



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Menta App’ como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Diseño Estratégico e Innovación

Bachiller en Dirección Publicitaria

Bachiller en Dirección de Tecnologías de la Información

PRESENTADO POR:

Alva Guiurfa, Maria José - Dirección Publicitaria

Chuquilin Mori, Lucio - Dirección de Tecnologías de la Información

Farfán Llaulle, Brandon - Dirección de Tecnologías de la Información

Rengifo Flores, Bruno - Diseño Estratégico e Innovación

ASESOR

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

LIMA, PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

Asesor

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Miembros del jurado

Fernández Cornejo Rodríguez del Valle, Javier Enrique

Lama Muñoz, Rosa Mercedes Patricia Andrea

Rodríguez Cornejo, Guido Dionicio

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Maria José Alva Guiurfa identificada con DNI N° 72454627. Perteneciente al Programa de Dirección Publicitaria, siendo mi asesor el Sr Ivan Ernesto Quijano Aranibar, identificado con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

Yo, Lucio Chuquilin Mori identificado con DNI N° 72566986. Perteneciente al Programa de Dirección de Tecnologías de la Información, siendo mi asesor el Sr Ivan Ernesto Quijano Aranibar, identificado con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

Yo, Brandon Farfán Llaulle identificado con DNI N° 72084847. Perteneciente al Programa de Dirección de Tecnologías de la Información, siendo mi asesor el Sr Ivan Ernesto Quijano Aranibar, identificado con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

Yo, Bruno Rengifo Flores identificado con DNI N° 76433039. Perteneciente al Programa de Diseño Estratégico e Innovación, siendo mi asesor el Sr Ivan Ernesto Quijano Aranibar, identificado con DNI N° 45144294, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2264-1186.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado "'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024".

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 24% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 20 de diciembre de 2024

Firma de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Maria José	Alva Guiurfa	72454627		
Lucio	Chuquilin Mori	72566986		
Brandon	Farfán Llaulle	72084847		
Bruno	Rengifo Flores	76433039		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Ivan Ernesto	Quijano Aranibar	45144294		

DEDICATORIA

A los estudiantes que, a diario, buscan superarse, encontrar equilibrio y seguir adelante con sus estudios. Y a mis experiencias y las de las personas que me rodean, que me inspiraron a aportar un granito de arena.

Maria José Alva Guiurfa

A mi padre por su amor incondicional y su apoyo constante. Es mi inspiración y mi fuerza.

Lucio Chuquilin

A mis padres, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi motor en cada paso de este camino. Y a mis compañeros, cuya colaboración ha sido invaluable para superar los desafíos de esta investigación.

Brandon Farfán Llaulle

A mis padres, por enseñarme el valor del esfuerzo y siempre creer en mí, incluso en los momentos más difíciles.

Bruno Rengifo Flores

AGRADECIMIENTOS

A mi red de apoyo emocional, por escuchar mis ideas y permitirme explorar con ellos sobre la salud mental. A las historias que leo en redes sociales o escucho en la calle, porque sin saberlo, son parte de este proyecto.

Maria José Alva Guiurfa

A mi familia, sobre todo a mi padre que siempre estuvo motivándome y apoyándome para cumplir cada objetivo. Gracias.

Lucio Chuquilin

Dedico esta investigación a mis padres, por apoyarme en mis objetivos.

Brandon Farfán Llaulle

Dedico este proyecto a mis padres, quienes con su amor y sacrificio han sido la base de todos mis logros.

Bruno Rengifo Flores

ÍNDICE TEMÁTICO

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	3
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	17
ABSTRACT	18
INTRODUCCIÓN	19
I. INFORMACIÓN GENERAL	21
1.1. Título del Proyecto	21
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	21
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	21
1.4. Localización o alcance de la solución	21
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN	23
2.1. Planeamiento del problema	23
2.1.1. Problemas de investigación	24
2.2. Justificación	25
2.2.1. Justificación teórica	25
2.2.2. Justificación metodológica	25
2.2.3. Justificación práctica	25
2.3. Marco referencial	26
2.3.1. Antecedentes de investigación	26
2.3.2. Marco teórico	30

2.3.3.	Glosario de términos.....	42
2.4.	Resumen ejecutivo	44
2.5.	Características técnicas o atributos del proyecto	45
2.6.	Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas	46
2.7.	Objetivo general y específicos: propósito del proyecto.....	48
2.7.1.	Objetivo general.....	48
2.7.2.	Objetivos específicos	48
2.8.	Componente del proyecto	49
2.9.	Resultados generales: componente del proyecto.....	50
2.10.	Plan de actividades del proyecto.....	51
2.11.	Metodología del proyecto.....	52
2.11.1.	Hipótesis e investigación.....	52
2.11.2.	Operacionalización de variables.....	53
2.11.3.	Enfoque de investigación	54
2.11.4.	Tipo de investigación.....	54
2.11.5.	Diseño de investigación	54
2.11.6.	Niveles de investigación.....	54
2.11.7.	Población	55
2.11.8.	Muestreo y muestra.....	55
2.11.9.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	56
2.11.10.	Validez y confiabilidad	56
III.	ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	59
3.1.	Estimación de los costos necesarios para la implementación	59

IV. RESULTADO DE INVESTIGACIÓN	63
4.1. Análisis de resultados descriptivos	63
4.1.1. Información demográfica.....	63
4.1.2. Análisis de datos cuantitativos	64
4.2. Análisis de resultados inferenciales	126
V. SUSTENTO DEL MERCADO.....	136
5.1. Alcance esperado del mercado.....	136
5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial	136
5.3. Descripción de la propuesta de innovación o del modelo de negocio .	139
5.3.1. Diagnóstico situacional	139
5.3.2. Propuesta de valor.....	141
5.3.3. Fuentes de ingresos	141
5.3.4. Canales de distribución.....	142
5.3.5. Estrategia de penetración en el mercado	142
5.3.6. Actividades productivas propias y externas.....	143
5.3.7. Alianzas	143
5.3.8. Propuesta de implementación.....	144
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	146
6.1. Conclusiones	146
6.1.1. Conclusiones generales.....	146
6.1.2. Conclusiones específicas.....	146
6.2. Recomendaciones	148
6.2.1. Recomendaciones generales.....	148
6.2.2. Recomendaciones específicas.....	148

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	151
VIII. ANEXOS.....	159
8.1. Informe Turnitin.....	159
8.2. Registro de impacto y resultados	160
8.3. Matriz de consistencia	161
8.4. Matriz de operacionalización de variables.....	163
8.5. Instrumentos de recolección de datos.....	169
8.6. Validación de expertos.....	181

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Atributos del proceso de 'Menta App'</i>	45
Tabla 2	<i>Diferencia entre 'Menta App' y 'Cuida tu ánimo'</i>	46
Tabla 3	<i>Niveles y valores de validez</i>	57
Tabla 4	<i>Valor del coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach</i>	57
Tabla 5	<i>Estimación de costos para el desarrollo de la investigación</i>	59
Tabla 6	<i>Estimación de costos para la implementación del proyecto</i>	60
Tabla 7	<i>Características según el sexo de los estudiantes</i>	63
Tabla 8	<i>Frecuencia de uso de aplicaciones móviles</i>	64
Tabla 9	<i>Preferencias estéticas en el uso de aplicaciones móviles</i>	65
Tabla 10	<i>Uso de aplicación móvil para manejar emociones</i>	66
Tabla 11	<i>Problemas emocionales en los últimos 3 meses</i>	67
Tabla 12	<i>Frecuencias totales de la dimensión 1: Diagnóstico</i>	68
Tabla 13	<i>Uso de aplicación móvil para manejar el estrés</i>	69
Tabla 14	<i>Uso de aplicación móvil para mejorar el estado de ánimo</i>	70
Tabla 15	<i>Uso de aplicación móvil para reducir la ansiedad</i>	71
Tabla 16	<i>Uso de aplicación móvil para habilidades de mindfulness</i>	72
Tabla 17	<i>Retroalimentación del diseño y funcionalidades de la aplicación</i>	73
Tabla 18	<i>Mejoras continuas según opiniones de usuarios</i>	75
Tabla 19	<i>Frecuencias totales de la dimensión 2: Diseño y prototipo</i>	76
Tabla 20	<i>Preferencia de aplicaciones con interfaz atractiva</i>	77
Tabla 21	<i>Preferencia por aplicaciones fáciles de usar</i>	78
Tabla 22	<i>Apreciación de la facilidad de uso de las aplicaciones móviles</i>	79
Tabla 23	<i>Importancia en la rapidez de respuesta</i>	80
Tabla 24	<i>Preferencia en aplicaciones fáciles de usar</i>	81
Tabla 25	<i>Frecuencias totales de la dimensión 3: Interfaz</i>	82

Tabla 26	<i>Baremo de la variable independiente: Aplicación móvil</i>	83
Tabla 27	<i>Nivel de autoaceptación</i>	85
Tabla 28	<i>Confianza y capacidad para superar desafíos</i>	86
Tabla 29	<i>Autocrítica sobre los errores personales</i>	87
Tabla 30	<i>Reconocimiento de cualidades y áreas de mejora</i>	88
Tabla 31	<i>Sensación de paz y conformidad en la toma de decisiones</i>	89
Tabla 32	<i>Frecuencias totales de la dimensión 1: Autoaceptación</i>	90
Tabla 33	<i>Disfrute por pasar tiempo con los que te rodean</i>	91
Tabla 34	<i>Nivel de esfuerzo por la amabilidad y comprensión</i>	92
Tabla 35	<i>Apreciación de las perspectivas de los demás</i>	93
Tabla 36	<i>Cultivo de relaciones cercanas y afectuosas</i>	94
Tabla 37	<i>Sensación de apoyo</i>	95
Tabla 38	<i>Frecuencias totales de la dimensión 2: Relaciones positivas</i>	97
Tabla 39	<i>Seguridad percibida al enfrentar nuevas situaciones y desafíos</i>	98
Tabla 40	<i>Flexibilidad y fácil adaptación</i>	99
Tabla 41	<i>Sensación de capacidad para manejar desafíos</i>	100
Tabla 42	<i>Libertad de hacer las cosas que generen felicidad</i>	101
Tabla 43	<i>Confianza en la capacidad para la toma de decisiones</i>	102
Tabla 44	<i>Frecuencias totales de la dimensión 3: Dominio del entorno</i>	103
Tabla 45	<i>Percepción de los cambios para con el crecimiento personal</i>	105
Tabla 46	<i>Reconocimiento de logros personales</i>	106
Tabla 47	<i>Emoción por el proceso del crecimiento personal</i>	107
Tabla 48	<i>Autoconocimiento</i>	108
Tabla 49	<i>Frecuencias totales de la dimensión 4: Crecimiento personal</i>	109
Tabla 50	<i>Satisfacción con el progreso personal</i>	110
Tabla 51	<i>Coherencia entre principios y comportamiento</i>	111
Tabla 52	<i>Compromiso hacia el logro</i>	112
Tabla 53	<i>Visión sobre metas personales</i>	113

Tabla 54	<i>Satisfacción con el camio elegido y logros alcanzados</i>	114
Tabla 55	<i>Sensación de propósito y significado de vida</i>	115
Tabla 56	<i>Frecuencias totales de la dimensión 5: Propósito de la vida</i>	116
Tabla 57	<i>Independencia y toma de decisiones</i>	118
Tabla 58	<i>Sensación de comodidad consigo mismo</i>	119
Tabla 59	<i>Coherencia entre valores y comportamiento</i>	120
Tabla 60	<i>Independencia en la toma de decisiones basadas en principios</i>	121
Tabla 61	<i>Confianza para superar desafíos y resolver problemas</i>	122
Tabla 62	<i>Frecuencias totales de la dimensión 6: Autonomía</i>	123
Tabla 63	<i>Baremo de la variable dependiente: Bienestar Emocional</i>	125
Tabla 64	<i>Rho de Spearman de las variables 1 y 2</i>	126
Tabla 65	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 1</i>	128
Tabla 66	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 2</i>	130
Tabla 67	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 3</i>	131
Tabla 68	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 4</i>	132
Tabla 69	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 5</i>	134
Tabla 70	<i>Rho de Spearman de la hipótesis específica 6</i>	135
Tabla 71	<i>Contexto del mercado</i>	136
Tabla 72	<i>Clientes potenciales</i>	138
Tabla 73	<i>Análisis FODA del bienestar emocional</i>	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Wireframes de baja fidelidad</i>	32
Figura 2	<i>Apps de redes sociales con más descargadas en Perú, 2023</i>	33
Figura 3	<i>Dimensiones de la escala de Ryff</i>	38
Figura 4	<i>Características según el sexo de los estudiantes</i>	63
Figura 5	<i>Frecuencia de uso de aplicaciones móviles</i>	64
Figura 6	<i>Preferencias estéticas en el uso de aplicaciones móviles</i>	65
Figura 7	<i>Uso de aplicación móvil para manejar emociones</i>	66
Figura 8	<i>Problemas emocionales en los últimos 3 meses</i>	67
Figura 9	<i>Frecuencias totales de la dimensión 1: Diagnóstico</i>	68
Figura 10	<i>Uso de aplicación móvil para manejar el estrés</i>	69
Figura 11	<i>Uso de aplicación móvil para mejorar el estado de ánimo</i>	71
Figura 12	<i>Uso de aplicación móvil para reducir la ansiedad</i>	72
Figura 13	<i>Uso de aplicación móvil para habilidades de mindfulness</i>	73
Figura 14	<i>Retroalimentación del diseño y funcionalidades de la aplicación</i>	74
Figura 15	<i>Mejoras continuas según opiniones de usuarios</i>	75
Figura 16	<i>Frecuencias totales de la dimensión 2: Diseño y prototipo</i>	76
Figura 17	<i>Preferencia de aplicaciones con interfaz atractiva</i>	77
Figura 18	<i>Preferencia por aplicaciones fáciles de usar</i>	78
Figura 19	<i>Apreciación de la facilidad de uso de las aplicaciones móviles</i>	79
Figura 20	<i>Importancia en la rapidez de respuesta</i>	80
Figura 21	<i>Preferencia en aplicaciones fáciles de usar</i>	81
Figura 22	<i>Frecuencias totales de la dimensión 3: Interfaz</i>	82
Figura 23	<i>Baremo de la variable independiente: Aplicación móvil</i>	84
Figura 24	<i>Nivel de autoaceptación</i>	85
Figura 25	<i>Confianza y capacidad para superar desafíos</i>	86

Figura 26	<i>Autocrítica sobre los errores personales</i>	87
Figura 27	<i>Reconocimiento de cualidades y áreas de mejora</i>	88
Figura 28	<i>Sensación de paz y conformidad en la toma de decisiones</i>	89
Figura 29	<i>Frecuencias totales de la dimensión 1: Autoaceptación</i>	90
Figura 30	<i>Disfrute por pasar tiempo con los que te rodean</i>	92
Figura 31	<i>Nivel de esfuerzo por la amabilidad y comprensión</i>	93
Figura 32	<i>Apreciación de las perspectivas de los demás</i>	94
Figura 33	<i>Cultivo de relaciones cercanas y afectuosas</i>	95
Figura 34	<i>Sensación de apoyo</i>	96
Figura 35	<i>Frecuencias totales de la dimensión 2: Relaciones positivas</i>	97
Figura 36	<i>Seguridad percibida al enfrentar nuevas situaciones y desafíos</i>	98
Figura 37	<i>Flexibilidad y fácil adaptación</i>	99
Figura 38	<i>Sensación de capacidad para manejar desafíos</i>	100
Figura 39	<i>Libertad de hacer las cosas que generen felicidad</i>	102
Figura 40	<i>Confianza en la capacidad para la toma de decisiones</i>	103
Figura 41	<i>Frecuencias totales de la dimensión 3: Dominio del entorno</i>	104
Figura 42	<i>Percepción de los cambios para con el crecimiento personal</i>	105
Figura 43	<i>Reconocimiento de logros personales</i>	106
Figura 44	<i>Emoción por el proceso del crecimiento personal</i>	107
Figura 45	<i>Autoconocimiento</i>	108
Figura 46	<i>Frecuencias totales de la dimensión 4: Crecimiento personal</i>	109
Figura 47	<i>Satisfacción con el progreso personal</i>	110
Figura 48	<i>Coherencia entre principios y comportamiento</i>	112
Figura 49	<i>Compromiso hacia el logro</i>	113
Figura 50	<i>Visión sobre metas personales</i>	114
Figura 51	<i>Satisfacción con el camino elegido y logros alcanzados</i>	114
Figura 52	<i>Sensación de propósito y significado de vida</i>	116
Figura 53	<i>Frecuencias totales de la dimensión 5: Propósito de la vida</i>	117

Figura 54	<i>Independencia y toma de decisiones</i>	118
Figura 55	<i>Sensación de comodidad consigo mismo</i>	119
Figura 56	<i>Coherencia entre valores y comportamiento</i>	120
Figura 57	<i>Independencia en la toma de decisiones basadas en principios</i>	121
Figura 58	<i>Confianza para superar desafíos y resolver problemas</i>	122
Figura 59	<i>Frecuencias totales de la dimensión 6: Autonomía</i>	123
Figura 60	<i>Baremo de la variable dependiente: Bienestar Emocional</i>	125
Figura 61	<i>Rho de Spearman de las variables 1 y 2</i>	127
Figura 62	<i>Pantallas de Bienvenida, Iniciar sesión y Home</i>	144
Figura 63	<i>Pantallas de Diario de gratitud, Pomodoro y Calendario</i>	144
Figura 64	<i>Diagrama de flujo</i>	145

RESUMEN

Introducción: Este estudio examina cómo el ámbito académico y la forma de vida influyen en la salud emocional del alumnado y su rendimiento estudiantil. **Objetivo:** El proyecto propone evaluar si es factible la creación de 'Menta App', un aplicativo móvil orientado a la mejora del bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). **Metodología:** Para la recaudación de información sobre las percepciones y experiencias del alumnado, se realizó una investigación cuantitativa a través de un diseño no experimental y de corte transversal. Este estudio tuvo un muestreo no probabilístico de 50 participantes elegidos por conveniencia. **Resultados:** El análisis estadístico muestra que la implementación del aplicativo móvil es viable debido a su relación positiva con la mejora del bienestar emocional. **Propuesta de implementación:** Se propone crear un aplicativo móvil para mejorar el bienestar emocional, con ejercicios interactivos para fomentar la autoaceptación, foros para promover relaciones positivas, herramientas para la gestión del tiempo y el dominio del entorno, así como módulos educativos para estimular el crecimiento personal. **Conclusiones:** El diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar salud mental del alumnado es viable y puede ser el inicio de nuevas ideas en el desarrollo de herramientas digitales para fomentar el bienestar emocional.

Palabras clave: Aplicación móvil, bienestar emocional, salud mental, solución digital, transformación digital.

ABSTRACT

Introduction: This study examines how the academic environment and lifestyle influence students' emotional health and academic performance. **Objective:** The project aims to assess the feasibility of creating 'Menta App,' a mobile application designed to improve the emotional well-being of students at the Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). **Methodology:** To gather information about students' perceptions and experiences, a quantitative study was conducted using a non-experimental, cross-sectional design. The study employed a non-probabilistic sampling of 50 participants selected for convenience. **Results:** Statistical analysis indicates that the implementation of the mobile application is viable due to its positive relationship with improving emotional well-being. **Implementation proposal:** The proposal suggests creating a mobile application to enhance emotional well-being, featuring interactive exercises to promote self-acceptance, forums to foster positive relationships, tools for time management and environmental mastery, as well as educational modules to encourage personal growth. **Conclusions:** The design of 'Menta App' as a proposal to improve students' mental health is feasible and can pave the way for new ideas in the development of digital tools to promote emotional well-being.

Keywords: Digital solution, digital transformation, emotional well-being, mental health, mobile application.

INTRODUCCIÓN

La salud mental del alumnado universitario ha cobrado relevancia al demostrarse su repercusión en el ámbito académico, en el cómo se llevan con los demás y en general, por cómo se sienten. En un contexto académico exigente, que puede generar estrés y ansiedad, es beneficioso encontrar herramientas digitales que permitan manejar estos desafíos. Esta investigación busca evaluar la viabilidad de 'Menta App', un aplicativo móvil diseñado para mejorar el bienestar emocional del alumnado, una necesidad cada vez más urgente en la educación superior.

La capacidad de las personas para experimentar equilibrio y satisfacción consigo mismas, es decir, su bienestar emocional, se ve comprometida en el entorno universitario, caracterizado por su exigencia y competitividad. La pandemia hizo más difícil esta situación, resaltando la urgencia de implementar estrategias de apoyo accesibles y efectivas para el estudiantado.

Este estudio podría cambiar la manera en que abordamos la salud mental estudiantil. Una aplicación móvil personalizada y accesible, basada en un enfoque integral, tiene la capacidad de convertirse en una herramienta digital capaz para promover el bienestar emocional, alineada con el modelo multidimensional de Ryff (1989).

Reconociendo la importancia del bienestar mental en el aprendizaje, este proyecto se centra en la viabilidad del desarrollo de 'Menta App' para el estudiantado del Instituto San Ignacio de Loyola. El objetivo es probar la viabilidad de esta herramienta digital como un recurso adicional. Para lograr este objetivo, el proyecto se ha hecho en ocho capítulos:

En el capítulo I, muestra el contexto general del proyecto, el título de la investigación y su ubicación dentro del campo educativo superior. Se especifica, asimismo, que la investigación está en el área de aplicaciones tecnológicas y transformación digital, delimitando su alcance geográfico y sectorial.

En el capítulo II, se habla sobre el problema que se busca resolver a través de la propuesta de la aplicación móvil 'Menta App'. Se justifica la relevancia de este estudio y se contextualiza dentro del marco teórico, revisando investigaciones previas sobre aplicaciones móviles y bienestar emocional. Además, se describen las características técnicas de la aplicación y se comparan con otras similares. Por último, se trazan los objetivos, la metodología y el enfoque.

En el capítulo III, se presentan los costos del desarrollo, implementación y seguimiento de la aplicación móvil, incluyendo todos los recursos necesarios para su ejecución.

En el capítulo IV, se procede al análisis cuantitativo de los datos recolectados, empleando técnicas estadísticas inferenciales para demostrar la conexión entre el bienestar psicológico y la efectividad de una app móvil como herramienta de mejora.

En el capítulo V, se explora el mercado objetivo para 'Menta App', centrándose en los estudiantes universitarios y sus necesidades. Se realiza un diagnóstico situacional para identificar oportunidades de mercado y se define la propuesta de valor diferenciadora de la aplicación. Además, se diseñan estrategias de comercialización y distribución para garantizar su éxito en el mercado.

En el capítulo VI, se colocan las conclusiones, evaluando la viabilidad y el impacto de la aplicación móvil en el bienestar emocional del estudiantado. Se discuten los resultados obtenidos en cada dimensión del bienestar y se formulan recomendaciones para la implementación y el desarrollo futuro de la aplicación.

Finalmente, el trabajo concluye con la sección de referencias bibliográficas, elaborada de acuerdo con las normas APA séptima edición, y los anexos correspondientes.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto

'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024.

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

La investigación es parte del área estratégica de desarrollo prioritario de Aplicaciones Tecnológicas y Transformación Digital, ya que busca determinar si es factible una solución tecnológica orientada a beneficiar el estado mental de la comunidad estudiantil universitaria.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

El presente estudio se desarrollará en el contexto educativo del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), ubicado en Miraflores, Lima. Se centrará en el sector tecnológico, evaluando la posibilidad de un aplicativo móvil diseñado para contribuir el bienestar mental del alumnado de todos los ciclos durante el año 2024.

1.4. Localización o alcance de la solución

El proyecto se centra en determinar la factibilidad de implementar un aplicativo móvil como solución tecnológica para promover del bienestar emocional del estudiantado del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). La población se conforma por alumnado de 1º al 6º ciclo de la sede de Miraflores, Lima. La delimitación espacial abarca el distrito de Miraflores ubicado en Lima, Perú, y la delimitación temporal corresponde al año 2024. La

investigación se enfoca en el rubro educativo, específicamente en el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). Se busca explorar la posibilidad de implementar una innovación tecnológica que contribuya al bienestar emocional del alumnado mediante un aplicativo diseñado para monitorear y desarrollar sus seis dimensiones de bienestar.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN

2.1. Planeamiento del problema

El bienestar emocional de los estudiantes universitarios ha empezado a importar mucho en los últimos años debido a lo que significa en diferentes aspectos de su vida. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), el bienestar mental se refiere a sentirse bien con uno mismo y ser capaz de gestionar las dificultades cotidianas. En Perú, los problemas mentales representan un gran reto para la sanidad pública. Rondón (2006) señala que una gran parte de la población enfrenta estos problemas, y la situación se complica por el poco acceso a los servicios especializados en salud mental, además del estigma que dificulta la ayuda necesaria.

El entorno universitario, a diferencia del escolar, plantea situaciones de estrés que obligan a los estudiantes a cumplir metas profesionales mientras evitan el fracaso académico (Soares et al., 2011). La etapa universitaria supone múltiples cambios y retos que exigen el uso de recursos psicológicos y sociales (Pérez-Álvarez, 2013). El alumnado enfrenta evaluaciones constantes en los ámbitos académico, personal y social, lo que en ciertos casos puede derivar en agotamiento emocional e insatisfacción (Rosa-Rodríguez, Y et al., 2015). Las demandas académicas, como hacer tareas, presentaciones, la falta de tiempo y constantes evaluaciones, generan altos niveles de estrés y ansiedad (Acosta et al., 2015). Un estudio del 2012 reveló las siguientes cifras: el 37.7% del alumnado reportó sufrir de ansiedad, el 24.1% de depresión, y un porcentaje considerable consumió alcohol y tabaco (Chau & Vilela, 2017).

2.1.1. *Problemas de investigación*

2.1.1.1. Problema general. ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

2.1.1.2. Problemas específicos.

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

- ¿Es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?

2.2. Justificación

2.2.1. Justificación teórica

Por la creciente preocupación del bienestar mental del alumnado universitario, este estudio propone la evaluación de la factibilidad de un aplicativo móvil. En base al modelo de bienestar de Ryff (1989), esta herramienta digital tiene como objetivo fortalecer aspectos fundamentales como el autoconocimiento y el crecimiento personal.

Al explorar el potencial de las soluciones digitales en el ámbito educacional, este proyecto busca no solo contribuir con el bienestar mental del alumnado, sino también ser parte de las bases para futuras intervenciones en este campo.

2.2.2. Justificación metodológica

Mediante un estudio cuantitativo de diseño no experimental con corte transversal, se busca determinar la factibilidad del desarrollo de una app móvil para beneficiar el bienestar mental del estudiantado universitario. A través de la administración de un cuestionario validado, se recopilarán datos cuantitativos que permitirán identificar las necesidades y expectativas del público objetivo, así como lo que influye en su salud mental. Los resultados proporcionarán una base para el diseño de una intervención digital eficaz y personalizada.

2.2.3. Justificación práctica

En un contexto en el que es común que los jóvenes tengan ciertos desafíos emocionales, es esencial abordar esta necesidad para favorecer su desarrollo integral. Este proyecto se enfoca en esta prioridad, buscando mejorar el bienestar emocional mediante una herramienta práctica.

La propuesta de utilizar una app móvil busca facilitar el afrontamiento del estrés generado por la etapa universitaria e impulsar una vida más saludable. Al evaluar su viabilidad, se espera contribuir a un entorno educativo más beneficioso y comprensivo de las necesidades emocionales del estudiantado. Esta justificación establece las bases para un estudio que no solo busca entender y mejorar el bienestar emocional, sino también ofrecer recursos que puedan implementarse en diversas instituciones educativas.

2.3. Marco referencial

2.3.1. Antecedentes de investigación

2.3.1.1. Antecedentes nacionales. En la región tenemos lo siguientes estudios referentes al tema:

Alarcón (2020) realizó la investigación “La Salud Mental de los Estudiantes Universitarios”, buscando examinar cómo las instituciones educativas abordan esta problemática. La investigación adoptó un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando entrevistas y cuestionarios para obtener datos acerca de la percepción de los estudiantes respecto al apoyo emocional que reciben. Los hallazgos indicaron que muchos estudiantes enfrentan retos emocionales significativos en los pasos hacia la vida universitaria y que, a menudo, las instituciones no disponen de servicios adecuados para atender estas necesidades. Se concluye que es importante implementar servicios médicos que estén a la mano del alumnado universitario.

Chau y Vilela (2017) realizaron el estudio “Determinantes de la salud mental en estudiantes universitarios de Lima y Huánuco”, queriendo examinar el bienestar mental de 1,024 universitarios en Lima. Esta investigación cuantitativa utilizó un cuestionario y los

resultados revelaron que el estrés percibido y el uso de conductas de escape tienen una influencia negativa sobre la salud mental estudiantil. Se concluye que el estrés actúa como mediador entre estas conductas de evitación y el bienestar emocional, sugiriendo la necesidad de abordar el estrés en el ámbito académico.

Rodríguez y Sánchez (2022) en su investigación “Bienestar psicológico en estudiantes de primeros ciclos de una universidad privada de Lima”, analizaron la modalidad a distancia y su relación con la salud mental. Con un enfoque cualitativo, los autores identificaron que existen seis categorías que se relacionan con el bienestar mental. Se concluye que, si bien encontraron un nivel de bienestar favorable en general, también se halló que hay una falta de responsabilidad y metas claras en las personas de estudio, por lo que se necesitan acciones de apoyo más efectivas.

Arenas et al. (2016) investigaron el “Afrontamiento al estrés y bienestar psicológico en estudiantes universitarios de Lima y Huancayo”. El objetivo es analizar los desafíos psicológicos enfrentados por los universitarios en estas ciudades peruanas. Utilizando un diseño cuantitativo y una encuesta, los autores exploraron la conexión entre el estrés, las formas de afrontarlo y el bienestar mental. Los hallazgos del estudio indicaron cómo las maneras de afrontar el estrés tienen una influencia directa y significativa en su bienestar emocional.

Haji (2020) desarrolló la investigación “Diseño de aplicativo móvil para evitar el deterioro de la salud mental por el aislamiento social motivado por el Covid-19 en jóvenes de 20 a 25 años”. Este estudio, de enfoque descriptivo y cuantitativo, tuvo como objetivo demostrar cómo el uso de tecnología digital puede ser positivo para la salud mental de los jóvenes. A través de encuestas, se identificaron las necesidades específicas de este grupo

etario. Se concluye que la implementación de aplicaciones móviles podría ofrecer un soporte innovador y accesible para potenciar el bienestar estudiantil durante situaciones de aislamiento.

2.3.1.2. Antecedentes internacionales. A nivel internacional, podemos encontrar:

Matute (2023) presenta el proyecto “Diseño de una aplicación móvil con temáticas de mindfulness para personas con ansiedad generalizada”, cuyo objetivo es validar su diseño y funcionalidad para ayudar a adultos con trastornos de ansiedad mediante técnicas de respiración y meditación. La metodología incluye enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando cuestionarios y entrevistas para identificar áreas de mejora. Los resultados indican que el sistema gráfico, que emplea colores fríos, tipografías amigables y una ilustración acogedora, reduce la ansiedad y mejora el bienestar emocional. Se concluye que el diseño de sistemas gráficos adaptados a las necesidades emocionales puede ser una herramienta valiosa en la salud mental.

Caro-Duque et al. (2023) presentan el proyecto “Hablemos – aplicación móvil para pacientes con problemas de salud mental”, diseñado para mejorar la salud mental del alumnado universitario. Esta iniciativa busca promover el acceso a recursos y herramientas de autocuidado mental. Los autores combinaron métodos cualitativos y cuantitativos, como el Design Science y Scrumban, para hacer que la app se adaptara a las necesidades específicas que se requerían. Los resultados muestran una percepción positiva hacia la aplicación, destacando su accesibilidad y variedad de recursos, así como la efectividad en la gestión de citas psicológicas. Se concluye que la aplicación se valida como una herramienta efectiva para los usuarios y la práctica clínica.

Jiménez (2021) nos habla sobre el proyecto “Cuida tu Ánimo”, cuyo objetivo fue poder dar un acceso fácil a una herramienta para poder prevenir e intervenir la depresión y los pensamientos suicidas en jóvenes de 15 a 29 años, especialmente en el contexto post-pandemia. La metodología emplea enfoques cualitativos y cuantitativos, destacando el desarrollo de la aplicación a través de un concurso del Ministerio de Ciencia y la colaboración de jóvenes en su diseño para garantizar su relevancia. Los resultados muestran que los usuarios han encontrado útiles las herramientas de psicoeducación y autocuidado proporcionadas por la app. Se concluye que el proyecto es un avance en el uso de tecnología para fortalecer la salud mental de los jóvenes.

Rodríguez y Senín (2022), en su investigación titulada “Aplicaciones móviles en español para evaluación e intervención en Salud Mental: Una revisión sistemática”, se planteó identificar la existencia de apps diseñadas para evaluar y tratar problemas de salud mental, resaltando su integración en los procesos terapéuticos. Para ello, emplearon un enfoque cuantitativo y realizaron una búsqueda de proyectos de los últimos cinco años. Los resultados mostraron avances significativos en la investigación de aplicaciones móviles dirigidas a mejorar la salud mental, abarcando tanto a la población general como a la clínica. Se concluye que existen pocas aplicaciones móviles en español para la salud mental.

2.3.2. Marco teórico

2.3.2.1. Aplicación móvil

2.3.2.1.1. Definición de Aplicaciones móviles. Una aplicación móvil es un programa digital creado para facilitar tareas o proporcionar entretenimiento en aparatos móviles. Estas apps deben ser descargadas e instaladas en el dispositivo para su funcionamiento. Su desarrollo aprovecha las características particulares de los dispositivos, permitiendo realizar diversas tareas que van desde el aprendizaje hasta el entretenimiento. Gracias a esta adaptabilidad, las aplicaciones pueden utilizar recursos del hardware, como la cámara, el calendario y la galería, ofreciendo así experiencias inmersivas y didácticas (Haji, 2020).

2.3.2.1.2. Principales características y funcionalidad. Las aplicaciones móviles presentan diversas características que enriquecen la experiencia del usuario. Pueden ser utilizadas tanto con conexión a internet como sin ella. Estas aplicaciones pueden acceder a diversas funciones del hardware del dispositivo, y están desarrolladas para funcionar en sistemas operativos específicos, como Android e iOS, lo que puede dar lugar a diferencias en funcionalidad entre ambas plataformas.

Para Desarrollapp (2024), blog de tecnología, existen unas características particulares que tienen todas las aplicaciones y son las siguientes:

- **Interfaces intuitivas y amigables:** Facilitan su uso y brinda una experiencia del usuario buena.
- **Personalización y adaptabilidad:** Se amoldan y ofrecen una experiencia de usuario personalizada.
- **Protección de datos:** Garantizan que los datos de los usuarios sean privados.

- **Actualizaciones constantes:** Aseguran que las aplicaciones sigan siendo relevantes y funcionales para mantener satisfechas las necesidades de los usuarios.
- **Compatibilidad:** Pueden funcionar en diferentes dispositivos móviles.
- **Notificaciones:** Mantienen a los usuarios informados sobre eventos o actualizaciones importantes.

2.3.2.1.3. Clasificación de App: Nativas, Web e Híbridas. Según WebDesigna (2022), blog de tecnología, existen tres tipos de aplicaciones móviles, clasificadas según sus funciones y métodos de desarrollo, lo que impacta significativamente su rendimiento, accesibilidad y compatibilidad:

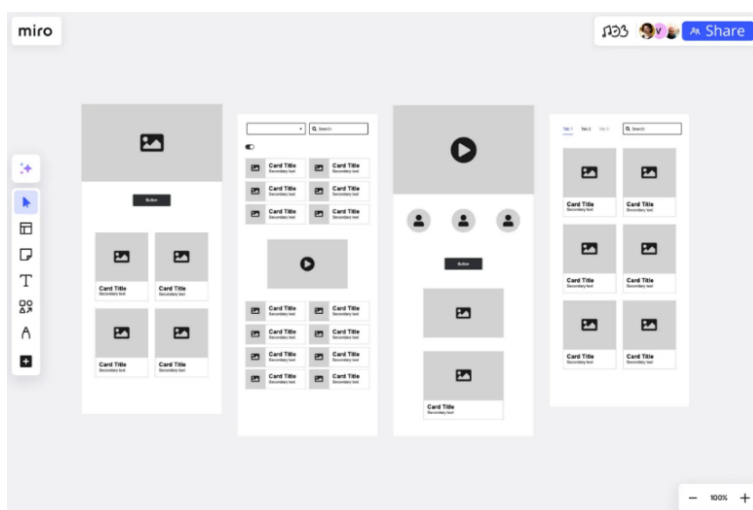
- **Aplicaciones nativas:** Son aquellas que se construyen utilizando los lenguajes de programación y herramientas nativas de cada plataforma, como Android o iOS. Su enfoque exclusivo permite un mayor rendimiento y una mejor integración con el hardware del dispositivo, aprovechando al máximo sus capacidades y características únicas.
- **Aplicaciones web:** Accesibles desde cualquier dispositivo con un navegador web, estas aplicaciones no requieren instalación, por lo que no ocupan espacio en la memoria del dispositivo y se actualizan automáticamente. Sin embargo, su rendimiento puede depender del tipo de conexión a internet y las capacidades del navegador utilizado.
- **Aplicaciones híbridas:** Diseñadas para funcionar en múltiples sistemas operativos utilizando una sola base de código, estas aplicaciones combinan elementos de aplicaciones nativas y web. Aunque ofrecen un desarrollo más rápido y una mayor compatibilidad, no suele tener mejor rendimiento que las aplicaciones nativas.

2.3.2.1.4. Proceso de desarrollo de aplicaciones móviles. Haji (2020) nos explica que crear una app, como la que él diseñó para reducir el estrés, es un trabajo en equipo donde diseñadores y programadores trabajan juntos paso a paso.

En su estudio, identifica seis fases clave en este proceso:

- **Formulación de la idea y análisis:** Al principio, se define qué problema queremos solucionar con la app, para quién la hacemos y qué cosas podrá hacer.
- **Diseño de la aplicación:** En esta etapa los diseñadores (UX y UI) crean wireframes y prototipos de la aplicación, que sirven como modelo visual.

Figura 1
Wireframes de baja fidelidad



Fuente: Miro – Plantilla de wireframes de baja fidelidad

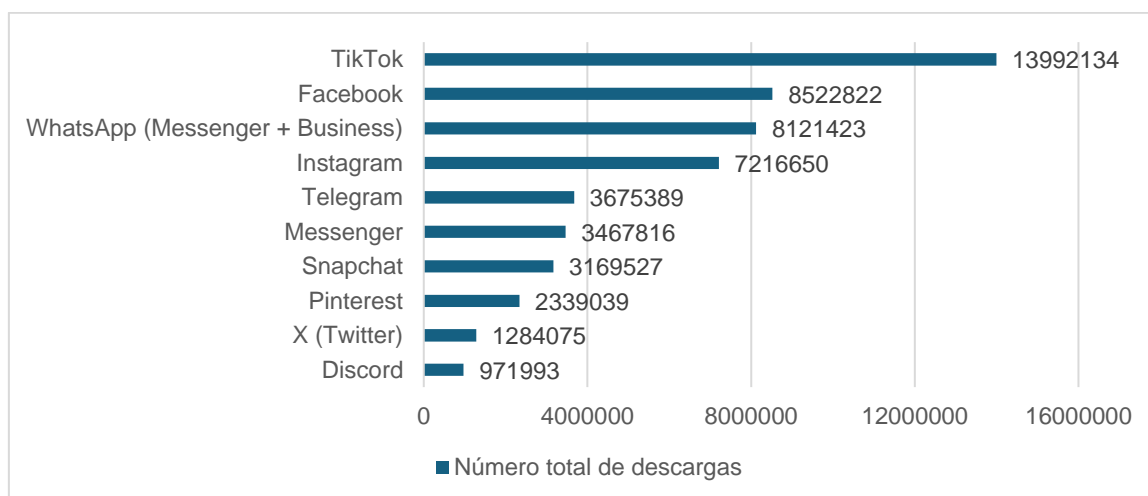
- **Desarrollo de la aplicación:** Basándose en el diseño del equipo de UX y UI, los desarrolladores empiezan con la construcción de la aplicación. Durante este proceso se pueden seguir metodologías ágiles o tradicionales, permitiendo llevar a cabo su trabajo de manera más organizada.

- **Prueba y control de calidad:** Una vez finalizado el desarrollo, la aplicación debe de ser sometida a distintas pruebas para asegurar su funcionalidad, rendimiento y seguridad.
- **Lanzamiento:** Tras un riguroso proceso de pruebas, la aplicación en las respectivas tiendas de apps, quedando disponible para su descarga por parte de los usuarios.
- **Mantenimiento y mejoras continuas:** Finalmente, se analiza la recepción de los usuarios, recopilando el feedback para la mejora continua. Las actualizaciones periódicas se basan en evaluar lo que necesita cada usuario, para asegurar su relevancia y su rendimiento.

2.3.2.1.5. Usos comunes y beneficios de su implantación. Las aplicaciones han revolucionado nuestras interacciones, abordando necesidades en áreas como educación, salud, finanzas, productividad, viajes, compras, entretenimiento y mensajería. Según Statista (2023), las redes sociales y las apps de mensajería que se consolidaron como las más populares en Perú durante 2023, fueron TikTok, Facebook, WhatsApp e Instagram, acumulando más de 7 millones de descargas.

Figura 2

Apps de redes sociales con más descargas en Perú, 2023



Fuente: Elaboración propia con datos Statista.

Para Vidal (2024), blogger en Tecnobits, las aplicaciones móviles son parte importante de la vida diaria. Y para él, entre sus beneficios se encuentran:

- Facilitan el aprendizaje en cualquier momento y lugar, lo que facilita que los usuarios puedan realizar una infinidad de actividades convirtiendo cualquier lugar su espacio de aprendizaje, siendo imprescindible la presencia de un docente en un entorno educativo.
- Mejoran la comunicación entre los usuarios con acceso a Internet, utilizando las características del dispositivo para potenciar la interacción.
- Permiten el seguimiento del estado físico y la salud, facilitando consultas médicas a distancia y permitiendo el registro de lo que se consume.
- Facilitan la organización y el manejo del tiempo, reduciendo el estrés y aumentando la productividad.

2.3.2.1.6. Impacto en la vida diaria. Las aplicaciones móviles han penetrado profundamente en nuestra vida diaria, impulsando la productividad, facilitando la gestión de la salud y fomentando el aprendizaje. Su fácil acceso las convierte en herramientas indispensables en la actualidad.

- **Aprendizaje y desarrollo personal:** Las aplicaciones móviles desempeñan un papel importante en el aprendizaje al ofrecer una característica distintiva: la ubicuidad (Caballero, 2009; como se cita en Rodríguez et al., 2019). Esto significa que pueden utilizarse en cualquier momento y lugar, transformando así cualquier entorno en un espacio de aprendizaje, sin depender exclusivamente de la figura del docente. Este formato flexible permite que los estudiantes participen en interacciones tanto síncronas como asíncronas con sus profesores.

Además, las aplicaciones potencian el aprendizaje porque se pueden adaptar a lo que necesita cada uno. Esto quiere decir que los estudiantes pueden personalizar su experiencia, avanzando según su propio ritmo y comprensión de los temas, lo que les permite controlar su progreso de manera más efectiva. Esta ventaja es notable en comparación con la educación tradicional, donde los temas se imparten de forma grupal, lo que dificulta la identificación de estudiantes que puedan tener dificultades específicas (Rodríguez et al., 2019)

- **Dependencia y efectos negativos:** A pesar de los beneficios, el uso constante de aplicaciones móviles también puede tener efectos negativos. Según una entrevista realizada por Siebert (2021) a Ibañez y Libuy para la Universidad de Chile, el uso constante del celular puede dar lugar a adicciones que son comparables a la adicción a los juegos o a sustancias, esto debido a ciertos tipos de aplicaciones móviles. Esta dependencia se manifiesta a través de experiencias físicas y psicológicas que surgen al suspender el uso de estas aplicaciones, generando un malestar similar al de otros tipos de adicción. Sin embargo, los expertos advierten que esta condición aún no se ha establecido formalmente como una categoría diagnóstica.

La adicción a las aplicaciones móviles está relacionada con el fenómeno de la nomofobia, que es el miedo que tiene una persona por el hecho de estar sin el teléfono. Esto puede provocar un intenso malestar en el usuario, alimentado por la naturaleza adictiva de los videojuegos, los juegos de apuestas y las redes sociales, que emplean incentivos y recompensas para mantener la atención del usuario. Finalmente, se ha observado que los grupos más susceptibles a desarrollar dependencia a las apps son los infantes y adolescentes.

2.3.2.2. Bienestar emocional

2.3.2.2.1. *El bienestar emocional y la salud.* Siguiendo la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014) que dice en su Constitución que “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (párr. 1). Esta definición, al ser emitida por la principal autoridad mundial en salud, influye significativamente en las políticas y prácticas sanitarias a nivel internacional.

En este contexto, la afirmación de Adhanom (2022; como se cita en Organización Mundial de la Salud, 2022a), el director general de la OMS, de que “no hay salud sin salud mental” (párr. v) es un recordatorio sobre lo importante que es considerar el bienestar mental como parte de la salud en general.

Al definir el bienestar subjetivo como un concepto multifacético, Diener et al. (1999) resaltan que es un concepto amplio que abarca las respuestas emocionales, la satisfacción en diferentes áreas y las evaluaciones generales sobre la vida. Este enfoque destaca que el bienestar subjetivo se compone no solo de emociones positivas, sino también de evaluaciones cognitivas sobre la satisfacción con la vida.

Sánchez-Aragón (2020) define el bienestar mental como la valoración que realizan las personas acerca de su calidad de vida y satisfacción personal. Este concepto incluye elementos esenciales para una salud integral, como el bienestar físico y mental, el sentirse a gusto con las personas que nos rodean y la sensación de los logros.

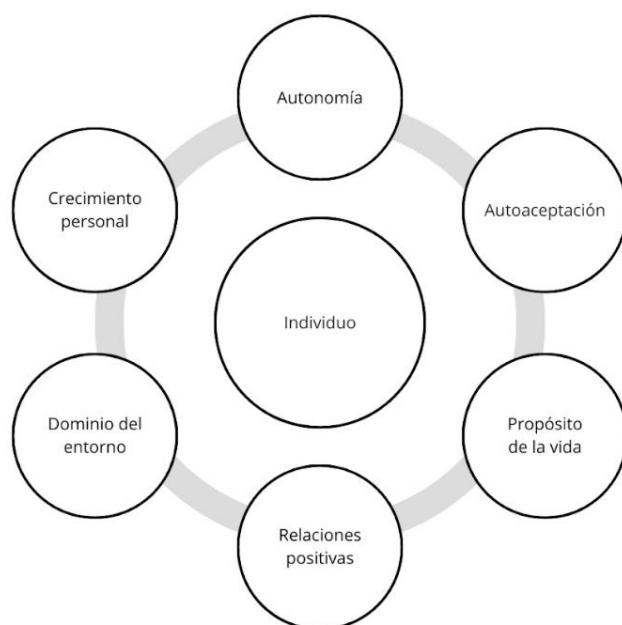
Para comprender mejor qué es el bienestar subjetivo y psicológico, y su relación con el bienestar mental, es útil revisar la definición que ofrecen Diener et al. (1997; como se cita en Caldera et al., 2021):

“Se puede decir que una persona tiene un alto nivel de bienestar subjetivo cuando está contenta con su vida, cuando a menudo se siente feliz y cuando rara vez experimenta emociones negativas como tristeza o enojo. En contraste, uno atribuiría poco bienestar subjetivo a una persona que no está satisfecha con su vida, que disfruta poco, y con frecuencia experimenta sentimientos negativos como ira o miedo.” (p. 25)

Por otro lado, la teoría de ampliación-construcción plantea que las emociones que son positivas tienen un impacto fuerte en nuestro bienestar y desarrollo personal (Fredrickson & Losada, 2005; como se cita en Pérez-Álvarez, 2013). Esta teoría plantea que las emociones positivas amplían nuestros horizontes, permitiéndonos pensar de forma más creativa y explorar nuevas posibilidades. A largo plazo, estas emociones contribuyen a la construcción de recursos personales, como la resiliencia y las habilidades sociales. Fredrickson & Losada (2005; como se cita en Pérez-Álvarez, 2013) también proponen una ratio de positividad que destaca lo importante que es equilibrar las emociones que son positivas y con las negativas. Si bien las emociones negativas pueden generar respuestas inmediatas, los beneficios de las que son positivas son duraderos y facilitan la adaptación a los desafíos.

2.3.2.2.2. Dimensiones del bienestar emocional. A medida que profundizamos en el concepto de bienestar emocional, es fundamental explorar sus dimensiones, que no solo enriquecen nuestra comprensión del bienestar subjetivo, sino que también nos permiten identificar áreas específicas para mejorar la forma en la que se vive. Según Ryff (1989), el bienestar emocional es multidimensional y se compone de seis elementos interrelacionados: la autoaceptación, el crecimiento personal, la autonomía, las relaciones positivas, el dominio del entorno y el sentido de propósito en la vida.

Figura 3
Dimensiones de la escala de Ryff



Fuente: Elaboración propia

- **Autoaceptación:** Es un proceso mental que se refiere a reconocer y valorar todos los aspectos de uno mismo, tanto las fortalezas como las debilidades. Según la teoría de Carl Rogers (Torres, 2016), la autoaceptación es fundamental para el bienestar psicológico, ya que aceptarse a uno mismo sin condiciones ni juicios propicia el crecimiento personal y ayuda a ver de mejor manera los desafíos que se nos cruzan en la vida.

- **Relaciones positivas:** Son aquellas interacciones que promueven el bienestar emocional y psicológico. Se trata de vínculos gratificantes y mutuamente satisfactorios que influyen en cómo un individuo se percibe a sí mismo y a los demás. Según Lacunza y Contini (2016), las relaciones significativas están ligadas a habilidades sociales que facilitan la socialización, como la empatía y la consideración hacia los demás en momentos difíciles. Esta característica destaca lo bueno que es mantener conexiones sociales, ya que tener relaciones interpersonales de confianza y apoyo contribuye a una mejor sensación de bienestar y pertenencia, esenciales para la salud emocional.

- **Dominio del entorno:** Es la destreza que tiene una persona para saber gestionar y dar forma a su entorno de manera efectiva, lo que le permite crear condiciones que los satisfacen. Las personas que tienen un gran sentido de dominio de su entorno son más capaces de influenciar en su círculo, lo que les proporciona una mayor sensación de control y realización. Según Díaz et al. (2006), esta habilidad permite elegir o desarrollar entornos buenos, lo que contribuye al funcionamiento positivo.

- **Crecimiento personal:** Para Keyes et al. (2002; como se cita en Díaz et al., 2006), el crecimiento personal implica el deseo por desarrollarse y alcanzar el máximo potencial, siendo esta fundamental para maximizar las capacidades individuales. No solo se trata de poseer ciertas características, sino también de esforzarse por desarrollar cierto tipo de habilidad para poder seguir creciendo como individuo. Además, las personas que buscan constantemente el crecimiento personal tienden a estar más abiertas a nuevas experiencias y aprendizajes, lo que les permite estar en constante evolución y mejora de su bienestar emocional.

- **Propósito de la vida:** Es poder trazar metas y significados que proporcionan dirección a nuestras acciones y experiencias. Esta dimensión se basa en un sistema de creencias que ayuda a las personas a identificar objetivos realistas, aportando coherencia y sentido a sus vivencias pasadas y futuras. Las actividades que se alinean con nuestros valores son esenciales para el bienestar. Según Biswas-Diener & Diener (2008; como se cita en Paredes, 2018), la felicidad se logra al equilibrar el placer y el propósito; buscar solo gratificación sin un sentido puede resultar vacío, y tener un propósito sin satisfacción emocional también puede ser insatisfactorio. Por lo tanto, el propósito en la vida no solo guía nuestras decisiones, también enriquece nuestra forma de vida y bienestar emocional.

- **Autonomía:** Es la disposición de cada persona para poder tomar decisiones por uno mismo y actuar conforme a los propios valores y principios. Esta fomenta la autodeterminación y el control personal, lo que puede mejorar la satisfacción y eficacia en distintas áreas de la vida. Sin embargo, la autonomía no es un rasgo absoluto, ya que su ejercicio puede variar en función de diversos factores internos y externos (Álvarez, 2015). Por ejemplo, la capacidad de razonamiento permite a las personas evaluar sus deseos y prioridades, lo que a su vez fomenta la autonomía. Así, cada persona puede tener más o menos autonomía según sus circunstancias y experiencias.

Estas dimensiones se interrelacionan de manera dinámica y, juntas, constituyen un marco integral para entender el bienestar psicológico. Esta interconexión resalta cómo cada dimensión influye en las demás, creando un enfoque completo que ilustra la complejidad del bienestar emocional. Por ejemplo, el crecimiento personal puede mejorar las relaciones positivas, mientras que una sólida autoaceptación puede fortalecer la autonomía.

2.3.2.2.3. Factores que influyen en el bienestar emocional. De acuerdo con lo expuesto anteriormente, podemos concluir que el bienestar emocional depende de diferentes factores que afectan nuestra vida diaria, tales como el entorno familiar, laboral, educativo y personal.

- **Relaciones interpersonales:** Las relaciones humanas son fundamentales para nuestra existencia. Según Berscheid (1999; como se cita en Lacunza & Contini, 2016), desde el momento en que nacemos, estamos inmersos en un entorno de interacciones sociales que nos moldean a lo largo de nuestras vidas. Estas relaciones, que pueden ser tanto una fuente de placer como de sufrimiento, son cruciales para la formación de nuestra identidad.

El impacto de estas relaciones en nuestro bienestar emocional es significativo. Cada interacción, ya sea positiva o negativa, influye en nuestra salud mental y emocional. Las relaciones sanas y constructivas tienden a estar asociadas con un mayor nivel de satisfacción personal, mientras que las interacciones negativas pueden aumentar el estrés y ansiedad, afectando nuestro estado emocional.

Por lo tanto, es esencial cultivar vínculos positivos que se basen en la empatía, el apoyo y la comprensión. Fomentar estas conexiones nos permite alcanzar un bienestar integral y contribuir a una vida más satisfactoria y enriquecedora.

- **Salud física:** Las personas que se ejercitan de manera regular suelen tener una percepción más positiva de su salud y experimentan niveles más bajos de estrés, así como un estado de ánimo más elevado en comparación con los que no hacen ninguna

actividad física (Jiménez et al., 2008). Esta conexión resalta la relación entre lo físico y lo mental, ya que el ejercicio no solo reduce el estrés, también contribuye a que quienes participan en actividades deportivas presenten menores niveles de tristeza y cansancio

2.3.3. *Glosario de términos*

- **Aplicación móvil:** Se define como un software diseñado para ejecutarse en dispositivos portátiles. A pesar de que suelen ser programas compactos con funcionalidades específicas, estas aplicaciones logran ofrecer a los usuarios una variedad de servicios y experiencias enriquecedoras (Herazo, 2022).

- **Autoaceptación:** Según Ellis & Grieger (1990), se refiere a la capacidad de aceptar quién eres, incluyendo tus dificultades y errores. Esto implica reconocer las realidades de la vida sin intentar evitarlas y dejar de juzgarte a ti mismo o a los demás de manera negativa. Además, aboga por vivir conforme a tus propios valores y deseos sin experimentar vergüenza. Esta aceptación fomenta una vida más auténtica y satisfactoria, contribuyendo al bienestar emocional y psicológico en general.

- **Autonomía:** Es la facultad de un individuo para gobernarse a sí mismo, eligiendo sus propios cursos de acción de acuerdo con sus valores y creencias.. Según la Editorial Etecé (2021), la autonomía conlleva un estado de autogobierno e independencia, lo que permite a las personas evaluar sus opciones y actuar de acuerdo con sus elecciones.

- **Bienestar emocional:** Según con la Organización Mundial de la Salud (OMS; como se cita en Adherencia - Cronicidad – Pacientes, 2021), es un "estado de ánimo en el cual la persona se da cuenta de sus propias aptitudes, puede afrontar las presiones normales de la vida, trabajar productivamente y contribuir a la comunidad". Entonces podemos decir que abarca desde la capacidad de manejar nuestras emociones hasta la habilidad de construir relaciones positivas y enfrentar el estrés de manera saludable.

- **Crecimiento personal:** Es un proceso continuo de desarrollo que abarca dimensiones emocionales, mentales y sociales. Este concepto incluye el conocerse a uno

mismo, superar limitaciones y aprender nuevas habilidades que aportan al bienestar general. Martínez (2018) explica que el crecimiento personal es la capacidad de aprender sobre uno mismo y estar abierto a nuevas experiencias, incluso si presentan desafíos.

- **Diagnóstico:** Es un proceso de análisis sistemático que permite comprender y evaluar una situación específica en cualquier contexto. Andrade de Souza (como se cita en Editorial Etecé, 2021) lo define como un enfoque que permite obtener una visión completa del rendimiento organizacional, abarcando tanto aspectos internos como externos. Asimismo, según Nieto (2022; como se cita en Oquendo, 2020), el diagnóstico implica la recopilación y organización estructurada de datos y hechos, lo cual permite identificar una situación y sus tendencias, logrando así una mejor comprensión de lo que sucede.

- **Dominio del entorno:** Consiste en la capacidad de una persona para diseñar y manejar el entorno para satisfacer sus necesidades y alcanzar las metas que se propone (Díaz et al., 2006).

- **Emoción:** Para James (1884; como se cita en Mora, 2013), las emociones son respuestas adaptativas que han evolucionado para ayudarnos a sobrevivir y reproducirnos. Son patrones de respuesta complejos que involucran cambios fisiológicos, cognitivos y conductuales, diseñados para preparar al organismo para enfrentar desafíos o aprovechar oportunidades en el entorno.

- **Feedback:** También conocido como retroalimentación, es el proceso mediante el que se devuelven comentarios o información sobre el desempeño o los resultados de una acción o actividad, con el fin de ajustar futuras acciones. De acuerdo con Sierra (2005; como se cita en Román, 2009), se define como el “retorno de información sobre el resultado de una actividad o un proceso.”

- **Interfaz de usuario:** Según Albornoz (2014), es el puente que conecta a las personas con la tecnología, permitiendo una interacción fluida y eficiente con dispositivos electrónicos. Esta interfaz debe ser diseñada de manera intuitiva para facilitar la interacción y mejorar la experiencia del usuario.

- **Propósito en la vida:** Es el poder definir metas que organizan nuestros esfuerzos y brindan una dirección clara en la búsqueda de intereses. Según Kashdan y McKnight (2009; como se cita en Paredes, 2018), un propósito claro en la vida es fundamental para experimentar una mayor satisfacción y bienestar general, ya que nos proporciona una dirección y un sentido de significado.

- **Relaciones positivas:** Se trata de vínculos gratificantes y mutuamente satisfactorios que influyen en la manera en que un individuo se ve a sí mismo y a quienes lo rodean. Para Lacunza y Contini (2016), las relaciones significativas están ligadas a habilidades sociales que facilitan la socialización, como la empatía y la consideración hacia los demás en momentos difíciles.

- **Salud mental:** Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014), es un estado de completo bienestar que va más allá de la simple ausencia de enfermedades mentales. Este concepto abarca aspectos que permiten a las personas manejar el estrés cotidiano, trabajar de forma efectiva y participar activamente en su comunidad.

- **Viabilidad:** Para Rus (2020), la "viabilidad de algo es la probabilidad de que se pueda llevar a cabo con éxito". Esto implica una evaluación exhaustiva de diferentes factores que pueden impactar tanto en la implementación como en los resultados de una idea, garantizando que sea factible.

2.4. Resumen ejecutivo

Título: 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024. **Procedencia:** Tesis de bachiller por San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL. **Objetivo:** Se busca evaluar la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado. **Metodología:** Mediante un enfoque de investigación cuantitativo, se recolectó datos para analizar la viabilidad de la aplicación para mejorar el bienestar emocional. **Resultados:** Se logró encontrar una correlación positiva entre el uso de la

aplicación móvil y el fortalecimiento de las dimensiones del bienestar emocional.

Conclusión: Se concluye que sí es viable el diseño de una aplicación móvil para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024 porque se ha demostrado, mediante análisis estadísticos, que existe una correlación entre el uso de la aplicación móvil y el fortalecimiento de las dimensiones del bienestar emocional. Por lo tanto, se recomienda la implementación de esta aplicación como una herramienta complementaria para promover el bienestar integral de los estudiantes.

2.5. Características técnicas o atributos del proyecto

Aunque la aplicación móvil 'Menta App' no se implementará, estos atributos son importantes para evaluar su viabilidad y el impacto potencial en el bienestar mental de los usuarios.

Tabla 1

Atributos del proceso de 'Menta App'

Atributos	Descripción
¿Es fácil de usar?	Sí, el aplicativo contará con una interfaz amigable, lo que permitirá a los estudiantes navegar con facilidad y acceder rápidamente a las técnicas para mejorar su bienestar emocional.
¿Es confiable?	Sí, la información proporcionada en la aplicación estará basada en recursos válidos y en investigaciones sobre bienestar emocional, garantizando que los estudiantes reciban contenido útil.
¿Es seguro?	Sí, se implementarán medidas básicas de seguridad para proteger los datos personales de los usuarios, incluyendo el uso de contraseñas para el ingreso de la aplicación.
¿Es preciso?	Sí, la aplicación proporcionará información clara y concisa sobre cada una de las seis dimensiones del bienestar emocional, asegurando que las técnicas sugeridas sean relevantes y adecuadas para los estudiantes.

¿Es rápido?	Sí, la aplicación estará optimizada para funcionar de manera eficiente, permitiendo que los estudiantes accedan rápidamente a las herramientas y recursos sin tiempos de espera prolongados.
¿Se puede personalizar?	Sí, los estudiantes podrán personalizar su experiencia eligiendo las dimensiones del bienestar emocional en las que desean enfocarse, lo que les permitirá adaptar el uso de la aplicación a sus necesidades individuales.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La **Tabla 1** describe los atributos técnicos del aplicativo móvil 'Menta App', propuesto para fomentar el bienestar psicológico estudiantil, destacando su facilidad de uso gracias a una interfaz amigable que permite navegar y acceder a diversas herramientas y recursos de forma sencilla. La confiabilidad estará garantizada mediante contenido basado en investigaciones científicas sobre bienestar emocional, mientras que la seguridad de información personal se resguardará mediante el uso de contraseñas y medidas de protección. Además, la aplicación ofrecerá información precisa y clara sobre cada dimensión del bienestar emocional, optimizando su efectividad. Su diseño estará enfocado en un rendimiento rápido y eficiente, evitando esperas prolongadas, y permitirá a los estudiantes personalizar su experiencia eligiendo las dimensiones en las que desean trabajar, adaptándose así a sus necesidades específicas para maximizar su utilidad.

2.6. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas

Se propone un análisis comparativo entre la propuesta de aplicación 'Menta App' y la aplicación existente 'Cuida tu Ánimo' (Jiménez, 2021), con el objetivo de identificar sus características distintivas y evaluar su potencial en el mercado.

Tabla 2

Diferencia entre 'Menta App' y 'Cuida tu ánimo'

Características	'Menta App'	App 'Cuida tu ánimo'
-----------------	-------------	----------------------

Uso previsto	Bienestar emocional para estudiantes universitarios	Apoyo emocional y prevención de ansiedad y depresión, con enfoque en el riesgo suicida
Personalización	Opción de personalización de recordatorios y técnicas según las necesidades del usuario	Basada en respuestas iniciales de un cuestionario para evaluar síntomas
Método	Basada en las 6 dimensiones del bienestar emocional	Basada en la terapia cognitivo-conductual para intervención temprana de signos de depresión y ansiedad
Accesibilidad	Interfaz intuitiva, adaptada para instituciones educativas	Interfaz intuitiva, accesible para cualquier usuario en plataformas públicas
Interacción	Registro de progreso y sugerencias personalizadas para mejorar el bienestar	Registro del estado de ánimo con retroalimentación automática y recomendaciones generales
Disponibilidad	Recomendado para su uso en instituciones educativas	Descargable por cualquier usuario

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La **Tabla 2** muestra la propuesta de 'Menta App', que se centra en mejorar el bienestar emocional del alumnado mediante las seis dimensiones del bienestar, mientras que 'Cuida tu Ánimo' se enfoca en la prevención de ansiedad y depresión, utilizando terapia cognitivo-conductual. En cuanto a personalización, 'Menta App' permite ajustar recordatorios y técnicas según las necesidades del usuario, mientras que 'Cuida tu Ánimo' se adapta según respuestas iniciales del estado de ánimo. Ambas aplicaciones cuentan con una interfaz intuitiva y accesible. 'Menta App' también registra el progreso de los estudiantes y ofrece sugerencias personalizadas, mientras que 'Cuida tu Ánimo' se limita a registrar el estado de ánimo y dar recomendaciones. Finalmente, 'Menta App' está orientada a instituciones educativas como el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), mientras que 'Cuida tu Ánimo' está disponible para cualquier usuario.

2.7. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto

2.7.1. *Objetivo general*

Evaluar la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

2.7.2. *Objetivos específicos*

- Evaluar la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- Evaluar el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- Evaluar el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- Evaluar el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- Evaluar el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- Evaluar el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

2.8. Componente del proyecto

Para desarrollar la propuesta de la aplicación de bienestar emocional, 'Menta App', se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

- **Análisis del público objetivo:** Mediante la aplicación de un cuestionario y/o entrevistas, identificar los puntos de dolor de los estudiantes con respecto a su bienestar emocional.
- **Investigación de aplicaciones similares existentes en el mercado:** Examinar otras aplicaciones, como 'Cuida tu ánimo', para entender sus características y limitaciones. No solo enfocarse en herramientas internacionales, sino nacionales y si es que existen en alguna otra institución educativa.
- **Definición de funciones de la aplicación móvil:** Establecer qué funcionalidad son esenciales, como técnicas para mejorar el bienestar emocional y el seguimiento del progreso.
- **Diseño de la interfaz y experiencia del usuario:** Crear un diseño atractivo y sencillo de usar que facilite el acceso en la app móvil.
- **Desarrollo del contenido relacionado con las dimensiones del bienestar emocional:** Elaborar materiales y recursos que aborden las seis dimensiones del bienestar emocional, asegurando que sean claros y accesibles.
- **Selección de tecnología adecuada para el desarrollo:** Elegir herramientas y plataformas de desarrollo que se ajusten a las necesidades y presupuesto del proyecto.
- **Pruebas de usabilidad con estudiantes:** Probar la app con un grupo de estudiantes para recoger su feedback y hacer los ajustes necesarios antes del lanzamiento.

- **Lanzamiento de la aplicación en plataformas móviles:** Publicar la aplicación en las tiendas de aplicaciones para que sea descargada fácilmente por los estudiantes.
- **Monitoreo y evaluación del uso de la app:** Recoger datos sobre cómo los estudiantes utilizan la aplicación y qué características son más efectivas.
- **Actualización y mejora continua:** Usar el feedback y los datos recopilados para realizar mejoras en la app y adaptarla a las necesidades cambiantes de los usuarios.

2.9. Resultados generales: componente del proyecto

Estos resultados reflejan el éxito esperado de la implementación del proyecto, materializado en:

- Un aplicativo móvil que brinda a los estudiantes acceso a recursos prácticos y personalizados para mejorar su bienestar emocional.
- Información educativa basada en evidencia científica y adaptada a las necesidades de los estudiantes, ofreciendo técnicas y estrategias efectivas para promover su bienestar.

2.10. Plan de actividades del proyecto

N°	Actividades	May				Jun				Julio				Ago				Sep				Oct				Nov				Dic	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Elaboración del resumen e introducción																														
2	Desarrollo del problema, objetivos e hipótesis																														
3	Redacción de la justificación del proyecto																														
4	Desarrollo de los antecedentes, marco teórico y glosario de términos																														
5	Desarrollo de la metodología																														
6	Identificar las herramientas de recolección de datos																														
7	Descripción del público objetivo																														
8	Elaboración del instrumento de recolección de datos																														
9	Validación del instrumento de recolección de datos																														
10	Desarrollo del procesamiento y análisis de las herramientas de recolección																														
11	Elaboración del diagnóstico situacional																														
12	Elaboración del sustento de mercado																														
13	Redacción de las conclusiones y recomendaciones																														
14	Sustentación ante un jurado																														

2.11. Metodología del proyecto

2.11.1. Hipótesis e investigación

2.11.1.1. Hipótesis general. El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

2.11.1.2. Hipótesis específicas

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

- El diseño de 'Menta App' sí es viable como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

2.11.2. Operacionalización de variables

Variable 1: Aplicación móvil

Definición conceptual: La aplicación móvil se define como un software diseñado para dispositivos android o ios, los cuales tienen el aprovechamiento de las características funcionales (táctil, GPS, cámara, etc.) de estos para tener una experiencia enriquecida (Calle & Palacio, 2014).

Definición operacional: El desarrollo de la variable propuesta, aplicación móvil, se orienta a tres dimensiones como el diagnóstico (ítem 1-4), diseño y prototipo (ítem 5-10), e interfaz (ítem 11-15). Para medirla se utilizará un cuestionario con una escala de medición ordinal con un total de 15 ítems con 5 niveles de respuesta según Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre), ver Anexo 8.4.

Variable 2: Bienestar emocional

Definición conceptual: Es un estado en donde el ser humano se siente bien consigo mismo, y no hay emociones negativas. Además, es consciente de sus emociones y es resiliente (Diener et al., 1997; como se cita en Caldera et al., 2021).

Definición operacional: La variable bienestar emocional se orienta a seis dimensiones que son la autoaceptación (ítem 16-20), las relaciones positivas (21-25), el dominio del entorno (26-30), el crecimiento personal (31-34), el propósito de la vida (35-40) y la autonomía (41-45). Para medirla se utilizará un cuestionario según la escala de Ryff con una escala de medición ordinal, con un total de 30 ítems con 5 niveles de respuesta según Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre), ver Anexo 8.4.

2.11.3. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación es cuantitativo, ya que el objetivo es realizar un análisis de las variables de estudio a partir de la recopilación de datos sobre la viabilidad de un aplicativo móvil y su impacto en la mejora del bienestar emocional. Por lo tanto, se empleará el método científico descrito por Hernández y Mendoza (2023) como una herramienta fundamental para el estudio y comprensión de problemas a través del análisis estadístico.

2.11.4. Tipo de investigación

La investigación es básica, siguiendo la clasificación de Ñaupas Paitán et al. (2023), ya que el objetivo es conocer la factibilidad de 'Menta App' para mejorar el bienestar mental.

2.11.5. Diseño de investigación

El diseño del proyecto es de tipo no experimental con corte transversal, debido a que no implica la manipulación de las variables estudiadas y los datos de estudio se recopilan en un único momento, en el año 2024, siguiendo la metodología propuesta por Hernández y Mendoza (2023).

2.11.6. Niveles de investigación

El nivel de estudio se caracteriza por su enfoque de tipo exploratorio, el cual se basa en la indagación preliminar que ayudó a establecer el problema, los objetivos y las hipótesis del estudio (Ñaupas Paitán et al., 2023).

Además, se empleará un enfoque descriptivo, mediante la recolección de datos a través de instrumentos diseñados para describir, especificar y explicar las características, rasgos, dimensiones y propiedades de las variables relacionadas con la aplicación móvil y el bienestar emocional, como lo mencionan Ñaupas Paitán et al. (2023).

2.11.7. Población

La población, según Rodríguez-Sosa y Burneo (2017), es el conjunto de todos los individuos que comparten características específicas que son importantes para el estudio. Por lo tanto, la población de interés está compuesta por todos los estudiantes del 1er al 6to ciclo del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores del año 2024.

2.11.8. Muestreo y muestra

Muestreo

El muestreo de estudio es no probabilístico y se seleccionará por conveniencia, ya que el grupo y el número de participantes se basarán en los criterios establecidos por el equipo investigador (Ñaupas Paitán et al., 2023).

Si bien los resultados de este tipo de muestreo no probabilístico no pueden generalizarse a toda la población, sí permitirán obtener información valiosa sobre el grupo seleccionado para el estudio de la aplicación móvil y su impacto en el bienestar emocional (Almaguer & Cossio, 2022).

Muestra

La muestra es no probabilística por conveniencia y consta de 50 personas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores del año 2024.

2.11.9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.11.9.1. Técnicas de recolección de datos. Para la investigación, se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos a 50 miembros de la comunidad estudiantil del Instituto San Ignacio de Loyola, sede Miraflores, durante el año 2024, sobre las variables de aplicación móvil y bienestar emocional. La encuesta se administró de manera virtual a través de WhatsApp, lo que facilitó encontrar la relación de la gestión de emociones con el uso de aplicaciones móviles.

2.11.9.2. Instrumentos de recolección de datos. En cuanto al instrumento, se utilizó un cuestionario para este proyecto. Las preguntas del cuestionario fueron diseñadas considerando las variables y dimensiones establecidas. Estas preguntas fueron cerradas, con una escala ordinal de cinco niveles tipo Likert (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre y Siempre). El cuestionario se consolidó mediante Formularios de Google (<https://forms.gle/uoIGbPZNn7uui1RQ7>) y fue aplicado a 50 estudiantes de 1° a 6° ciclo del Instituto San Ignacio de Loyola, sede Miraflores, durante el año 2024.

2.11.10. Validez y confiabilidad

Validez del instrumento

Para la evaluación del cuestionario, se consultó la validez por juicio de expertos, es decir, un especialista en metodología de la investigación, quien evaluó con base en criterios como claridad, objetividad y pertinencia, entre otros, ver Anexo 8.5.

El resultado del juicio de esta evaluación ha sido comparado con los valores y niveles de la validez, ver Tabla 3.

Tabla 3

Niveles y valores de validez

Niveles	Valores
Excelente	81-100%
Muy bueno	61-80%
Bueno	41-60%
Regular	21-40%
Deficiente	0-20%

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, el instrumento para medir las variables aplicación móvil y bienestar emocional tiene un nivel de validez muy bueno, dado que el valor obtenido es de 71%, ver Anexo 8.5.

Confiabilidad de la investigación

Para comprobar la confiabilidad de los resultados del instrumento, se aplicó la medida de consistencia interna mediante una prueba piloto con una muestra de 20 participantes, seleccionados por conveniencia y con características similares a la población de estudio. A cada participante se le administró el instrumento en un único momento.

La confiabilidad interna del instrumento se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (α), que varía entre 0 (baja o nula confiabilidad) y 1 (alto o máximo de confiabilidad), como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Valor del coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach

Intervalo	Interpretación
$\alpha > 0.9$	Excelente
$\alpha > 0.8$	Bueno
$\alpha > 0.7$	Aceptable
$\alpha > 0.6$	Cuestionable
$\alpha > 0.5$	Pobre

$\alpha < 0.5$

Inaceptable

Fuente: Elaboración propia

Luego de aplicar el instrumento, se obtuvo un valor α de 0.961. Por lo tanto, se precisa que el instrumento tiene una excelente confiabilidad.

III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Se han estimado los gastos adicionales necesarios para la realización de esta investigación, los cuales incluyen los bienes y servicios. A continuación, se detallan estos costos por categoría:

Tabla 5

Estimación de costos para el desarrollo de la investigación

Naturaleza del Gasto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Personal				
	Asesor	1	S/ 0.00	S/ 0.00
Bienes				
	USB	1	S/ 13.50	S/ 13.50
Servicios				
	Microsoft 365	1	S/ 22.00	S/ 22.00
RESUMEN				
	Personal			S/ 0.00
	Bienes			S/ 13.50
	Servicios			S/ 22.00
TOTAL				S/ 35.50

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 5 se detallan los costos estimados para la realización de la investigación, los cuales incluyen el uso de un asesor proporcionado por la institución, la compra de un USB para almacenar la información, y la suscripción al servicio de Microsoft 365, que permite el uso de Microsoft Word con la conexión a Mendeley. El costo total estimado para llevar a cabo esta investigación es de S/ 35.50, cubriendo los recursos adicionales necesarios.

A continuación, se muestran los costos estimados para implementar el proyecto, cubriendo desde el desarrollo de la aplicación hasta su mantenimiento y promoción. Estos costos son necesarios para asegurar que el proyecto se ejecute correctamente:

Tabla 6

Estimación de costos para la implementación del proyecto

Naturaleza del Gasto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Desarrollo e implementación				
	Implementación de la aplicación móvil	1	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
	Diseño y desarrollo de contenido (interfaz, funcionalidades, etc.)	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
	Implementación de cada dashboard (tableros, paneles de usuarios)	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Publicación en plataformas de descarga				
	Registro en Google Play (tarifa única como desarrollador)	1	S/ 95.19*	S/ 95.19*
	Registros en App Store (tarifa anual como desarrollador)	1	S/ 376.96*	S/ 376.96*
Marketing y publicidad				
	Pack de diseño de material promocional digital (banners, anuncios)	1	S/ 500.00	S/ 500.00
	Desarrollo de material audiovisual para TikTok	3	S/ 150.00	S/ 450.00
	Diseño de material promocional físico (flyers, posters)	3	S/ 120.00	S/ 360.00
	Impresión de flyers	500	S/ 0.3	S/ 150.00
	Impresión de posters	10	S/ 10.00	S/ 100.00
	Publicidad en Meta (Facebook e Instagram)	1	S/ 150.00	S/ 150.00
	Publicidad en TikTok	1	S/ 150.00	S/ 150.00

Capacitación				
	Capacitación a docentes y alumnos sobre uso de la app	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Evaluación y seguimiento				
	Encuestas y/o focus group con usuarios para evaluación continua	1	S/ 600.00	S/ 600.00
Mantenimiento				
	Soporte y mantenimiento	1	S/ 500.00	S/ 500.00
	Actualizaciones anuales	1	S/ 500.00	S/ 500.00
RESUMEN				
	Desarrollo e implementación			S/ 8,500.00
	Publicación en plataformas de descarga			S/ 472.15
	Marketing y publicidad			S/ 1,860.00
	Capacitación			S/ 800.00
	Evaluación y seguimiento			S/ 600.00
	Mantenimiento			S/ 1,000.00
TOTAL				S/ 13,532.15

Fuente: Elaboración propia - *Precio calculado con el tipo de cambio S/ 3.807

Interpretación: En la Tabla 6 se presentan los costos estimados para la implementación de la aplicación móvil que busca mejorar el bienestar emocional del alumnado. Estos costos están organizados en categorías que cubren desde el desarrollo de la aplicación hasta su mantenimiento a lo largo de un año.

Primero, el desarrollo e implementación de la aplicación incluye la creación y diseño de la interfaz de usuario, el desarrollo de las funcionalidades necesarias y la implementación de los dashboards o paneles de control para facilitar la interacción de usuarios y administradores con la plataforma.

El registro y publicación en plataformas como Google Play y App Store tiene un costo total de S/ 472.15, calculado con base en el tipo de cambio actual del dólar, considerando las tarifas de 25 USD para Google Play y 99 USD para App Store, usando la tasa de venta del dólar de S/ 3.807 según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2024) al 15 de noviembre.

En cuanto al marketing y publicidad, se ha considerado el diseño de material promocional digital de banners y también anuncios para Metacreación de material audiovisual para anuncios en TikTok y material promocional físico, como flyers y posters. También se considera la capacitación del uso de la aplicación, además de la evaluación continua mediante encuestas y focus groups, que permitirán medir el impacto de la aplicación. Por último, el mantenimiento, que abarca el soporte post-lanzamiento y las actualizaciones anuales.

El costo total estimado supera los S/ 13,500.00, una inversión que garantiza no solo la correcta ejecución del proyecto, sino también su sostenibilidad.

IV. RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis de resultados descriptivos

4.1.1. Información demográfica

Este proyecto se inicia con un análisis descriptivo basado en los datos sociodemográficos obtenidos mediante el cuestionario. Para este análisis, se emplea la distribución de frecuencias (f), y se comienza precisando la variable de sexo.

Tabla 7

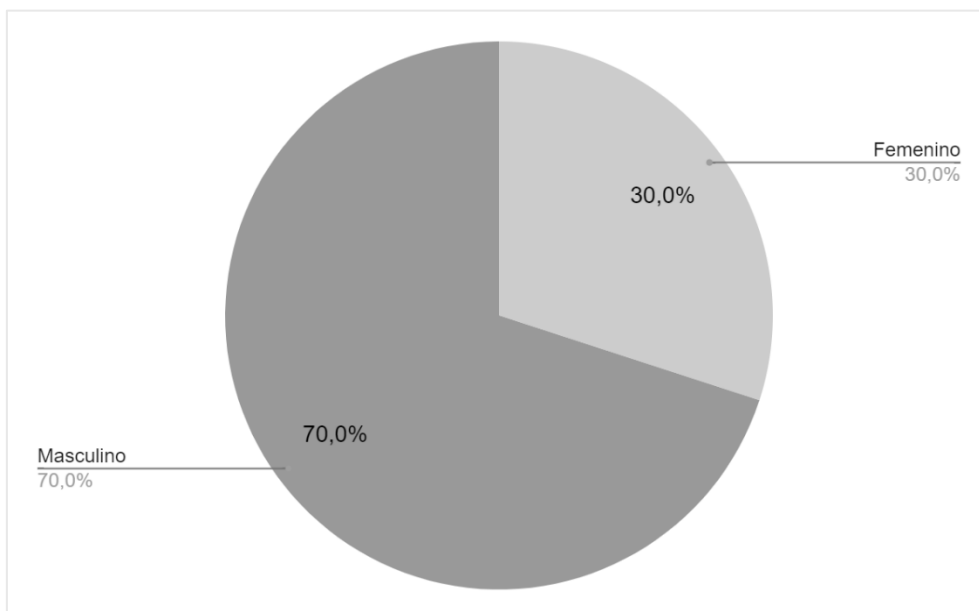
Características según el sexo de los estudiantes

Sexo	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Femenino	15	30%
Masculino	35	70%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Características según el sexo de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 7 y la Figura 4 muestran que el 70% de los participantes son de hombres, mientras que el 30% corresponde a mujeres. Esto indica que la mayoría de la muestra de estudio está compuesta por hombres.

4.1.2. Análisis de datos cuantitativos

Variable 1: Aplicación Móvil

Dimensión 1: Diagnóstico (4 ítems)

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones móviles?

Tabla 8

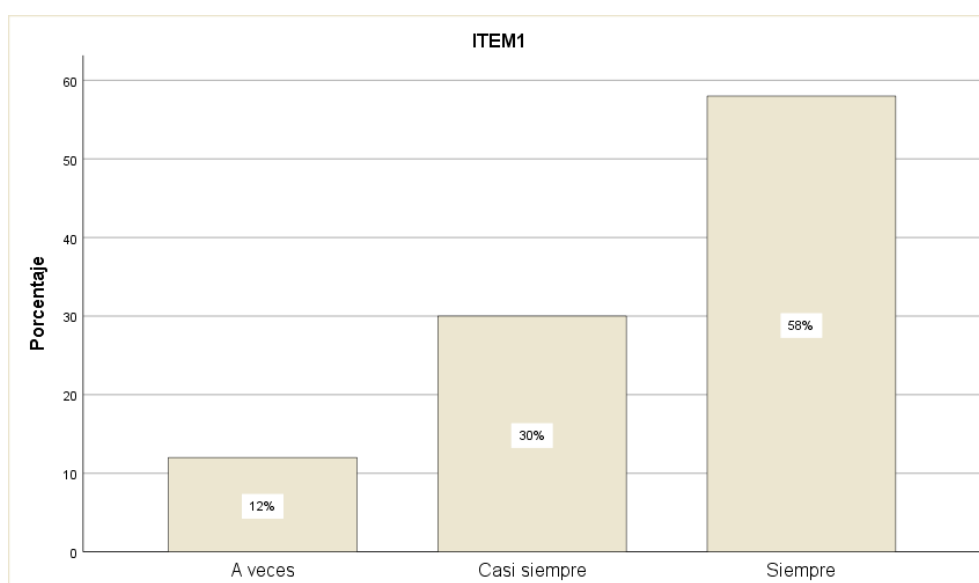
Frecuencia de uso de aplicaciones móviles

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
A veces	6	12%
Casi siempre	15	30%
Siempre	29	58%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Frecuencia de uso de aplicaciones móviles



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 8 y en la Figura 5 que el 58% de los participantes utiliza aplicaciones móviles siempre, mientras que un 30% las usa casi siempre y un 12% las emplea a veces. Esto muestra que la mayoría de frecuentemente las aplicaciones móviles.

Pregunta 2: ¿Considera que existe preferencias al usar aplicaciones móviles que se ven bien?

Tabla 9

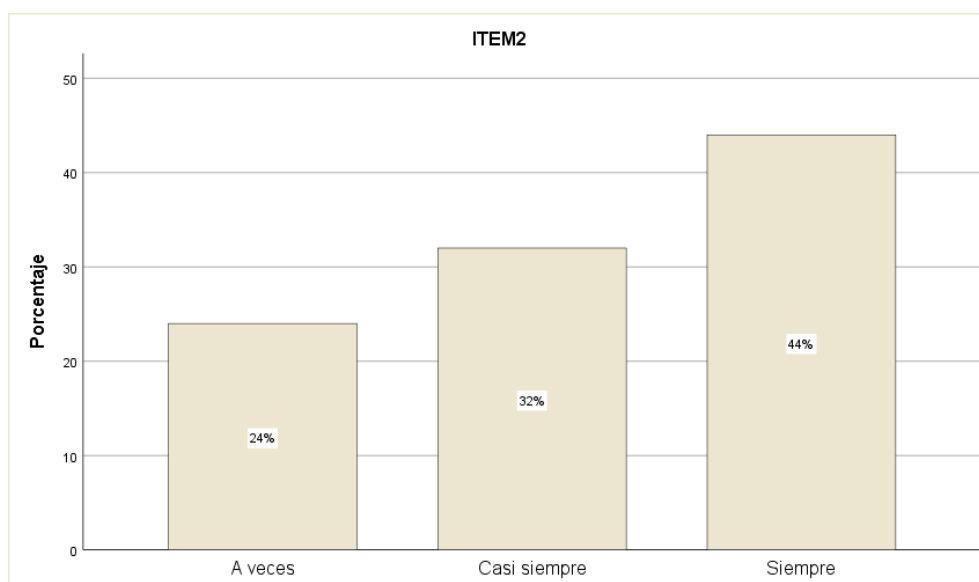
Preferencias estéticas en el uso de aplicaciones móviles

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
A veces	12	24%
Casi siempre	16	32%
Siempre	22	44%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Preferencias estéticas en el uso de aplicaciones móviles



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 9 y en la Figura 6 que el 44% siempre prefieren usar aplicaciones móviles que se ven bien, mientras que un 32% casi siempre tiene esta preferencia y un 24% la tiene a veces. Esto demuestra la valoración de la apariencia visual de las aplicaciones móviles, reflejando la importancia del diseño estético en la experiencia del usuario.

Pregunta 3: ¿Tiene pensado utilizar una aplicación móvil para manejar sus emociones?

Tabla 10

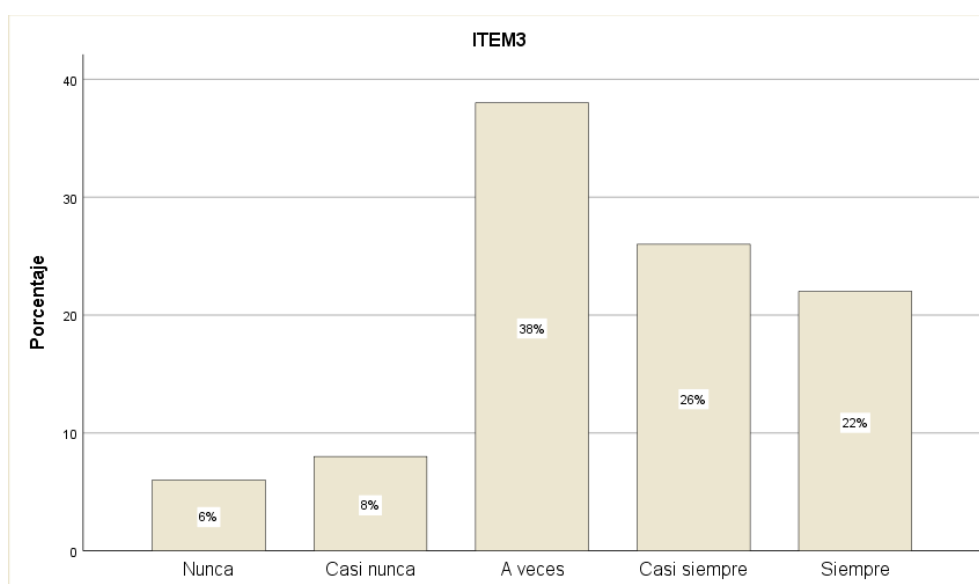
Uso de aplicación móvil para manejar emociones

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	4	8%
A veces	19	38%
Casi siempre	13	26%
Siempre	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Uso de aplicación móvil para manejar emociones



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 10 y Figura 7, se puede apreciar que las personas encuestadas consideran el uso de una aplicación móvil para manejar sus emociones, ya que el 38% indicó que podría utilizarlo algunas veces, 26% casi siempre y 22% siempre, mientras que solo el 6% no estaría dispuesto a usarla.

Pregunta 4: ¿Considera que en los últimos 3 meses ha tenido problemas emocionales (estrés, ansiedad, tristeza, etc.)?

Tabla 11

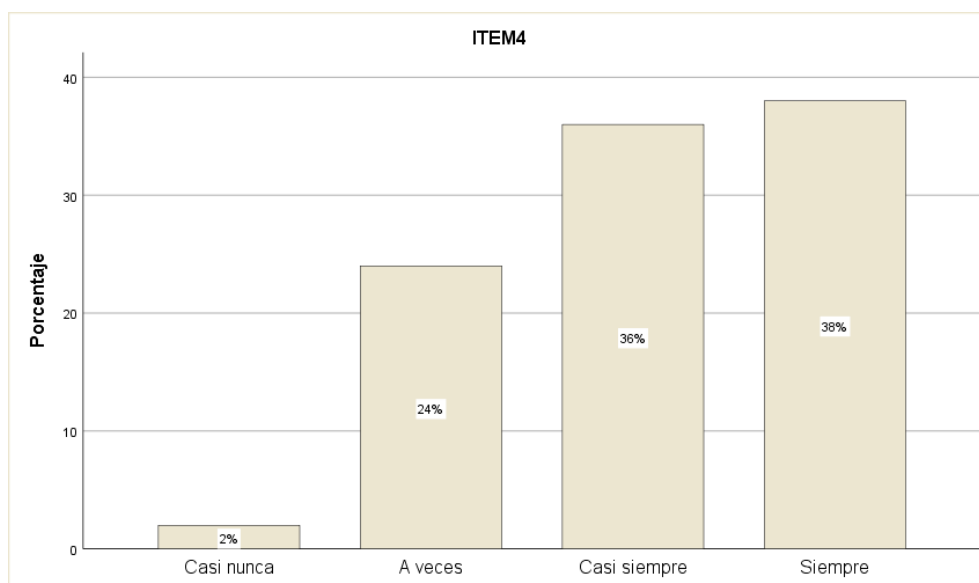
Problemas emocionales en los últimos 3 meses

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	12	24%
Casi siempre	18	36%
Siempre	19	38%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Problemas emocionales en los últimos 3 meses



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 11 y en la Figura 8 que el 38% siempre han tenido problemas emocionales en los últimos tres meses, mientras que otro 36% casi siempre ha experimentado estos problemas. Un 24% de reporta tener problemas emocionales a veces y un 2% casi nunca. Esto indica la mayoría ha enfrentado problemas emocionales en los últimos tres meses con una alta frecuencia.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Diagnóstico de la variable independiente Aplicación móvil.

Tabla 12

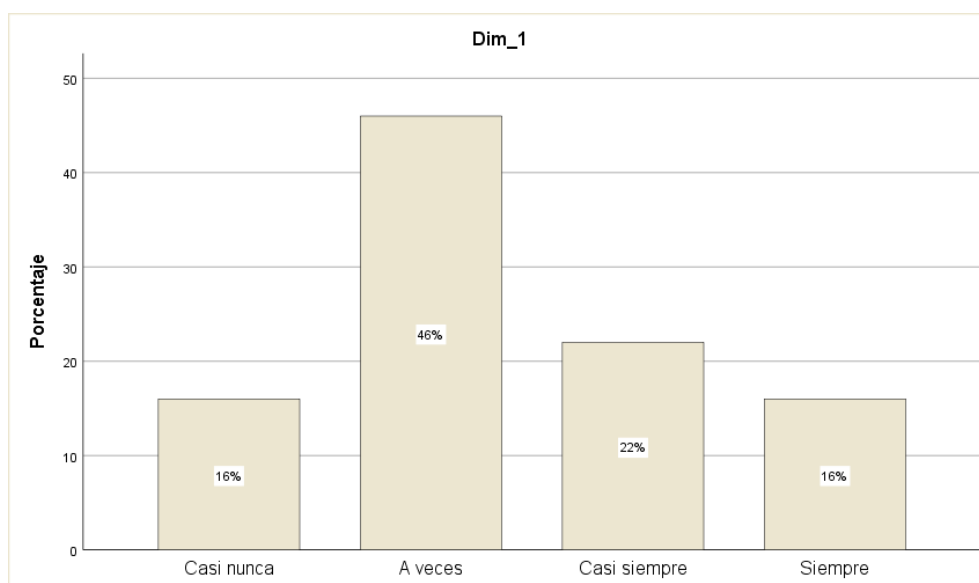
Frecuencias totales de la dimensión 1: Diagnóstico

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	8	16%
A veces	23	46%
Casi siempre	11	22%
Siempre	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Frecuencias totales de la dimensión 1: Diagnóstico



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 12 y la Figura 9 muestran los datos correspondientes a la dimensión Diagnóstico, la cual incluye preguntas relacionadas con la frecuencia de uso de aplicaciones móviles, la preferencia por aplicaciones visualmente atractivas, la intención de usar aplicaciones móviles para manejar emociones, y la experiencia de problemas emocionales. Los resultados indican que el 46% indica que a veces consideran estos aspectos, mientras que el 22% afirma que casi siempre los tienen en cuenta y el 16% siempre. Solo un 16% de los participantes menciona que casi nunca los considera. Estos hallazgos sugieren una consideración por parte de la mayoría respecto al uso de aplicaciones móviles en relación con sus emociones y preferencias, mostrando una buena adopción y valoración de estas herramientas.

Dimensión 2: Diseño y prototipo (6 ítems)

Pregunta 5: ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para ayudar a manejar el estrés?

Tabla 13

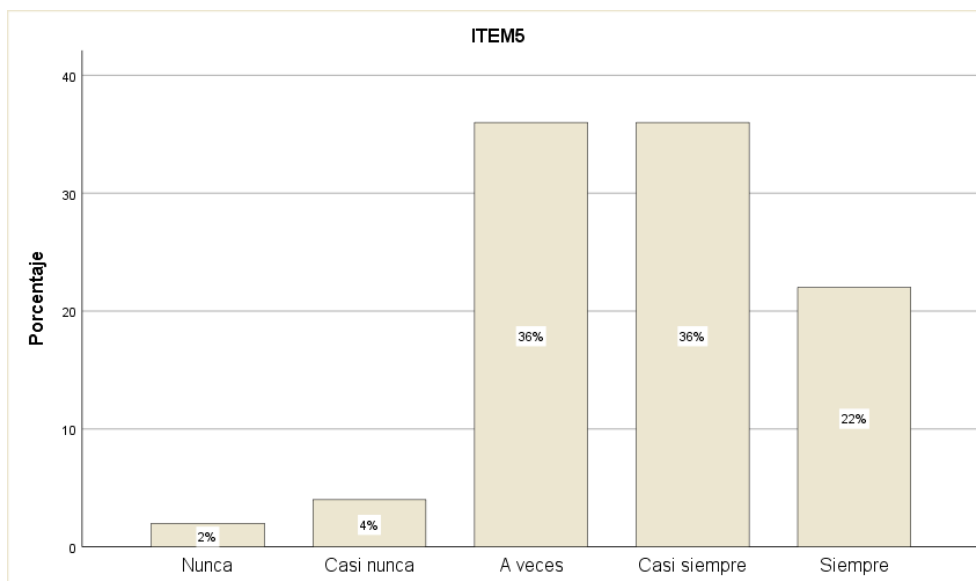
Uso de aplicación móvil para manejar el estrés

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	18	36%
Casi siempre	18	36%
Siempre	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Uso de aplicación móvil para manejar el estrés



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 13 y la Figura 10 se muestra que el 36% consideraría usar una aplicación móvil para manejar el estrés casi siempre, mientras que otro 36% a veces estarían dispuestos a hacerlo. Además, el 22% indicaron que siempre utilizarían tales aplicaciones, 4% mencionaron que casi nunca y 2% que nunca lo harían. Estos datos reflejan que una mayoría considerable de los participantes está favorablemente predispuesta a emplear aplicaciones móviles con herramientas para la gestión del estrés.

Pregunta 6: ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para mejorar el estado de ánimo?

Tabla 14

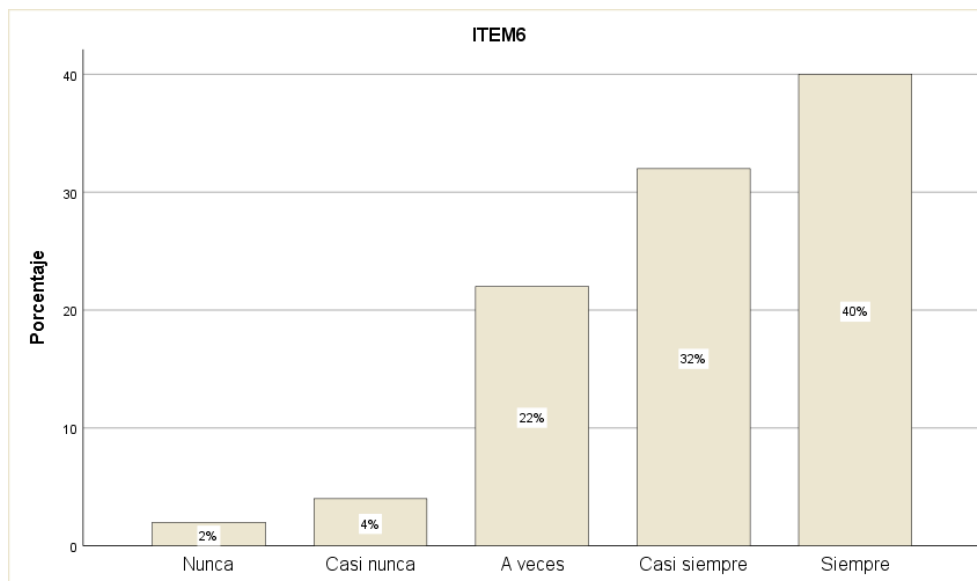
Uso de aplicación móvil para mejorar el estado de ánimo

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	11	22%
Casi siempre	16	32%
Siempre	20	40%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Uso de aplicación móvil para mejorar el estado de ánimo



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los datos presentados en la Tabla 14 y en la Figura 11 revelan que el 40% de los participantes siempre considerarían usar una aplicación móvil con herramientas para mejorar el estado de ánimo, mientras que el 32% lo haría casi siempre. Además, el 22% afirmaron que a veces utilizarían estas aplicaciones, mientras que el 4% y 2% indicaron que lo harían casi nunca y nunca, respectivamente. Esto indica que la mayoría está abierta a la utilización de aplicaciones móviles destinadas a mejorar el estado de ánimo.

Pregunta 7: ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para reducir la ansiedad?

Tabla 15

Uso de aplicación móvil para reducir la ansiedad

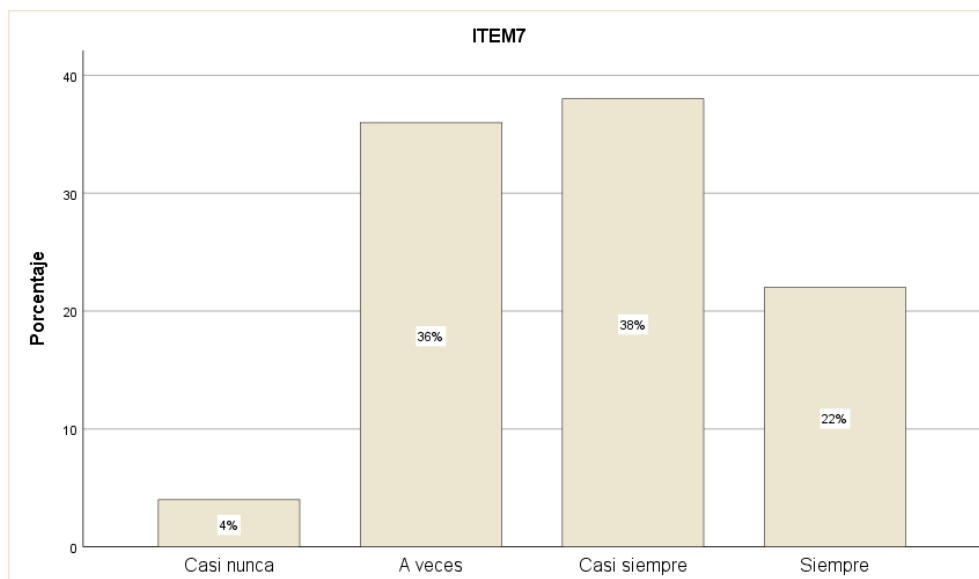
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	2	4%
A veces	18	36%

Casi siempre	19	38%
Siempre	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Uso de aplicación móvil para reducir la ansiedad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los datos de la Tabla 15 y la Figura 12 muestran que el 38% casi siempre considerarían usar una aplicación móvil con herramientas para reducir la ansiedad y el 22% lo haría siempre. Además, el 36% utilizaría estas aplicaciones a veces y el 4% indicó que casi nunca. Estos resultados sugieren que la mayoría está dispuesta a emplear aplicaciones móviles diseñadas para reducir la ansiedad.

Pregunta 8: ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para desarrollar habilidades de mindfulness?

Tabla 16

Uso de aplicación móvil para habilidades de mindfulness

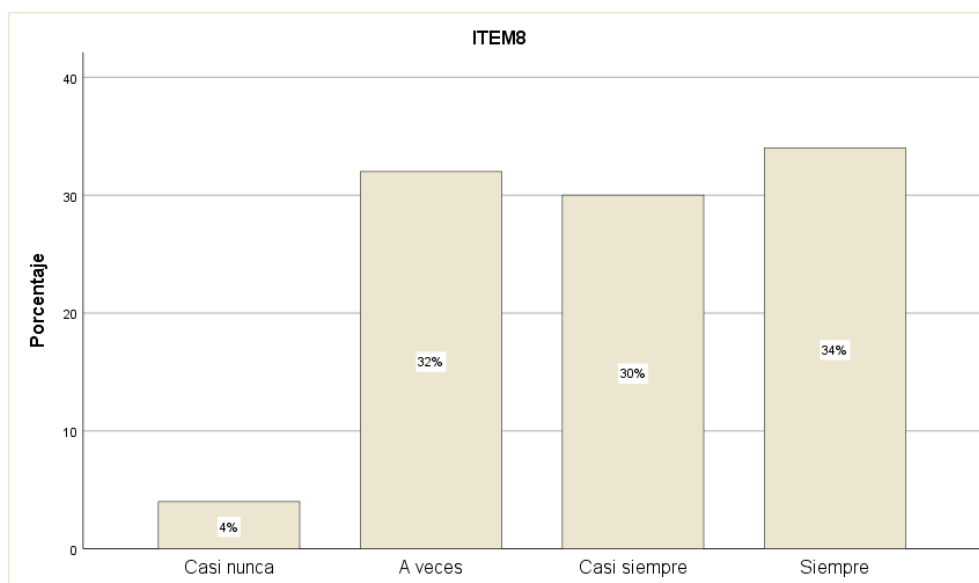
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	2	4%

A veces	16	32%
Casi siempre	15	30%
Siempre	17	34%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Uso de aplicación móvil para habilidades de mindfulness



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 16 y la Figura 13 indican que el 34% siempre considerarían usar una aplicación móvil con herramientas para desarrollar habilidades de mindfulness, mientras que el 30% lo haría casi siempre. Un 32% de los participantes mencionaron que usarían estas aplicaciones a veces y un 4% casi nunca. Esto sugiere que la mayoría está interesada en utilizar aplicaciones móviles para mejorar sus habilidades de mindfulness.

Pregunta 9: ¿Considera apropiado una retroalimentación sobre el diseño y las funcionalidades de la aplicación?

Tabla 17

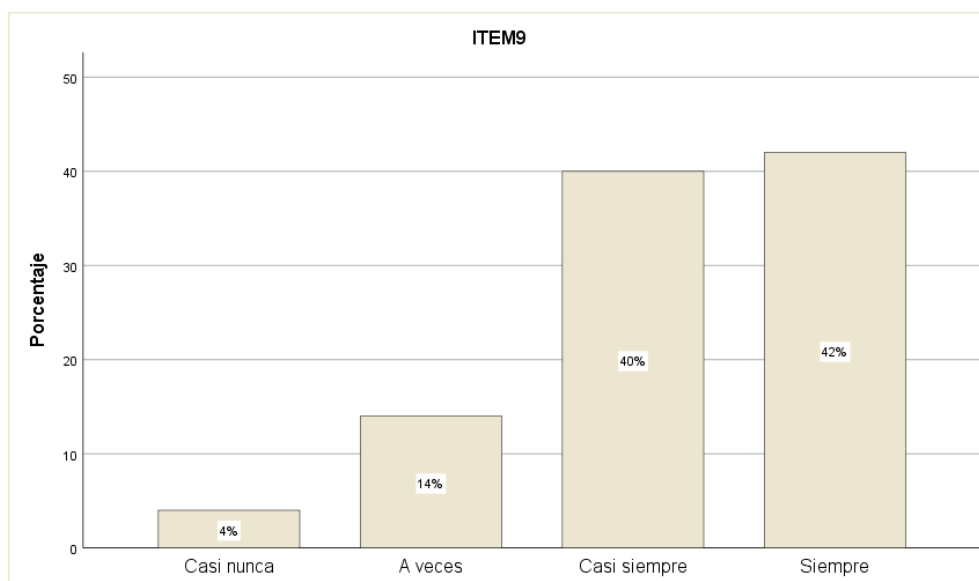
Retroalimentación del diseño y funcionalidades de la aplicación

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	2	4%
A veces	7	14%
Casi siempre	20	40%
Siempre	21	42%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Retroalimentación del diseño y funcionalidades de la aplicación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 17 y la Figura 14 se evidencia que el 42% siempre consideran apropiado dar retroalimentación sobre el diseño y las funcionalidades de una aplicación, mientras que el 40% casi siempre tienen esta disposición. Un 14% de los participantes estarían dispuestos a dar retroalimentación a veces y un 4% casi nunca. Estos datos indican que una mayoría considerable valora la oportunidad de dar feedback, sugiriendo que consideran este proceso crucial para la mejora continua de las aplicaciones.

Pregunta 10: ¿Considera que se debe mejorar continuamente las aplicaciones con base en las opiniones de los usuarios?

Tabla 18

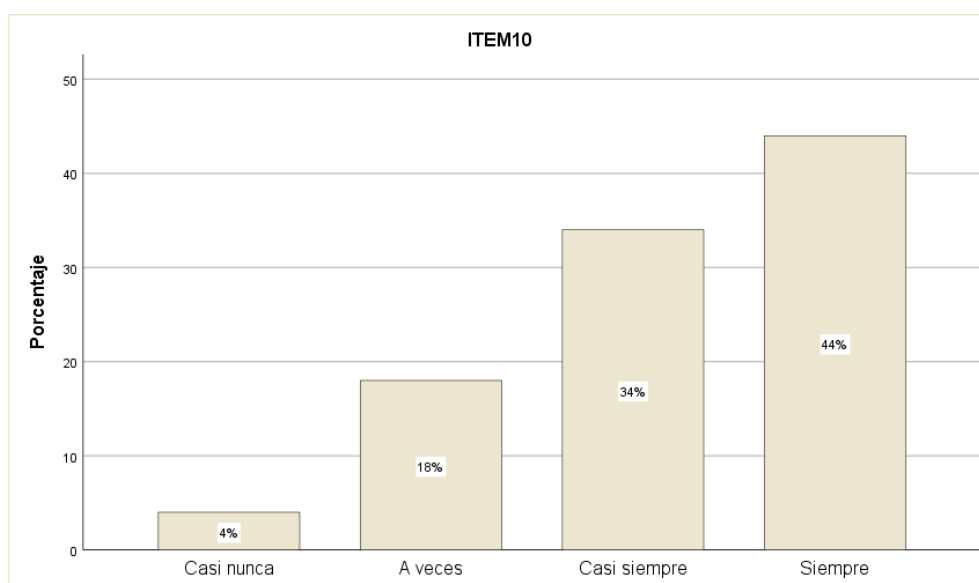
Mejoras continuas según opiniones de usuarios

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	2	4%
A veces	9	18%
Casi siempre	17	34%
Siempre	22	44%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Mejoras continuas según opiniones de usuarios



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la Tabla 18 y la Figura 15, el 44% siempre considera que las aplicaciones deben mejorarse continuamente basándose en las opiniones de los usuarios, mientras que el 34% lo cree casi siempre. Un 18% estaría de acuerdo con esta práctica a veces, y solo un 4% piensa que casi nunca se debería hacer. Estos resultados indican que la mayoría valora la integración continua del feedback de los usuarios para la mejora constante de las apps.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Diseño y Prototipo de la variable independiente Aplicación móvil.

Tabla 19

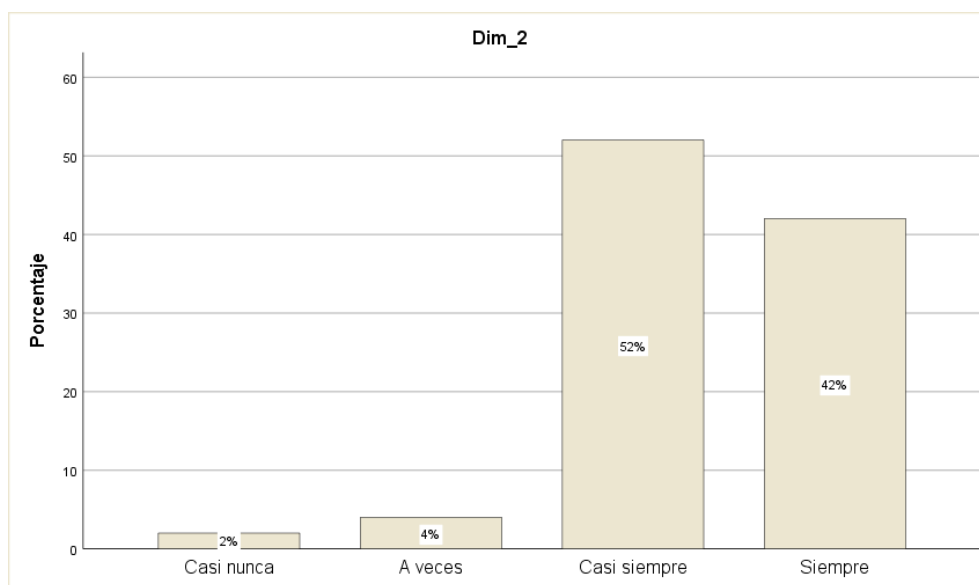
Frecuencias totales de la dimensión 2: Diseño y prototipo

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	2	4%
Casi siempre	26	52%
Siempre	21	42%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Frecuencias totales de la dimensión 2: Diseño y prototipo



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 19 y la Figura 16 muestran los datos correspondientes a la dimensión Diseño y prototipo, que abarca preguntas sobre la consideración de usar aplicaciones móviles con herramientas para manejar el estrés, mejorar el estado de ánimo, reducir la ansiedad, desarrollar habilidades de mindfulness, así como la percepción sobre la retroalimentación y mejora continua del diseño y funcionalidades de la aplicación. Los

resultados indican que un 52% casi siempre tienen en cuenta estos aspectos y otro 42% lo hacen siempre. Un pequeño porcentaje del 4% menciona que solo a veces y un 2% casi nunca los considera. Estos resultados sugieren una fuerte inclinación hacia la aceptación y valoración de aplicaciones móviles bien diseñadas y funcionales, que incorporen herramientas para el bienestar emocional y que se beneficien de la retroalimentación continua de los usuarios.

Dimensión 3: Interfaz (5 ítems)

Pregunta 11: ¿Prefiere las aplicaciones con una interfaz visualmente atractiva?

Tabla 20

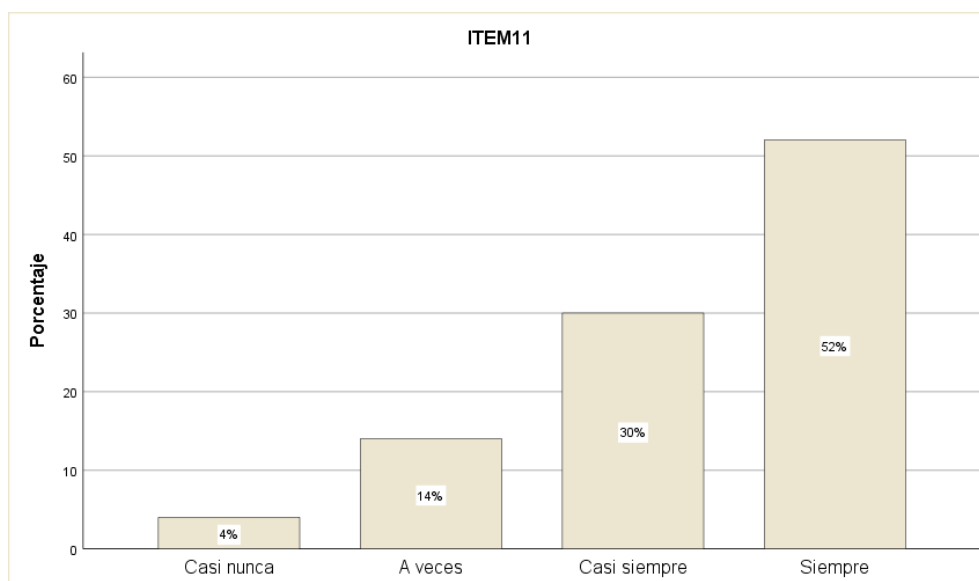
Preferencia de aplicaciones con interfaz atractiva

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	2	4%
A veces	7	14%
Casi siempre	15	30%
Siempre	26	52%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Preferencia de aplicaciones con interfaz atractiva



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 20 y la Figura 17 se observa que el 52% siempre prefieren las aplicaciones con una interfaz visualmente atractiva, mientras que el 30% lo prefiere casi siempre. Un 14% indica que a veces prefieren este tipo de aplicaciones, y solo un 4% menciona que casi nunca es una preferencia.

Pregunta 12: ¿Prefiere las aplicaciones que facilitan la búsqueda de funciones?

Tabla 21

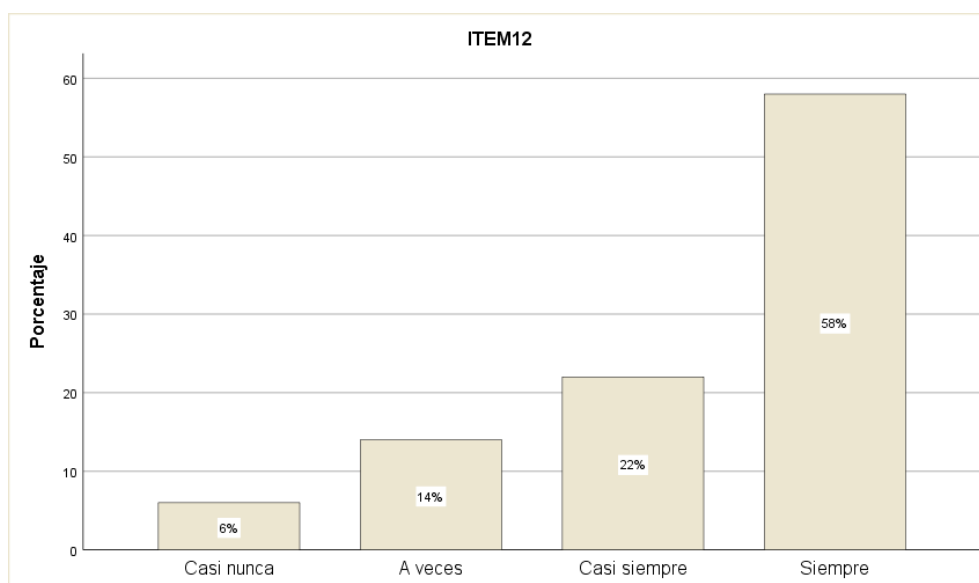
Preferencia por aplicaciones fáciles de usar

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	3	6%
A veces	7	14%
Casi siempre	11	22%
Siempre	29	58%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18

Preferencia por aplicaciones fáciles de usar



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 21 y Figura 18 que el 58% siempre prefieren las aplicaciones que facilitan la búsqueda de funciones, mientras que el 22% lo prefiere casi siempre. Un 14% indica que a veces prefieren este tipo de aplicaciones, y otro 6% menciona que casi nunca es una preferencia.

Pregunta 13: ¿Aprecia más las aplicaciones que son fáciles de usar?

Tabla 22

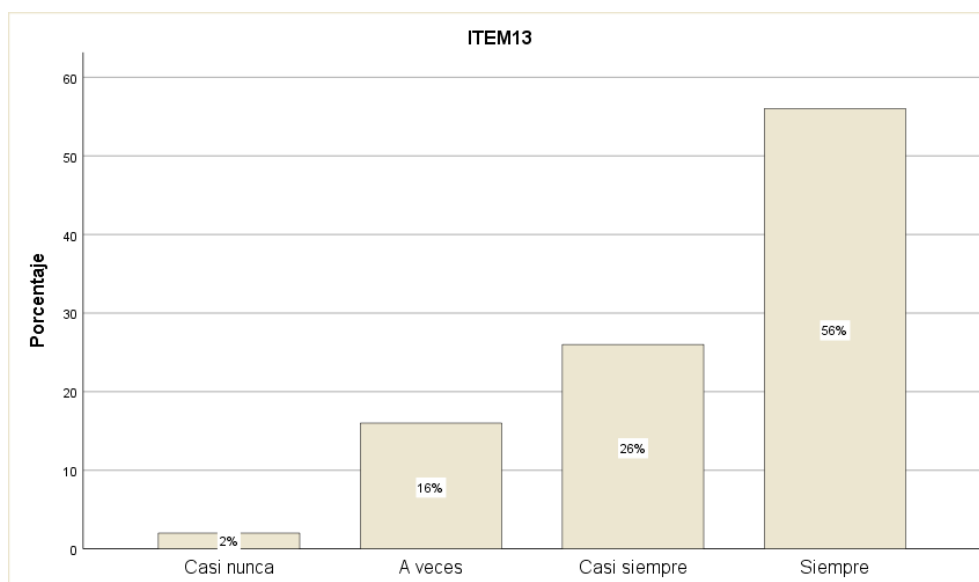
Apreciación de la facilidad de uso de las aplicaciones móviles

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	8	16%
Casi siempre	13	26%
Siempre	28	56%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 19

Apreciación de la facilidad de uso de las aplicaciones móviles



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 22 y la Figura 19 se observa que el 56% siempre aprecia las aplicaciones móviles que son fáciles de usar, mientras que el 26% lo hace casi

siempre. Un 16% indica que a veces aprecian la facilidad de uso, y solo un 2% menciona que casi nunca es una consideración. Estos resultados resaltan que la mayoría valora la facilidad de uso en las aplicaciones móviles, indicando que la usabilidad son aspectos clave para mejorar la satisfacción del usuario.

Pregunta 14: ¿Considera que la rapidez de respuesta de las aplicaciones móviles es muy importante?

Tabla 23

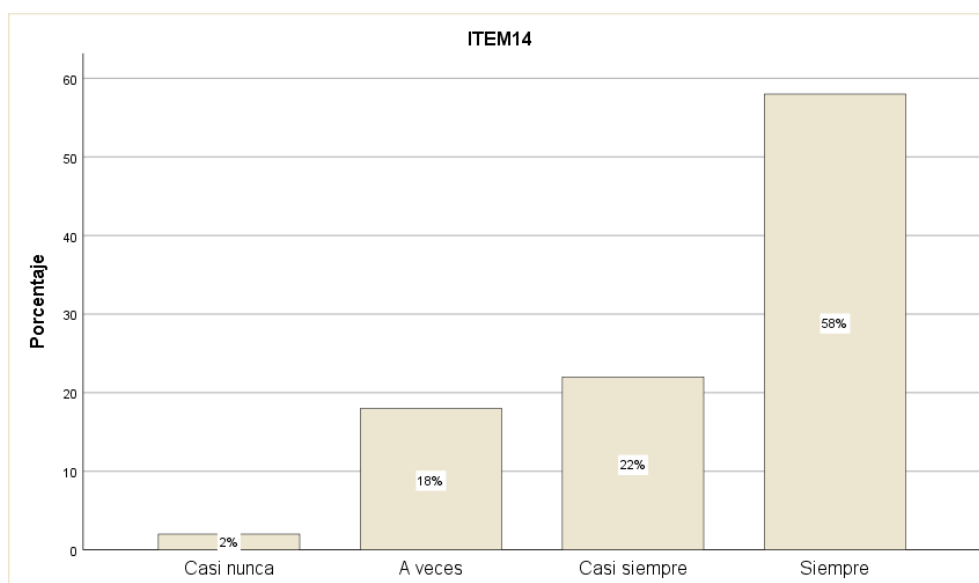
Importancia en la rapidez de respuesta

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	9	18%
Casi siempre	11	22%
Siempre	29	58%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 20

Importancia en la rapidez de respuesta



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 23 y en la Figura 20 que el 58% de los participantes considera que la rapidez de respuesta de las aplicaciones móviles es siempre muy importante, mientras que un 22% opina que es casi siempre importante. Otro 18% piensa que es a veces importante y solo un 2% considera que casi nunca es importante. Esto indica que la mayoría valora altamente la rapidez de respuesta de las aplicaciones móviles.

Pregunta 15: ¿Prefiere aplicaciones que sean fáciles de usar sin necesidad de saber mucho de tecnología?

Tabla 24

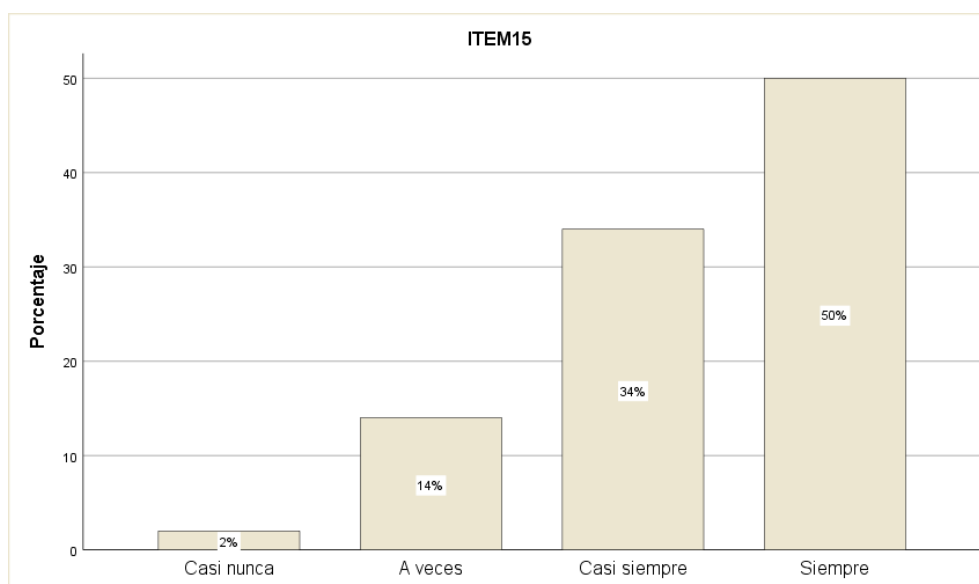
Preferencia en aplicaciones fáciles de usar

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	7	14%
Casi siempre	17	34%
Siempre	25	50%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 21

Preferencia en aplicaciones fáciles de usar



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 24 y la Figura 21 se observa que el 50% siempre prefieren aplicaciones que sean fáciles de usar sin necesidad de saber mucho de tecnología, seguido por un 34% que lo prefiere casi siempre. Un 14% indica que a veces prefieren este tipo de aplicaciones, mientras que solo un 2% menciona que casi nunca es una preferencia. Estos resultados enfatizan que la mayoría valora la accesibilidad y la simplicidad en las aplicaciones, resaltando la importancia de diseñar interfaces intuitivas que puedan ser utilizadas sin requerir un conocimiento profundo de tecnología.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Interfaz de la variable independiente Aplicación móvil.

Tabla 25

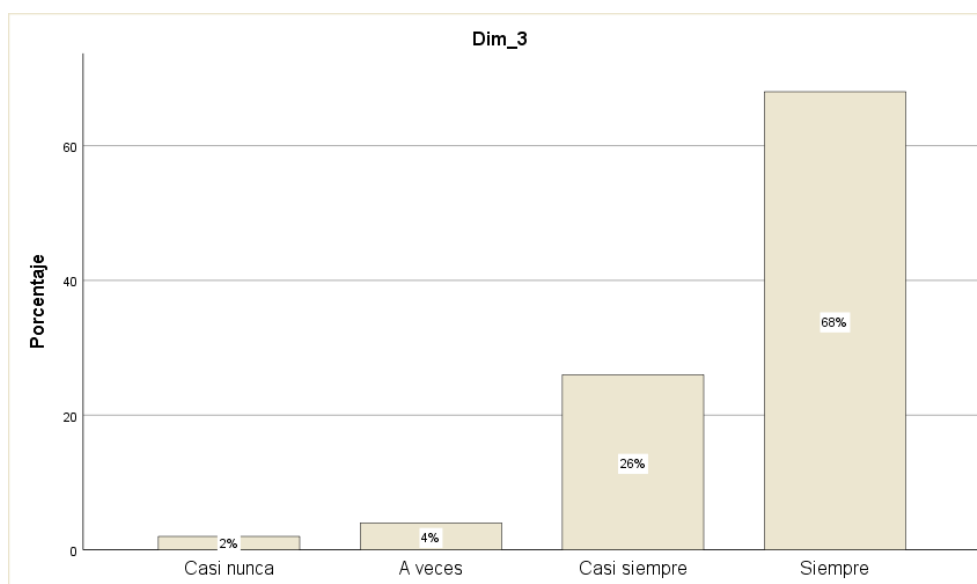
Frecuencias totales de la dimensión 3: Interfaz

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	1	2%
A veces	2	4%
Casi siempre	13	26%
Siempre	34	68%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Frecuencias totales de la dimensión 3: Interfaz



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 25 y la Figura 22 presentan los datos de la dimensión Interfaz, que abarca preguntas sobre las preferencias en cuanto a la interfaz visualmente atractiva, la facilidad para buscar funciones, la facilidad de uso, la importancia de la rapidez de respuesta y la facilidad de uso sin necesidad de conocimientos tecnológicos avanzados. Los resultados muestran que el 68% de los participantes siempre prefieren aplicaciones con estas características, y el 26% menciona que casi siempre las prefieren. Solo un 4% indica que a veces y un 2% que casi nunca consideran estos aspectos. Estos resultados reflejan una clara preferencia por interfaces de aplicaciones móviles que sean visualmente atractivas, fáciles de usar y con una rápida respuesta, lo que sugiere la importancia de un diseño de interfaz centrado en el usuario y accesible para todos.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias de la variable independiente Aplicación móvil, con base en las 3 dimensiones: Diagnóstico, Diseño y prototipo, e Interfaz.

Tabla 26

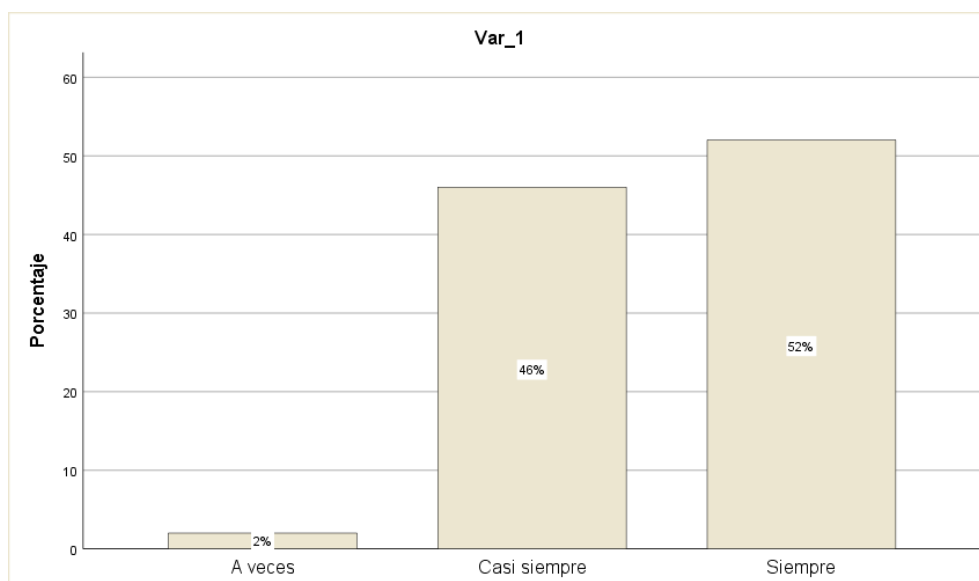
Baremo de la variable independiente: Aplicación móvil

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
A veces	1	2%
Casi siempre	23	46%
Siempre	26	52%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 23

Baremo de la variable independiente: Aplicación móvil



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 26 y la Figura 23 presentan el análisis de datos para la variable Aplicación móvil, que abarca varios aspectos del uso y preferencias de aplicaciones móviles, así como consideraciones sobre su diseño y funcionalidad. Los resultados indican que la mayoría tienen una frecuencia alta de respuestas positivas hacia los ítems evaluados. El 52% menciona que siempre, y el 46% indica que casi siempre emplean aplicaciones móviles y valoran diversos aspectos relacionados con su diseño y funcionalidad. Solo un 2% señala que esto ocurre a veces.

Variable 2: Bienestar emocional

Dimensión 1: Autoaceptación (5 ítems)

Pregunta 16: ¿Te aceptas tal como eres, sin juzgarte de manera negativa?

Tabla 27

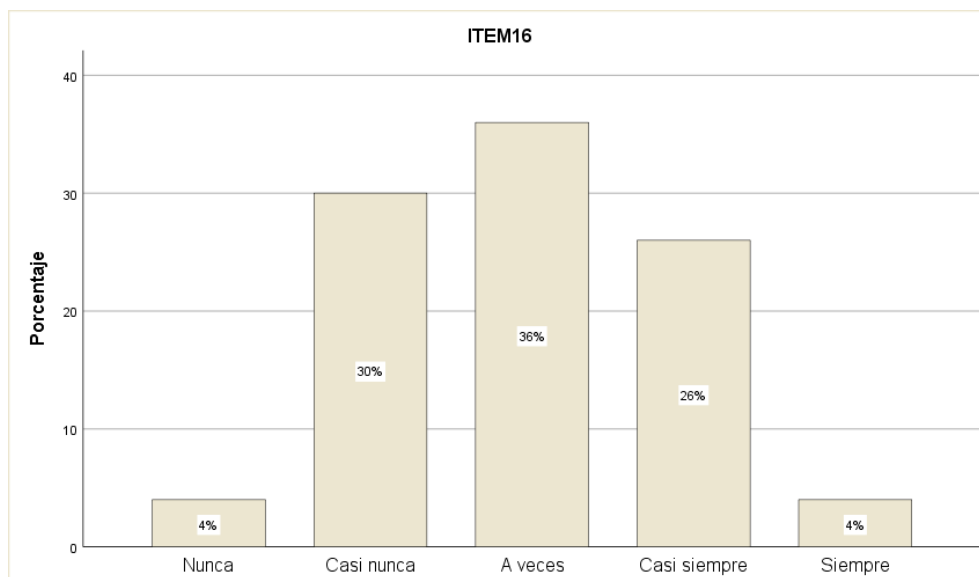
Nivel de autoaceptación

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	15	30%
A veces	18	36%
Casi siempre	13	26%
Siempre	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 24

Nivel de autoaceptación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 27 y la Figura 24 se puede observar que el 36% menciona que a veces se aceptan tal como son, sin juzgarse de manera negativa. Además, el 30% indica que casi nunca se auto aceptan, y un 4% lo hace nunca. Un 26% menciona que casi siempre se autoaceptan, y solo un 4% señala que siempre se aceptan tal como son. Estos resultados reflejan una variedad en la autoaceptación, destacando la importancia de promoción de la autoestima positiva en contextos donde la autocrítica puede ser prevalente.

Pregunta 17: ¿Confías en tus habilidades y en tu capacidad para superar los desafíos?

Tabla 28

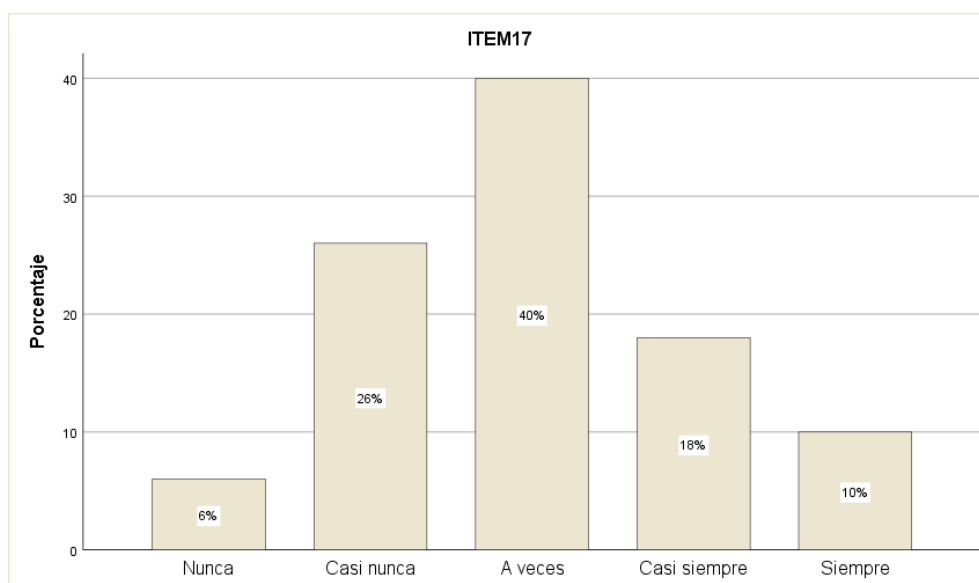
Confianza y capacidad para superar desafíos

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	13	26%
A veces	20	40%
Casi siempre	9	18%
Siempre	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 25

Confianza y capacidad para superar desafíos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 28 y Figura 25, que el 40% menciona que a veces confían en sus habilidades y en su capacidad para superar desafíos. Además, el 26% indica que casi nunca tienen esta confianza, y un 6% no lo hace nunca. Un 18% menciona que casi siempre confían en sus habilidades, y otro 10% señala que siempre lo

hacen. Estos resultados muestran una distribución variada en los niveles de confianza personal para enfrentar desafíos, demostrando lo importante que es fomentar la autoconfianza y el desarrollo personal en la gestión de dificultades y metas personales.

Pregunta 18: ¿Eres capaz de perdonarte por tus errores y aprender de ellos?

Tabla 29

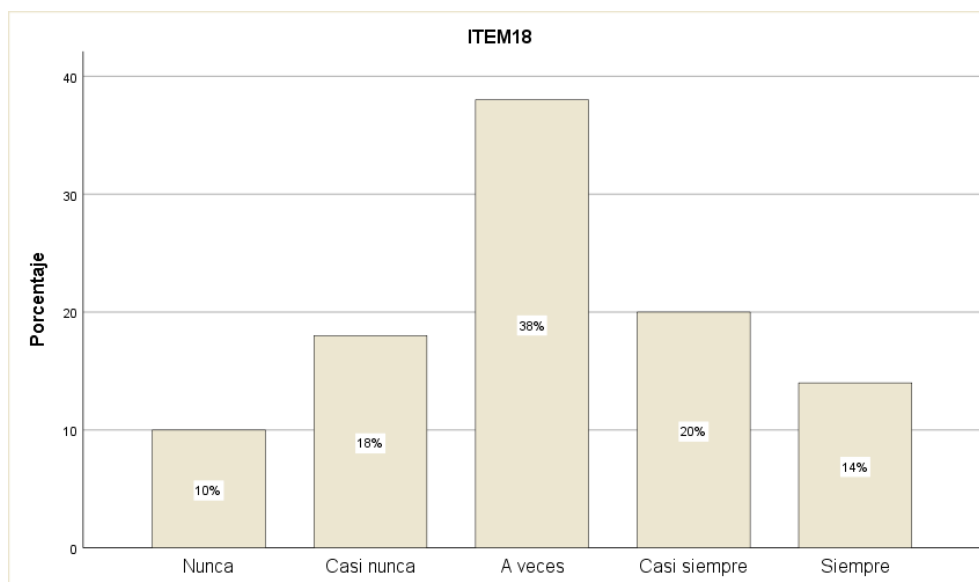
Autocrítica sobre los errores personales

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	9	18%
A veces	19	38%
Casi siempre	10	20%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 26

Autocrítica sobre los errores personales



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 29 y la Figura 26 se puede observar que el 38% a veces se perdona por sus errores y aprenden de ellos. Además, el 18% menciona que casi nunca

lo hace, seguido por un 10% que no lo hace nunca. Un 20% señala que casi siempre se perdona por sus errores, y otro 14% indica que siempre lo hace. Estos resultados muestran una variedad en la autocrítica hacia los errores personales, resaltando la importancia de promover el perdón y el aprendizaje como parte del crecimiento personal y la salud emocional.

Pregunta 19: ¿Reconoces tus cualidades y tus áreas de mejora?

Tabla 30

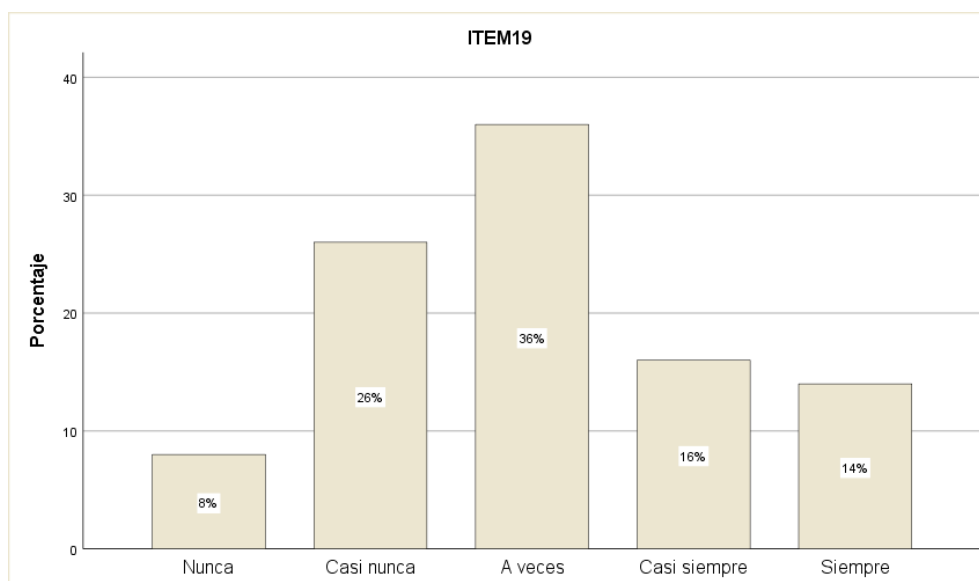
Reconocimiento de cualidades y áreas de mejora

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	4	8%
Casi nunca	13	26%
A veces	18	36%
Casi siempre	8	16%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 27

Reconocimiento de cualidades y áreas de mejora



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 30 y la Figura 27 se puede observar que el reconocimiento de cualidades y áreas de mejora muestra una distribución variada. El 36% a veces reconoce sus cualidades y sus áreas de mejora, mientras que un 26% lo hace tanto a veces como casi nunca y un 6% nunca lo hace. Además, un 16% menciona que casi siempre realiza este reconocimiento, y otro 14% indica que siempre lo hace. Estos resultados reflejan diferentes niveles de autoevaluación.

Pregunta 20: ¿Te sientes en paz contigo mismo(a) y con las decisiones que has tomado en tu vida?

Tabla 31

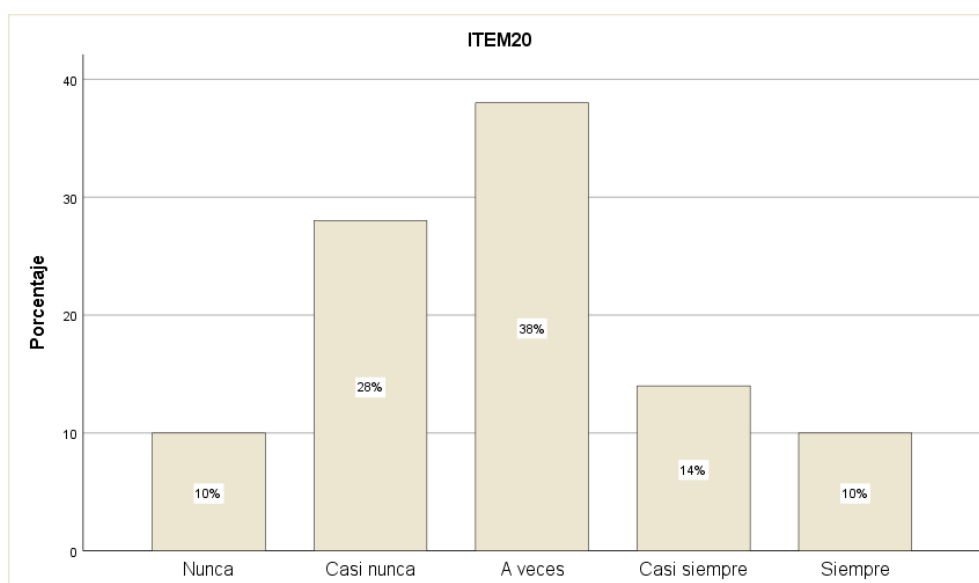
Sensación de paz y conformidad en la toma de decisiones

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	14	28%
A veces	19	38%
Casi siempre	7	14%
Siempre	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 28

Sensación de paz y conformidad en la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 31 y la Figura 28 se observa que la mayoría reporta experimentar ocasionalmente una sensación de paz interior y conformidad con las decisiones tomadas en su vida. El 38% menciona sentir esto solo a veces, mientras que el 28% indica que casi nunca se siente en paz y 10% nunca lo hace. Por otro lado, un 24% manifiesta sentir esta paz con mayor frecuencia, con un 14% experimentándola casi siempre y un 10% siempre. Estos resultados revelan una notable tendencia hacia una percepción menos constante de paz interior y satisfacción con las decisiones personales entre los participantes.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Autoaceptación de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 32

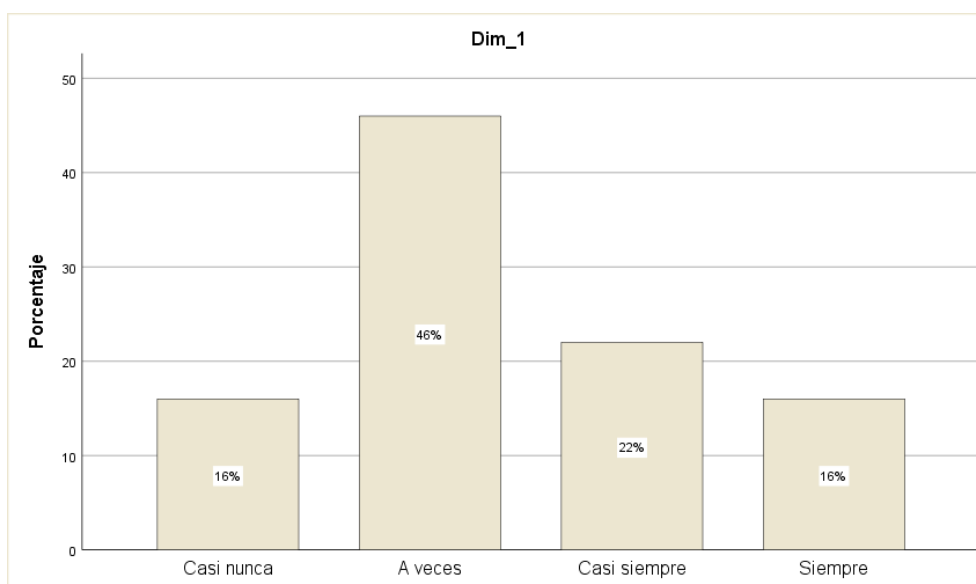
Frecuencias totales de la dimensión 1: Autoaceptación

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	8	16%
A veces	23	46%
Casi siempre	11	22%
Siempre	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 29

Frecuencias totales de la dimensión 1: Autoaceptación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 32 y la Figura 29 muestran los resultados de la dimensión Autoaceptación, que incluye preguntas sobre la aceptación de uno mismo sin juicios negativos, la confianza en las habilidades personales, la capacidad de perdonarse y aprender de los errores, el reconocimiento de cualidades y áreas de mejora, y la paz con las decisiones tomadas en la vida. Los datos indican que el 46% experimentan autoaceptación a veces, mientras que un 16% lo hace casi nunca. Por otro lado, un 22% reporta tener autoaceptación casi siempre y un 16%, siempre. Esto que la mayoría tienen una autoaceptación intermedia, lo que indica oportunidades significativas para mejorar y fortalecer su autoaceptación.

Dimensión 2: Relaciones positivas (5 ítems)

Pregunta 21: ¿Disfrutas pasar tiempo con las personas que te rodean?

Tabla 33

Disfrute por pasar tiempo con los que te rodean

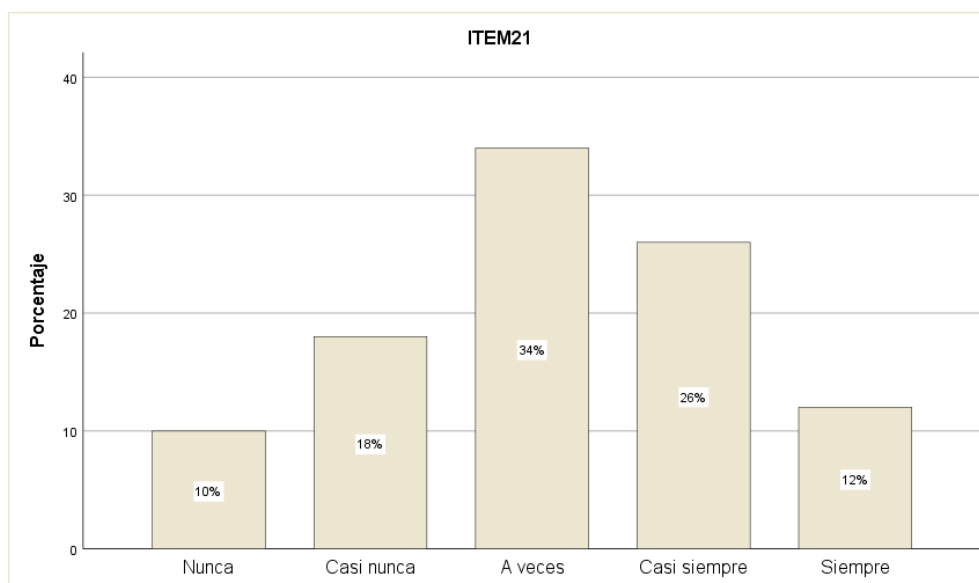
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	9	18%

A veces	17	34%
Casi siempre	13	26%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 30

Disfrute por pasar tiempo con los que te rodean



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 33 y la Figura 30 se observa que el 34% a veces disfruta pasar tiempo con las personas que los rodean, mientras que un 20% menciona hacerlo casi nunca y el 10% nunca lo hace. Por otro lado, un 26% disfruta casi siempre y un 12% siempre.

Pregunta 22: ¿Te esfuerzas por ser amable y comprensivo/a con los demás?

Tabla 34

Nivel de esfuerzo por la amabilidad y comprensión

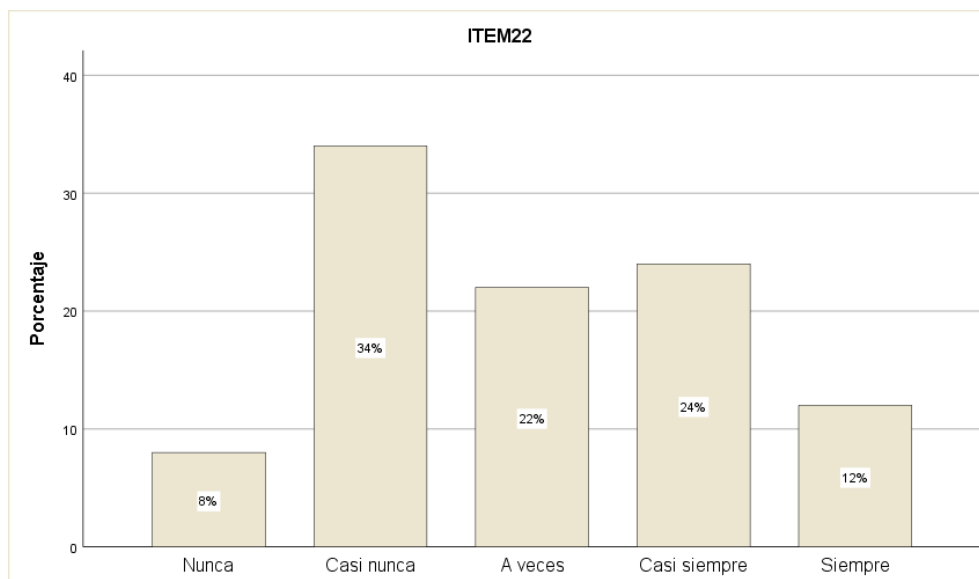
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	4	8%
Casi nunca	17	34%
A veces	11	22%

Casi siempre	12	24%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 31

Nivel de esfuerzo por la amabilidad y comprensión



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 34 y la Figura 31 se destaca que el 34% menciona esforzarse casi nunca por ser amables y comprensivos con los demás. Además, el 22% indica hacerlo solo a veces y 8% nunca lo hace. Por otro lado, vemos que el 24% menciona esforzarse casi siempre y el 12% lo hace siempre.

Pregunta 23: ¿Buscas entender y apreciar las diferentes perspectivas de las personas?

Tabla 35

Apreciación de las perspectivas de los demás

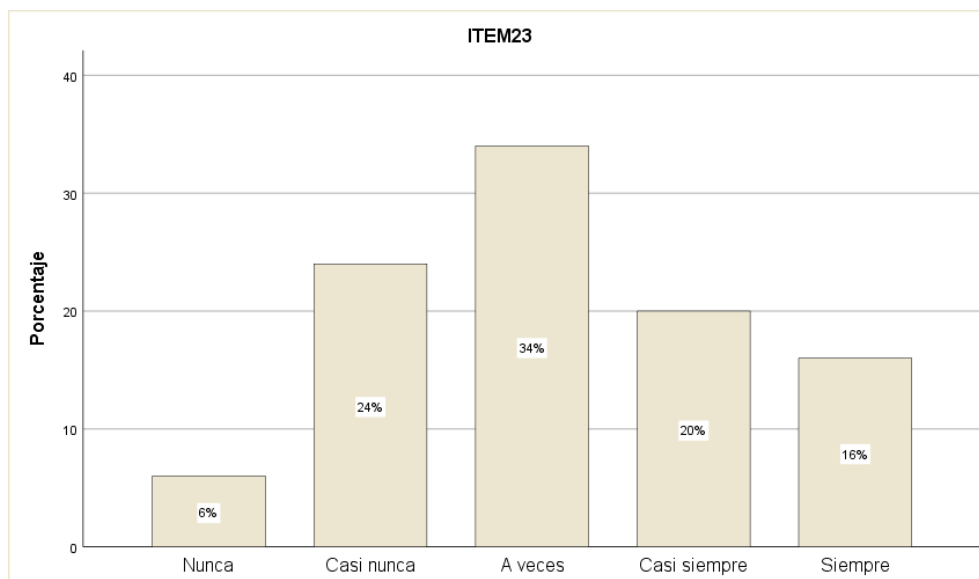
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	12	24%
A veces	17	34%

Casi siempre	10	20%
Siempre	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 32

Apreciación de las perspectivas de los demás



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 35 y la Figura 32 se observa que el 34% a veces busca entender y apreciar las diferentes perspectivas de las personas, mientras que el 24% lo hace casi nunca y un 6% indica nunca hacerlo. Además, un 20% menciona apreciar estas perspectivas casi siempre, y un 16% lo hace siempre. Estos resultados destacan una tendencia hacia una variedad en la disposición para entender y valorar diversas perspectivas entre los participantes.

Pregunta 24: ¿Cultivas relaciones cercanas y afectuosas con aquellos que son importantes para ti?

Tabla 36

Cultivo de relaciones cercanas y afectuosas

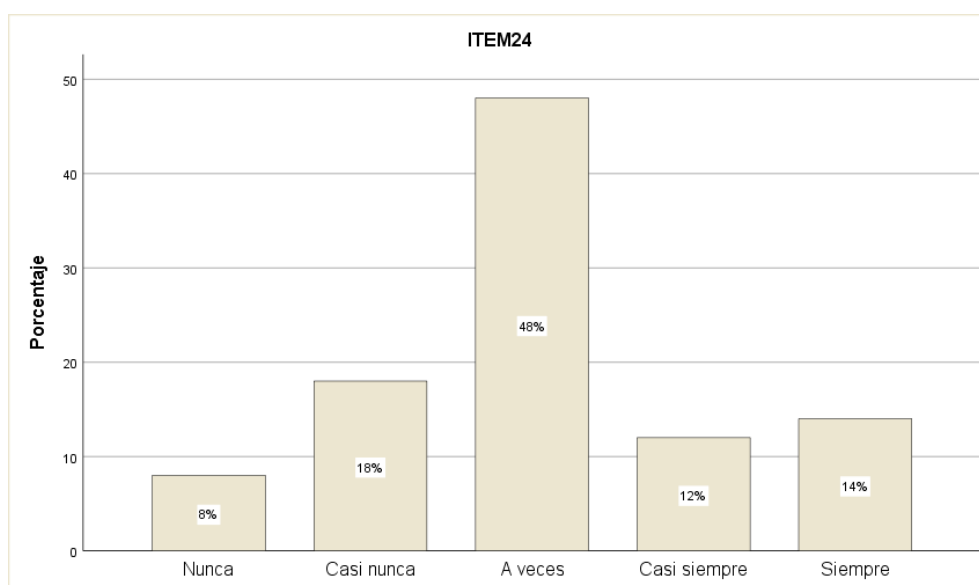
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
--------------------	----------------	----------------

Nunca	4	8%
Casi nunca	9	18%
A veces	24	48%
Casi siempre	6	12%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 33

Cultivo de relaciones cercanas y afectuosas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 36 y la Figura 33 se observa que el 48% menciona que a veces cultiva relaciones cercanas y afectuosas con las personas que son importantes para ellos, mientras que el 18% indica hacerlo casi nunca y el 8% nunca lo hace. Además, un pequeño porcentaje del 12% menciona cultivar estas relaciones casi siempre, y un 14% lo hace siempre.

Pregunta 25: ¿Sientes que puedes contar con el apoyo de amigos y seres queridos cuando lo necesites?

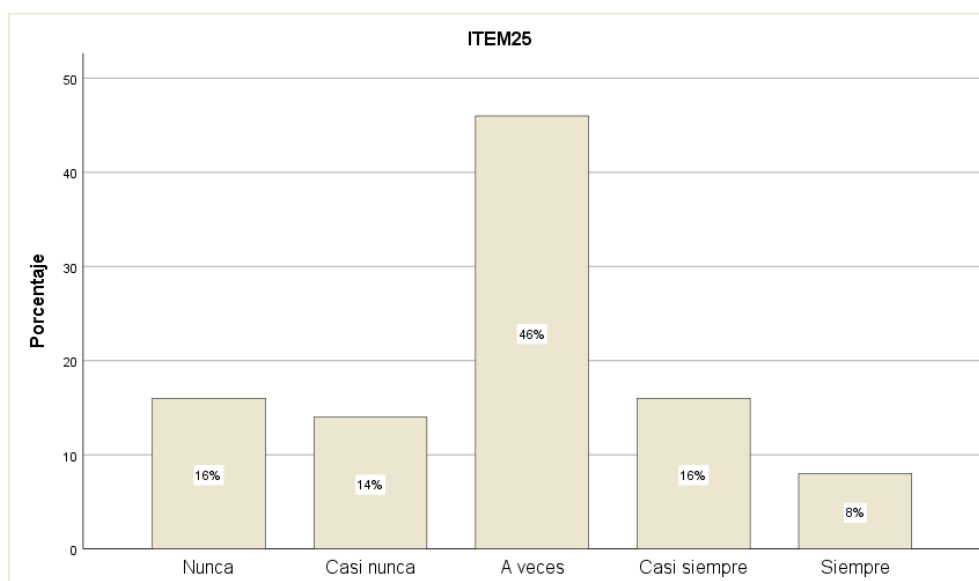
Tabla 37

Sensación de apoyo

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	8	16%
Casi nunca	7	14%
A veces	23	46%
Casi siempre	8	16%
Siempre	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 34
Sensación de apoyo



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 37 y la Figura 34 se observa que el 46% siente que a veces siente que puede tener el apoyo de sus amigos y seres queridos. Por otro lado, tenemos que 14% casi nunca siente esa predisposición y el 16% nunca lo hace. Además, el 16% menciona sentirlo casi siempre y solo el 6% indica que siempre lo siente. Aquí podemos observar que hay una mayor cantidad de personas que no siente la predisposición de los demás todo el tiempo.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Relaciones positivas de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 38

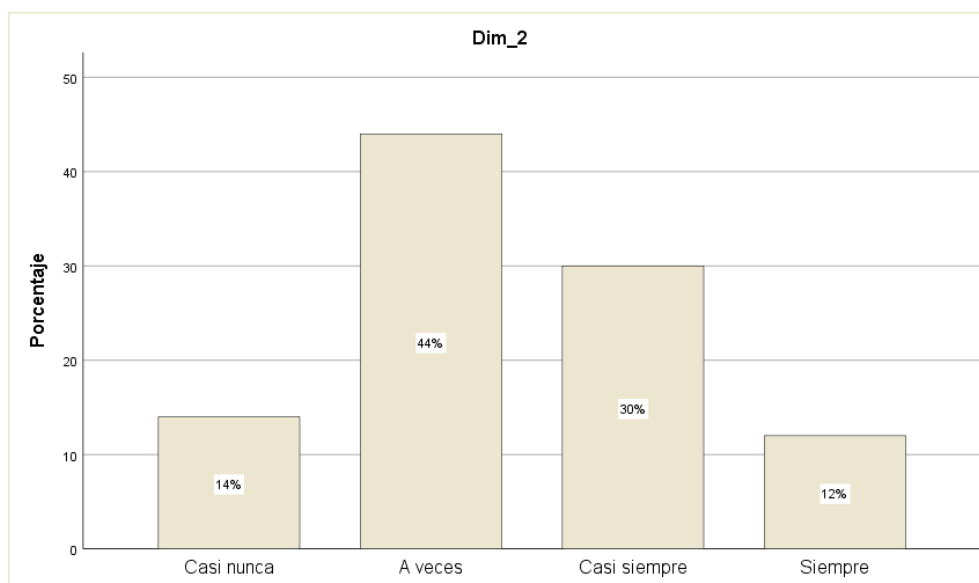
Frecuencias totales de la dimensión 2: Relaciones positivas

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	7	14%
A veces	22	44%
Casi siempre	15	30%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 35

Frecuencias totales de la dimensión 2: Relaciones positivas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 38 y la Figura 35 muestran los resultados de la dimensión Relaciones positivas, que abarca preguntas sobre la calidad de las interacciones sociales, el esfuerzo por ser amable, la apreciación de diversas perspectivas, el cultivo de relaciones cercanas y la percepción de apoyo emocional. Según los datos, el 44% indica que experimenta relaciones positivas a veces y un 14% casi nunca lo hace. El 30% señala que

casi siempre disfruta de estas relaciones y un 12% siempre lo hace. Estos resultados sugieren que, si bien hay participantes que mantienen relaciones interpersonales satisfactorias en su vida diaria, hay un gran espacio para intervenir en la frecuencia y la calidad de estas interacciones.

Dimensión 3: Dominio del entorno (5 ítems)

Pregunta 26: ¿Te sientes seguro/a al enfrentar nuevas situaciones y desafíos?

Tabla 39

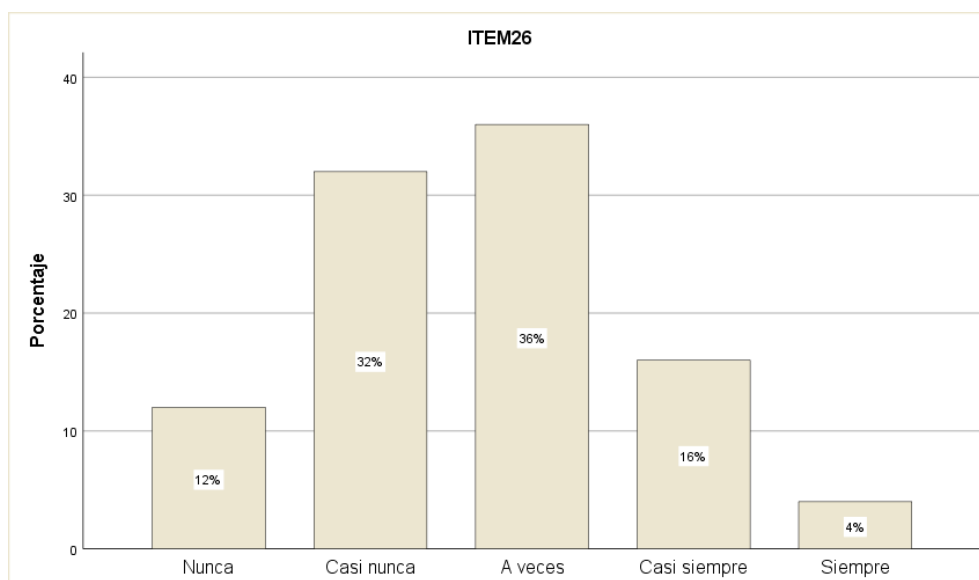
Seguridad percibida al enfrentar nuevas situaciones y desafíos

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	6	12%
Casi nunca	16	32%
A veces	18	36%
Casi siempre	8	16%
Siempre	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 36

Seguridad percibida al enfrentar nuevas situaciones y desafíos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 39 y la Figura 36 se destaca que la mayoría no se siente seguro al enfrentar nuevas situaciones y desafíos. El 36% indica que a veces se siente seguro en estas circunstancias, el 32% casi nunca lo hace y un 12% nunca se siente seguro. Por otro lado, tenemos que el 16% experimenta esta seguridad casi siempre y tan solo el 4% lo siente siempre. Esto demuestra que hay un espacio para aumentar el valor hacia el enfrentamiento de nuevas situaciones y desafíos que se enfrentan en el día a día.

Pregunta 27: ¿Eres flexible y puedes adaptarte fácilmente a nuevas situaciones?

Tabla 40

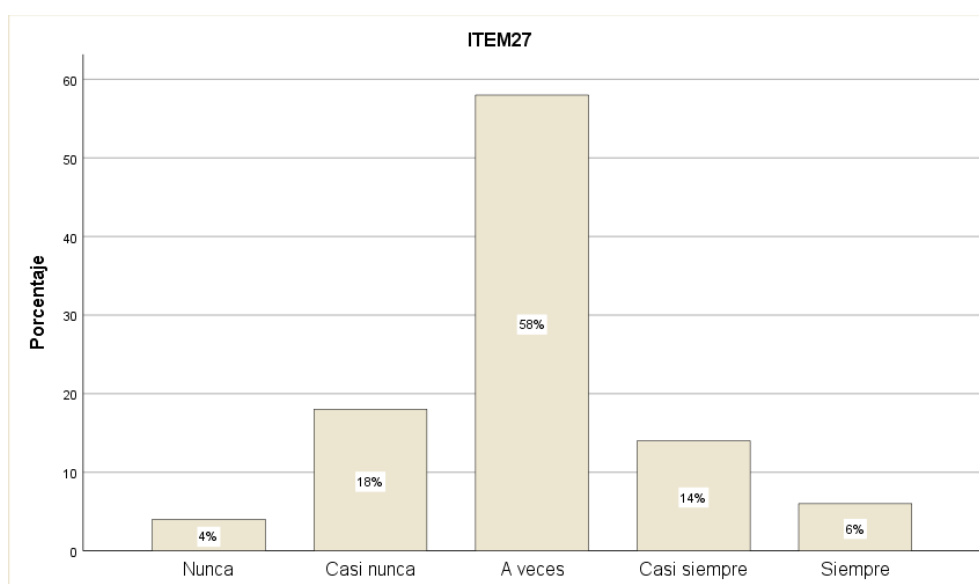
Flexibilidad y fácil adaptación

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	9	18%
A veces	29	58%
Casi siempre	7	14%
Siempre	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 37

Flexibilidad y fácil adaptación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 40 y la Figura 37 se observa que la mayoría no se considera especialmente flexible ni capaz de adaptarse fácilmente a nuevas situaciones. El 58% menciona que a veces muestra esta cualidad, mientras que el 18% casi nunca lo experimenta y un 4% nunca lo hace. Por otro lado, un 14% indica ser casi siempre flexible y un 6% siempre lo es. Estos resultados destacan la posibilidad de trabajar con la flexibilidad para adaptarse a nuevas situaciones.

Pregunta 28: ¿Te sientes capaz de manejar eficazmente los desafíos que se presentan en tu vida?

Tabla 41

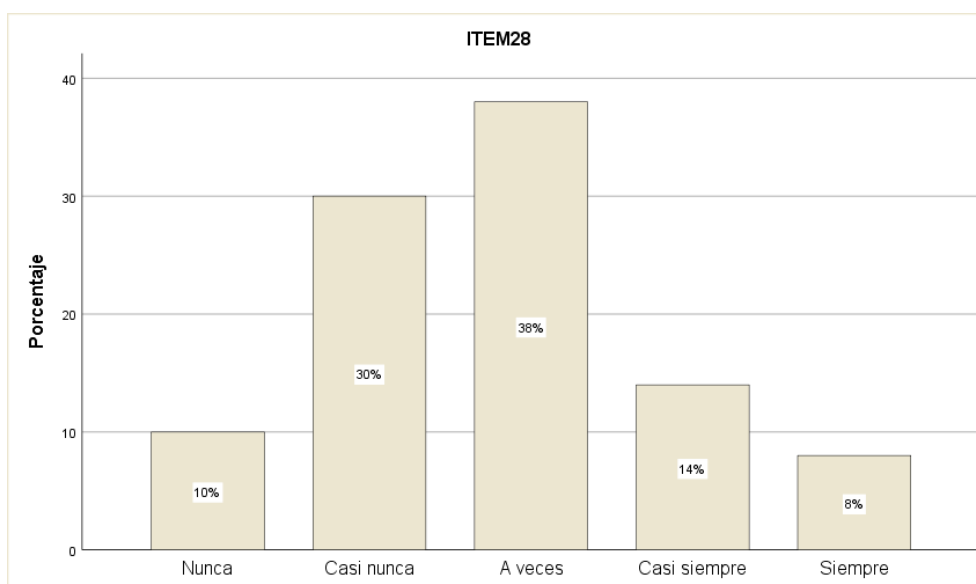
Sensación de capacidad para manejar desafíos

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	15	30%
A veces	19	38%
Casi siempre	7	14%
Siempre	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 38

Sensación de capacidad para manejar desafíos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En los resultados de la Tabla 41 y la Figura 38, se destaca que el 38% a veces se siente con la capacidad de manejar los retos que se les presentan en sus vidas, mientras que el 30% indica sentirlo casi nunca y 10% nunca lo hace. Por otro lado, un 10% afirma manejar los desafíos casi siempre y un 8% siempre lo hace. Estos hallazgos reflejan que los participantes tienen bajos niveles de confianza, por lo que se debe trabajar en la capacidad para enfrentar desafíos.

Pregunta 29: ¿Tienes la libertad de hacer las cosas que disfrutas y que te hacen feliz?

Tabla 42

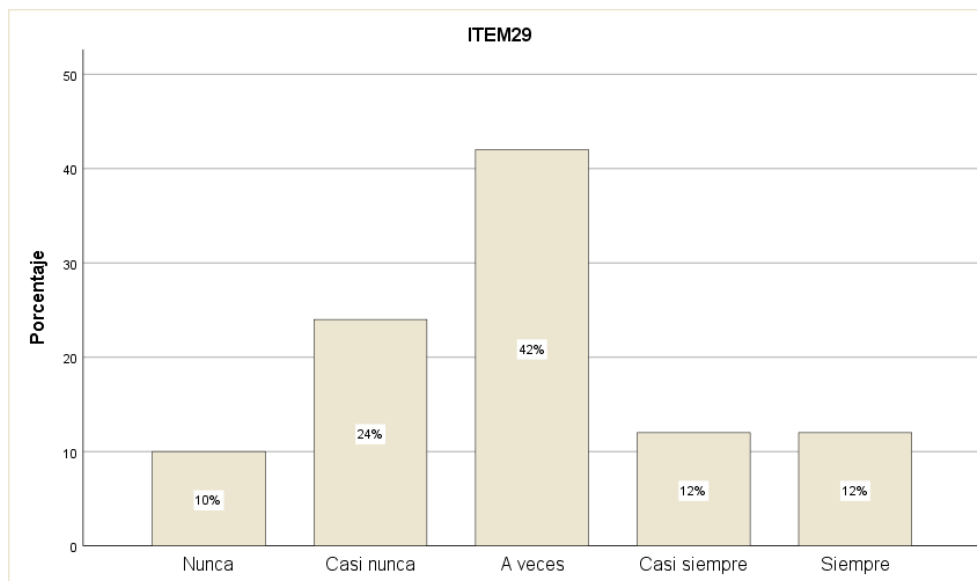
Libertad de hacer las cosas que generen felicidad

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	12	24%
A veces	21	42%
Casi siempre	6	12%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 39

Libertad de hacer las cosas que generen felicidad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 42 y la Figura 39, se observa que la mayoría reportan tener limitaciones en la libertad de hacer las cosas que disfrutan y que les hacen felices. El 42% menciona experimentar esta libertad a veces, seguido por un 24% que lo hace casi nunca y un 10% que nunca lo hace. Además, un 12% expresa casi siempre tener esta libertad y un 12% indica que siempre.

Pregunta 30: ¿Confías en tu capacidad para tomar decisiones importantes?

Tabla 43

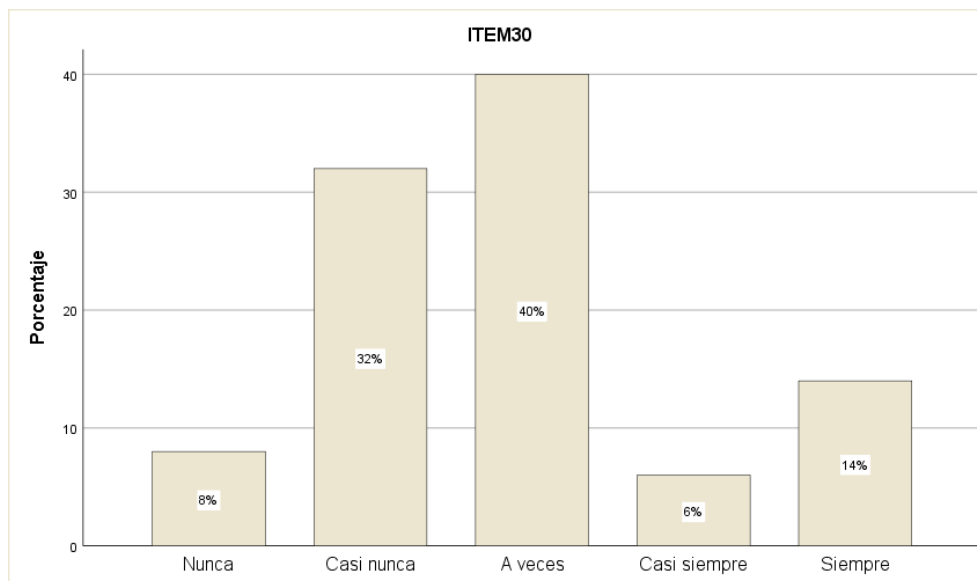
Confianza en la capacidad para la toma de decisiones

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	4	8%
Casi nunca	16	32%
A veces	20	40%
Casi siempre	3	6%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 40

Confianza en la capacidad para la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 43 y la Figura 40 se destaca que el 40% menciona a veces sentirse seguro en su capacidad para tomar decisiones importantes. Este resultado indica poca confianza en la toma de decisiones, con un 32% expresando confianza casi nunca y un 8% que nunca lo experimenta. Por otro lado, un 14% manifiesta tener esta confianza siempre y un 6% casi siempre.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Dominio del entorno de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 44

Frecuencias totales de la dimensión 3: Dominio del entorno

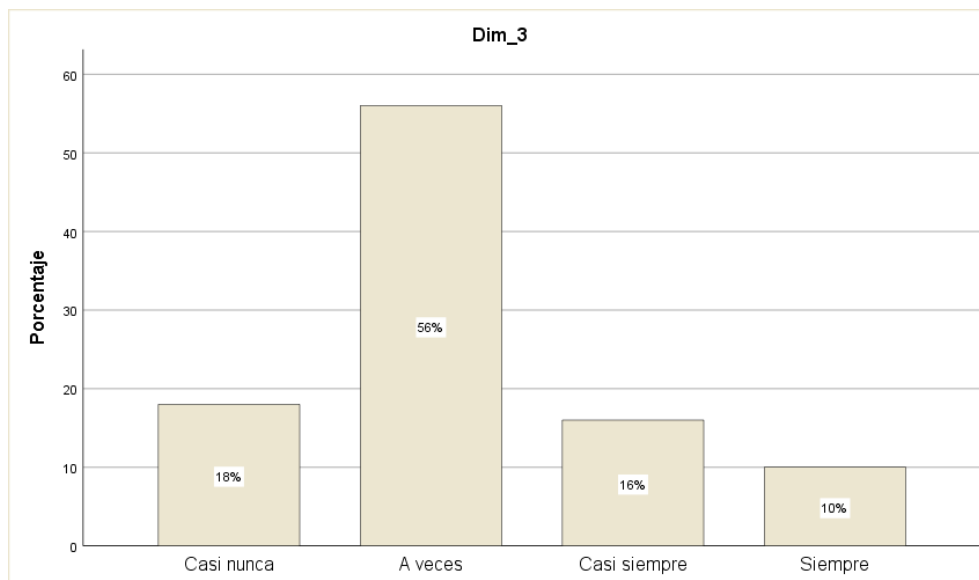
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	9	18%
A veces	28	56%
Casi siempre	8	16%
Siempre	5	10%

Total	50	100%
-------	----	------

Fuente: Elaboración propia

Figura 41

Frecuencias totales de la dimensión 3: Dominio del entorno



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 44 y la Figura 41 presentan los resultados de la dimensión Dominio del entorno, que evalúa la percepción sobre la capacidad para enfrentar nuevos desafíos, adaptarse a situaciones cambiantes y tomar decisiones significativas. Según los datos, un 56% de los participantes afirma que experimenta esta sensación de dominio a veces, mientras que un 18% lo hace casi nunca, 16% lo hace casi siempre y el otro 10% siempre. Estos resultados reflejan una percepción medio a baja de dominio y adaptación, sugiriendo que hay oportunidades para mejorar la confianza y la capacidad de gestión ante los desafíos de su entorno.

Dimensión 4: Crecimiento personal (4 ítems)

Pregunta 31: ¿Ves los cambios como oportunidades para crecer y mejorar como persona?

Tabla 45

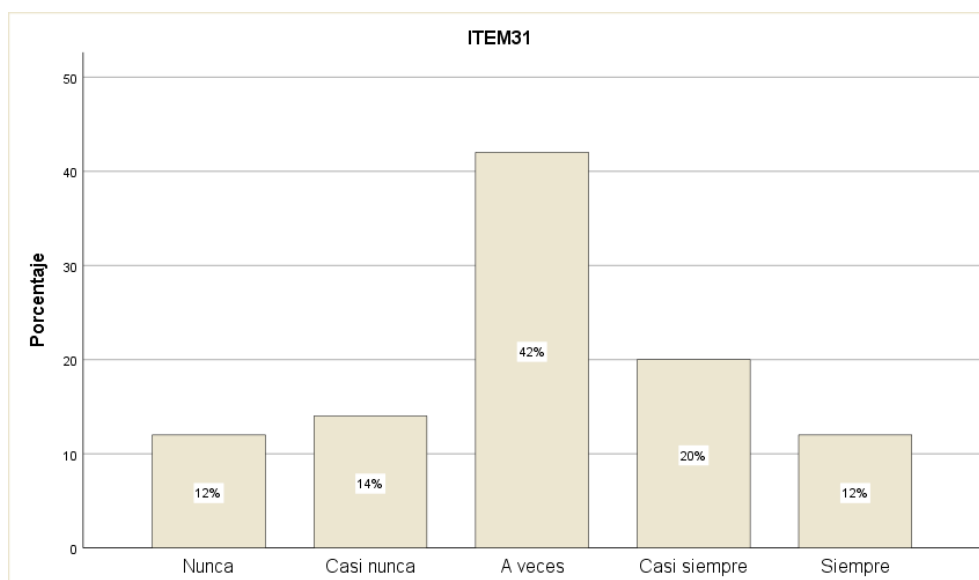
Percepción de los cambios para con el crecimiento personal

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	6	12%
Casi nunca	7	14%
A veces	21	42%
Casi siempre	10	20%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 42

Percepción de los cambios para con el crecimiento personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 45 y la Figura 42 se observa que el 42% percibe a veces los cambios como oportunidades para crecer y mejorar como persona. Además, un 14% indica percibir esto casi nunca y un 12% menciona nunca hacerlo. Sin embargo, el 20% menciona ver casi siempre los cambios como oportunidades para el crecimiento y otro 10% siempre lo ve de esa manera.

Pregunta 32: ¿Reconoces y celebras tus logros y avances personales?

Tabla 46

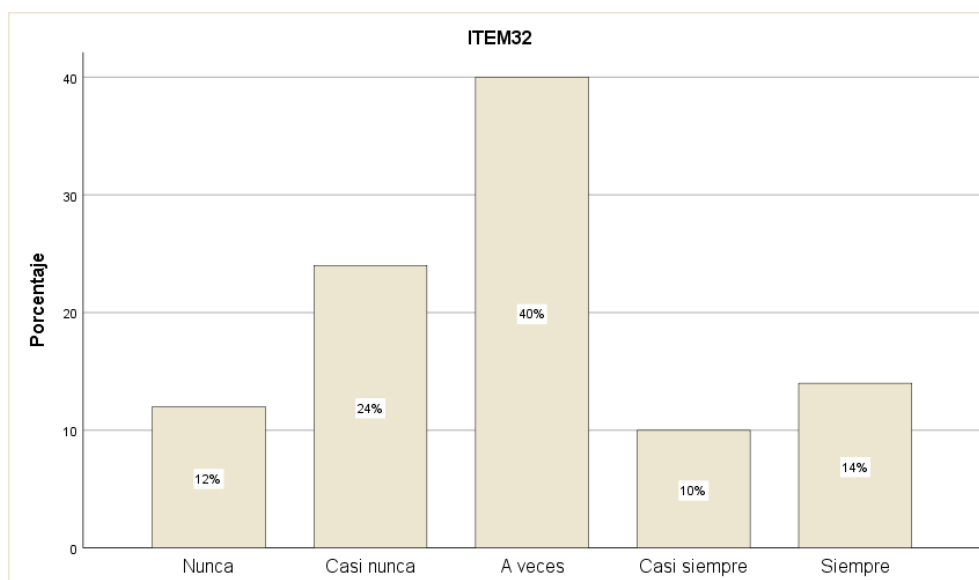
Reconocimiento de logros personales

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	6	12%
Casi nunca	12	24%
A veces	20	40%
Casi siempre	5	10%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 43

Reconocimiento de logros personales



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 46 y la Figura 43 se observa que el 40% a veces reconoce y celebra sus logros y avances personales. Además, un 24% menciona hacerlo casi nunca, mientras que un 12% nunca lo hace. Por otro lado, el 24% restante reconoce sus logros con mayor frecuencia, con un 14% que siempre lo hace y un 10% que lo hace casi siempre.

Pregunta 33: ¿Te emociona el proceso de aprender y crecer como individuo?

Tabla 47

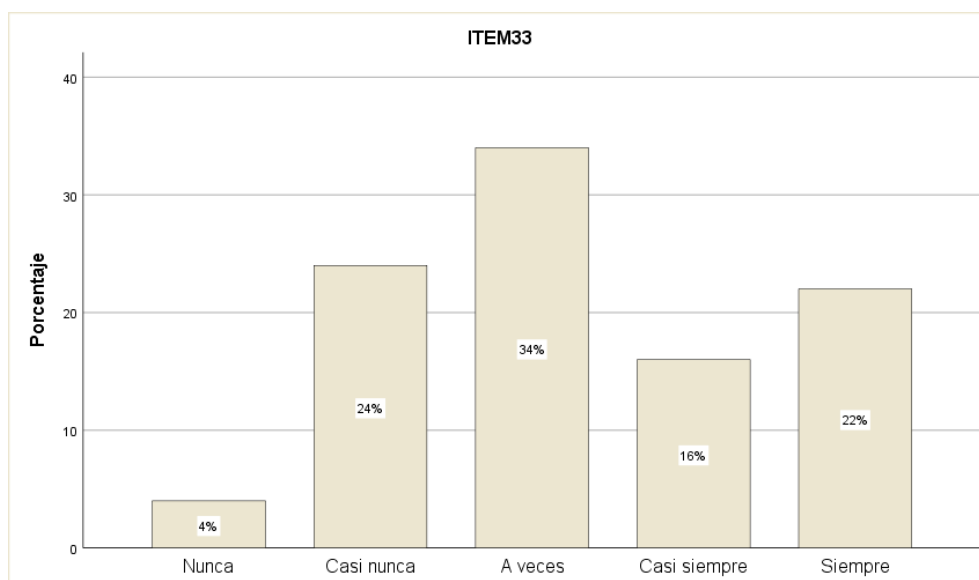
Emoción por el proceso del crecimiento personal

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	12	24%
A veces	17	34%
Casi siempre	8	16%
Siempre	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 44

Emoción por el proceso del crecimiento personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 47 y la Figura 44 se observa que el 34% menciona que a veces se emociona por el proceso de aprender y crecer como individuo. Por el lado de los que tiene un nivel bajo de esta emoción, tenemos que el 24% no se emociona casi nunca y el 4% nunca lo hace. Por su contraparte, tenemos que el 22% siempre se emociona y el 16% lo hace casi siempre.

Pregunta 34: ¿Te conoces bien a ti mismo/a, incluyendo tus fortalezas, debilidades y valores personales?

Tabla 48

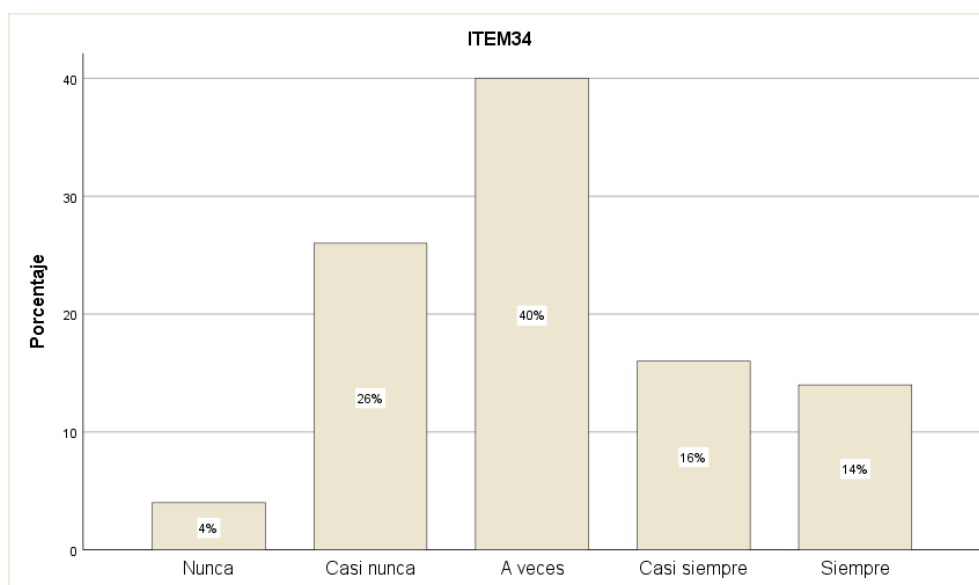
Autoconocimiento

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	13	26%
A veces	20	40%
Casi siempre	8	16%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 45

Autoconocimiento



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 48 y la Figura 45 se destaca que el 40% de las personas menciona que a veces siente que se conoce, incluyendo sus fortalezas, debilidades y valores personales. Por un lado, hay un 26% que casi nunca siente conocerse y otro 4% nunca lo hace. Finalmente, mientras que un 16% lo experimenta casi siempre y el 14% siempre.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Crecimiento personal de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 49

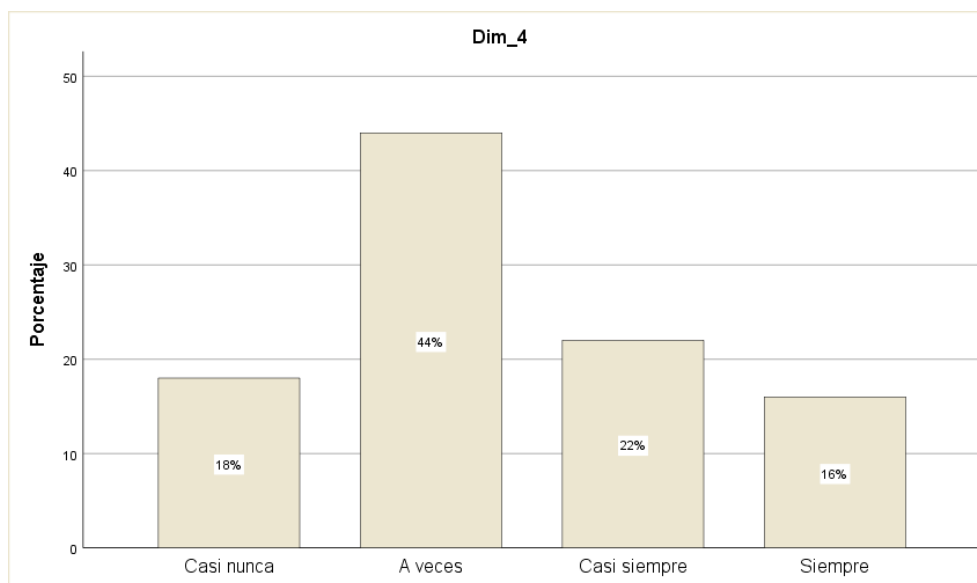
Frecuencias totales de la dimensión 4: Crecimiento personal

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	9	18%
A veces	22	44%
Casi siempre	11	22%
Siempre	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 46

Frecuencias totales de la dimensión 4: Crecimiento personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 49 y la Figura 46 se presentan los resultados de la dimensión Crecimiento personal, que explora cómo perciben su capacidad para adaptarse a los cambios, reconocer sus logros y emocionarse por el aprendizaje. Se evidencia que el 44% señala que a veces ve los cambios como oportunidades para crecer y el 18% casi

nunca lo hace, mientras que un 22% indica que casi siempre y un 15% siempre. Esto sugiere que, aunque existe un grupo que muestra positividad hacia la apreciación del crecimiento y el aprendizaje, la mayoría experimenta estas sensaciones de manera intermitente, lo que indica oportunidades para fomentar una mayor autoevaluación y celebración de logros personales.

Dimensión 5: Propósito de la vida (6 ítems)

Pregunta 35: ¿Te sientes satisfecho/a con el progreso que has logrado hacia tus metas personales?

Tabla 50

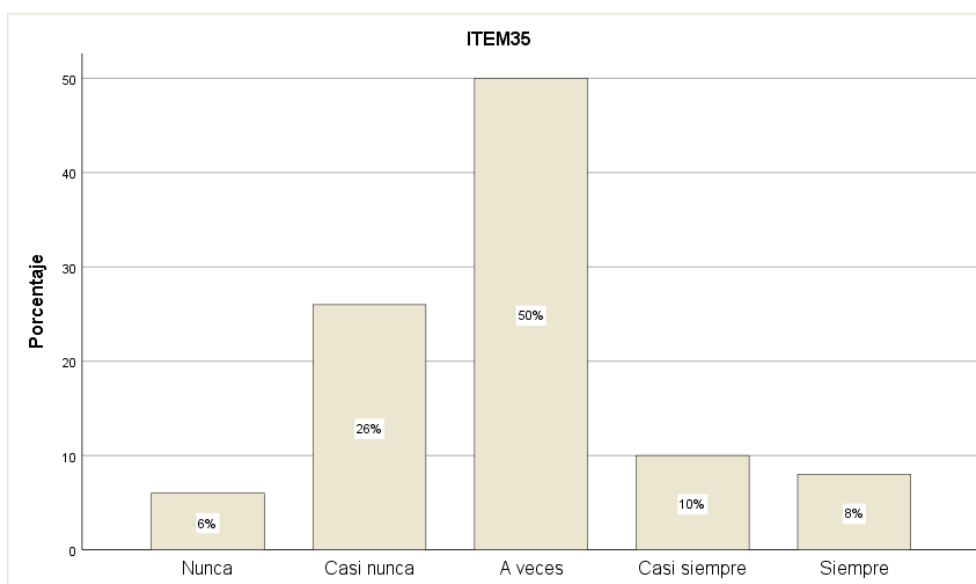
Satisfacción con el progreso personal

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	13	26%
A veces	25	50%
Casi siempre	5	10%
Siempre	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 47

Satisfacción con el progreso personal



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 50 y la Figura 47 se observa que el 50% a veces siente satisfacción con el progreso que han logrado hacia sus metas personales. Un 26% menciona sentir esta satisfacción casi nunca, mientras que un 6% indica nunca experimentarlas. Por otro lado, un 10% de los participantes señala casi siempre sentirse satisfecho, y el 8% siempre se siente así.

Pregunta 36: ¿Tus metas y valores personales guían tus decisiones y acciones diarias?

Tabla 51

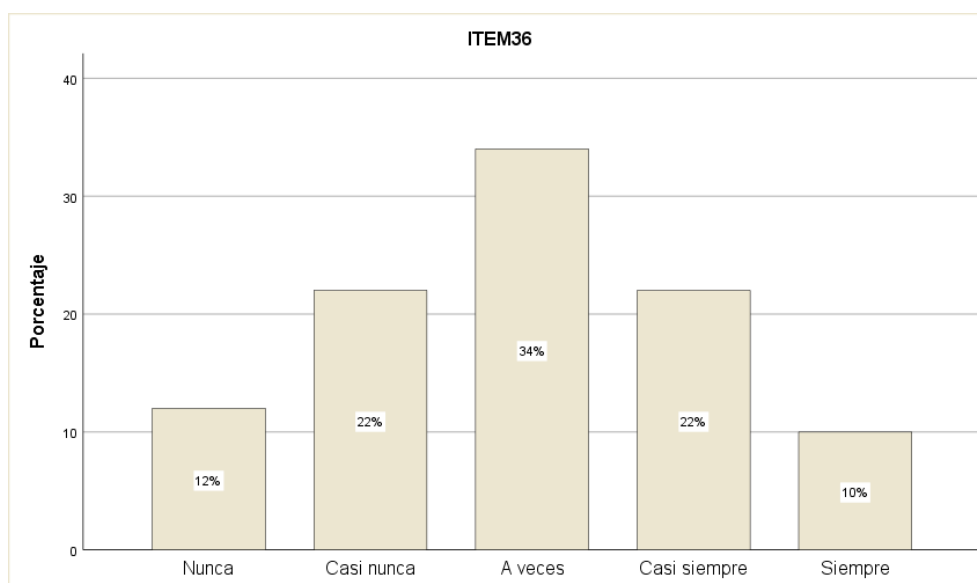
Coherencia entre principios y comportamiento

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	6	12%
Casi nunca	11	22%
A veces	17	34%
Casi siempre	11	22%
Siempre	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 48

Coherencia entre principios y comportamiento



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 51 y la Figura 48 se observa que el 34% indica que a veces sus metas y valores personales guían sus decisiones y acciones diarias. Además, un 22% menciona que casi nunca se guían por estos principios, mientras que un 12% indica nunca hacerlo. Por otro lado, un 22% manifiesta seguir sus principios casi siempre, y un 10% siempre toma decisiones basadas en sus metas y valores personales.

Pregunta 37: ¿Estás comprometido/a con el logro de tus metas y sueños?

Tabla 52

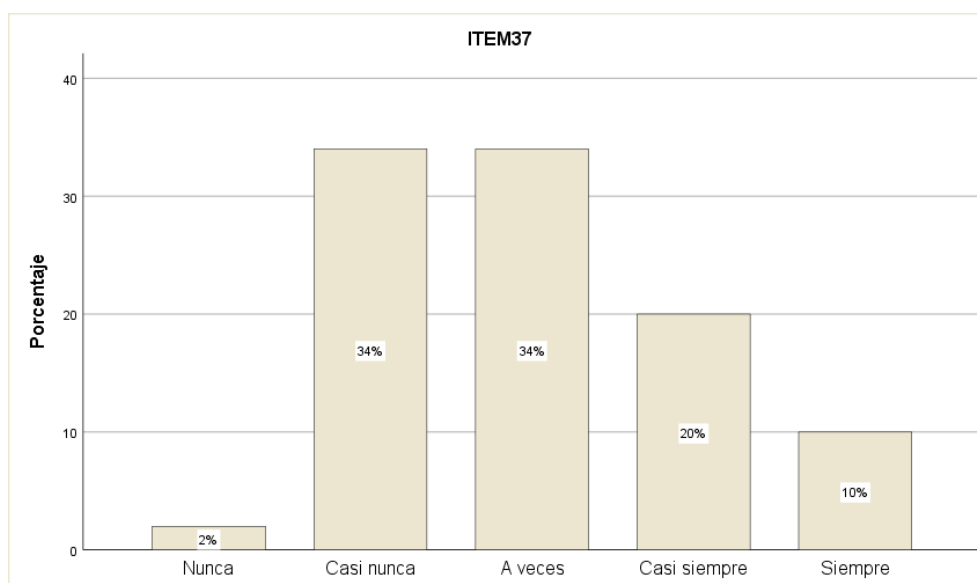
Compromiso hacia el logro

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	1	2%
Casi nunca	17	34%
A veces	17	34%
Casi siempre	10	20%
Siempre	5	10%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 49

Compromiso hacia el logro



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 52 y la Figura 49 se observa que el 34% menciona estar comprometido a veces con el logro de sus metas y sueños. Además, un 34% indica hacerlo casi nunca, mientras que un pequeño porcentaje del 2% afirma nunca sentir este compromiso. Por otro lado, un 20% manifiesta estar casi siempre comprometidos con el logro de sus metas, y un 10% estarlo siempre.

Pregunta 38: ¿Tienes una visión sobre lo que quieres lograr en la vida?

Tabla 53

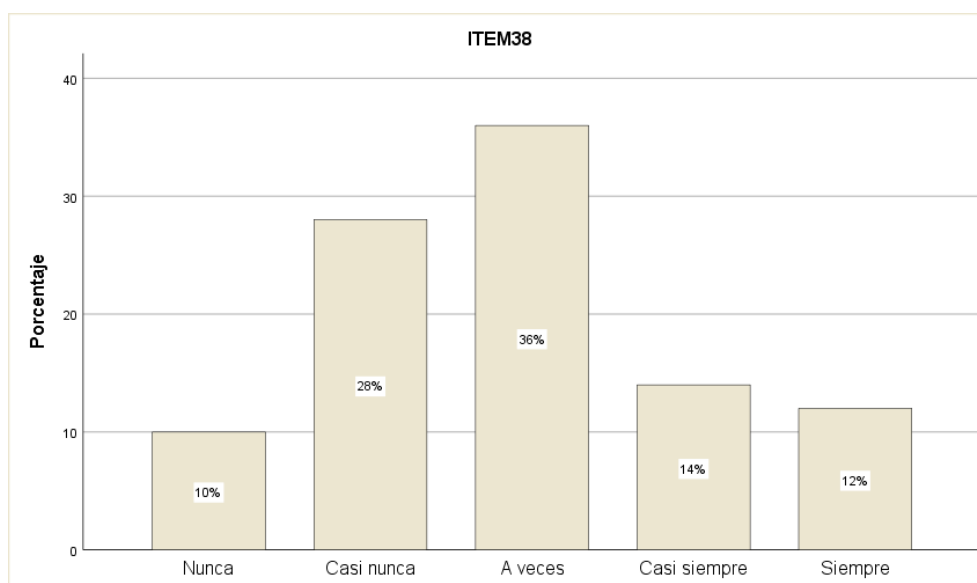
Visión sobre metas personales

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	14	28%
A veces	18	36%
Casi siempre	7	14%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 50

Visión sobre metas personales



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 53 y la Figura 50 se observa que el 36% solo a veces sabe lo que quiere lograr en la vida. Además, el 28% afirma que casi nunca la tiene y el 10% que nunca la tiene, mientras que el 14% la tiene casi siempre y el 12%, siempre.

Pregunta 39: ¿Encuentras satisfacción en el camino que has elegido y en lo que has logrado hasta ahora?

Tabla 54

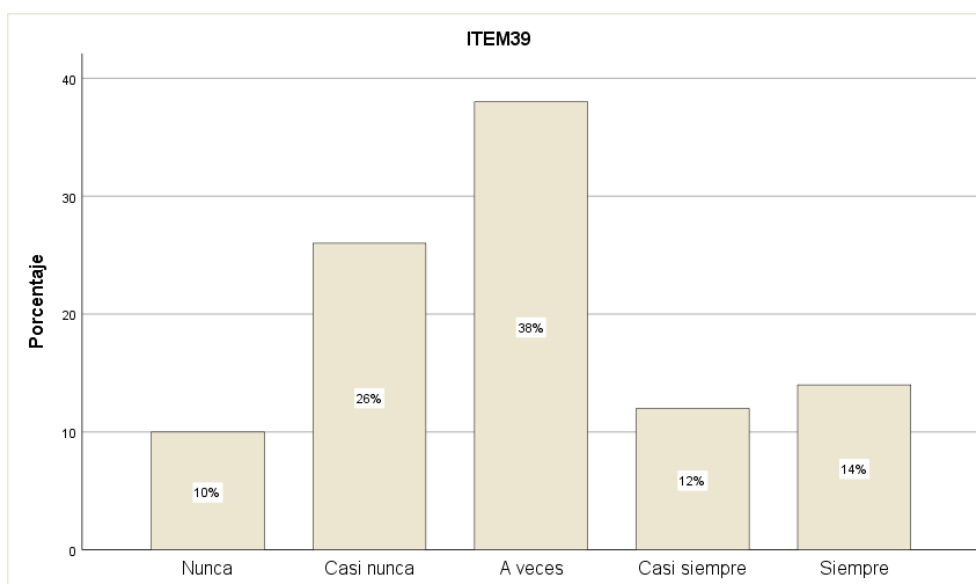
Satisfacción con el camino elegido y logros alcanzados

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	13	26%
A veces	19	38%
Casi siempre	6	12%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 51

Satisfacción con el camino elegido y logros alcanzados



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 54 y la Figura 51 se observa que el 38% menciona encontrar satisfacción en el camino que ha elegido y en lo que ha logrado solo a veces. Además, un 26% indica que casi nunca lo encuentra satisfactorio y un 10% nunca siente satisfacción. Por otro lado, un 12% expresa sentir satisfacción casi siempre, mientras que el 14% menciona experimentar la siempre. Estos resultados muestran que la mayoría no experimenta una satisfacción constante con sus decisiones y logros, siendo pocos los que mantienen una percepción positiva constante.

Pregunta 40: ¿Sientes que tu vida tiene un propósito y un significado?

Tabla 55

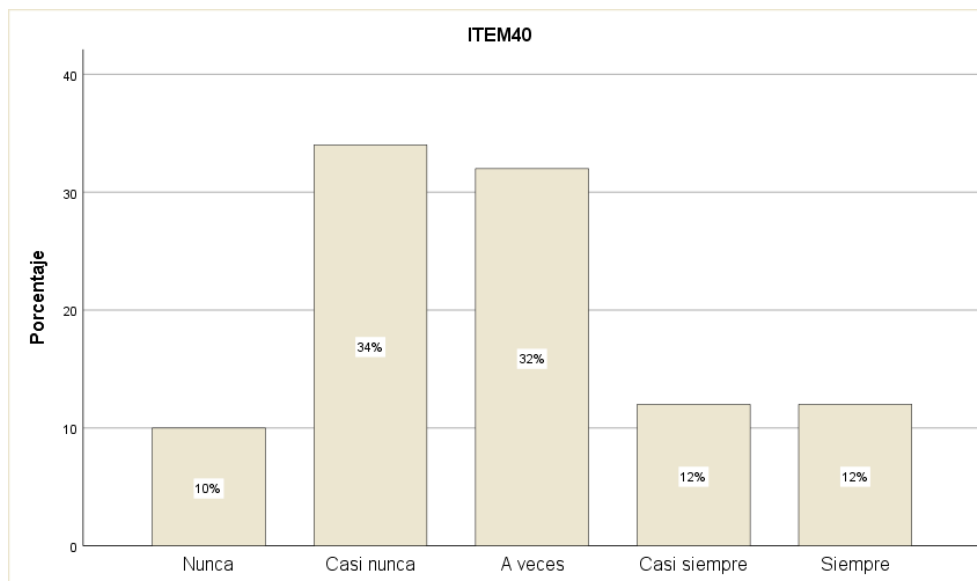
Sensación de propósito y significado de vida

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	17	34%
A veces	16	32%
Casi siempre	6	12%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 52

Sensación de propósito y significado de vida



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 55 y la Figura 52 se destaca que el 34% menciona sentir casi nunca que su vida tiene un propósito y un significado. Además, un 32% indica experimentarlo solo a veces, y un 10% nunca lo siente así. Por otro lado, el 12% expresa que su vida tiene propósito y significado casi siempre, y otro 12% afirma sentirlo siempre. Estos datos reflejan que una parte significativa experimenta una falta de sentido en su vida, mientras que un pequeño grupo lo percibe de manera más constante.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Propósito de la vida de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 56

Frecuencias totales de la dimensión 5: Propósito de la vida

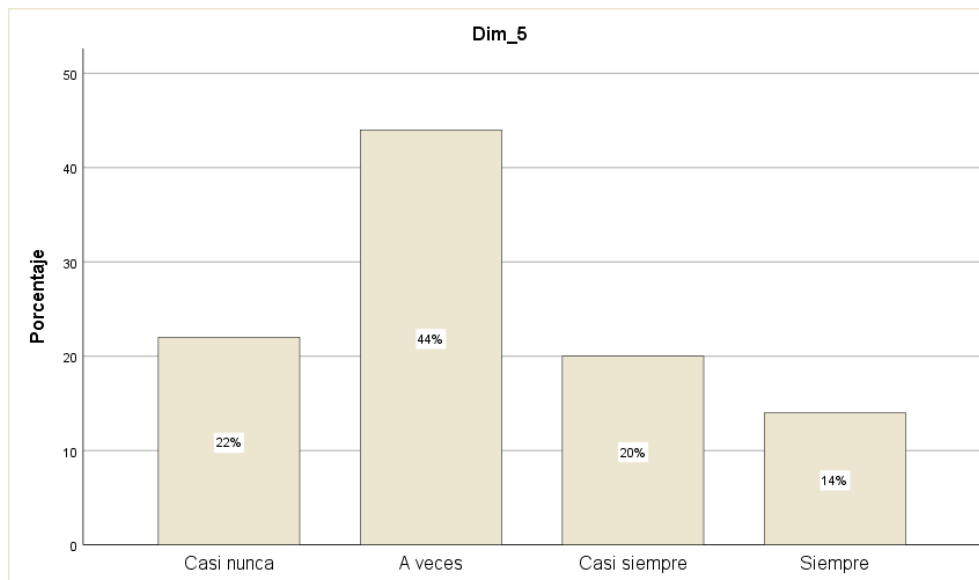
Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	11	22%
A veces	22	44%

Casi siempre	10	20%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 53

Frecuencias totales de la dimensión 5: Propósito de la vida



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 56 y la Figura 53 se presentan los resultados de la dimensión Propósito de la vida, que examina cómo perciben la satisfacción con sus metas y el sentido de dirección en sus vidas. El 44% señala que solo a veces se siente satisfecho con su progreso, lo que sugiere que una parte considerable enfrenta dificultades para mantener una sensación constante de bienestar en relación con sus metas. Además, el 22% indica que casi nunca experimenta esta satisfacción, lo que evidencia una falta de propósito o dirección en sus vidas. Solo un 20% reporta sentirse casi siempre satisfecho, y un 14% afirma sentirlo siempre, lo que indica que un porcentaje menor logra mantener un sentido más estable de propósito y bienestar emocional.

Dimensión 6: Autonomía (5 ítems)

Pregunta 41: ¿Disfrutas de tu independencia y de tomar tus propias decisiones?

Tabla 57

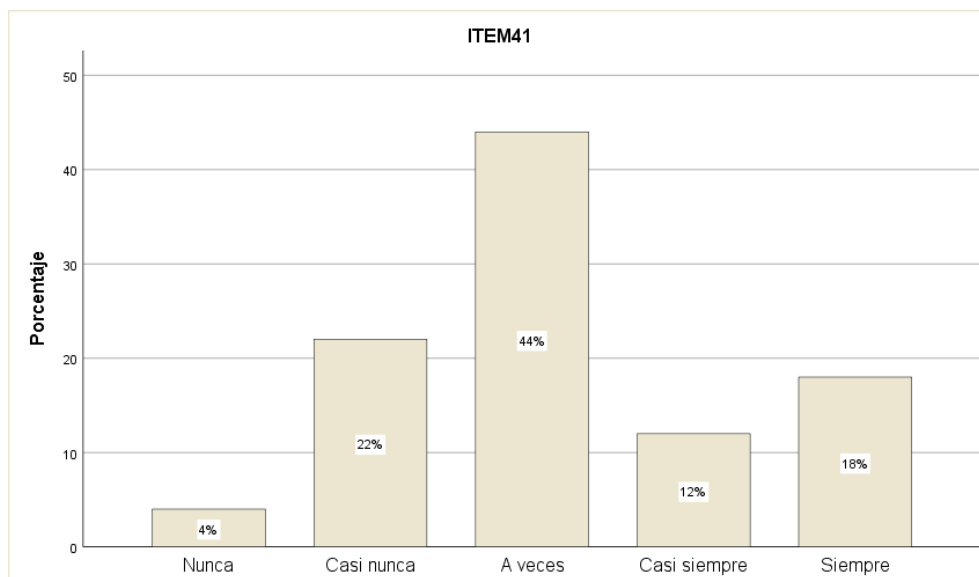
Independencia y toma de decisiones

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	11	22%
A veces	22	44%
Casi siempre	6	12%
Siempre	9	18%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 54

Independencia y toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa en la Tabla 57 y la Figura 54 que el 44% menciona que a veces disfruta de su independencia y toma de decisiones. Un 22% indica hacerlo casi nunca, mientras que un 4% nunca lo siente así. Por otro lado, un 18% expresa disfrutar de su independencia y la toma de decisiones siempre y un 12%, casi siempre.

Pregunta 42: ¿Te sientes cómodo/a siendo quien eres, sin buscar la aprobación de los demás?

Tabla 58

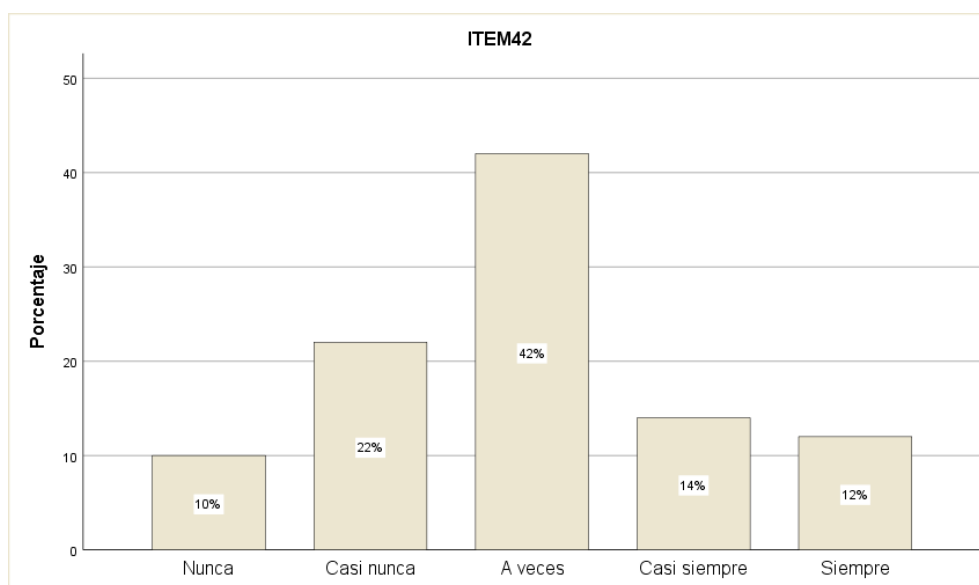
Sensación de comodidad consigo mismo

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	5	10%
Casi nunca	11	22%
A veces	21	42%
Casi siempre	7	14%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 55

Sensación de comodidad consigo mismo



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 58 y la Figura 55, el 42% indicó que a veces se sienten cómodos siendo quienes son sin buscar la aprobación de los demás. Además, el 22% mencionó que casi nunca experimenta esta sensación de comodidad y el 10%, nunca. En contraste, el 14% mencionó que casi siempre se sienten cómodos y el 12%, siempre.

Pregunta 43: ¿Vives de acuerdo con tus valores y principios personales?

Tabla 59

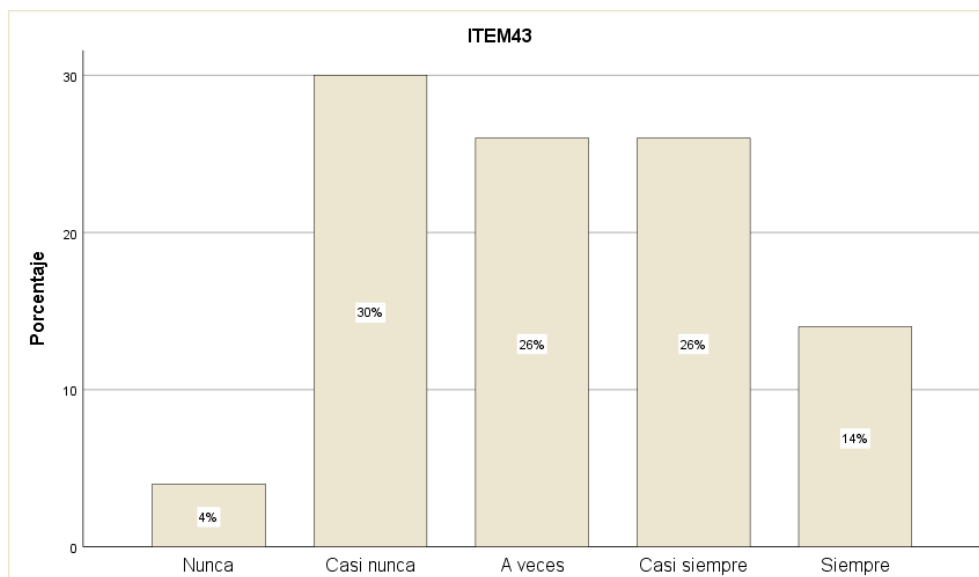
Coherencia entre valores y comportamiento

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	2	4%
Casi nunca	15	30%
A veces	13	26%
Casi siempre	13	26%
Siempre	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 56

Coherencia entre valores y comportamiento



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los resultados de la Tabla 59 y la Figura 56 muestran que la mayoría enfrenta dificultades para vivir de acuerdo con sus valores y principios personales. Un 30% indica que casi nunca logra alinearse con ellos, mientras que un 26% afirma que lo hace solo a veces. Aunque un 26% señala que casi siempre vive conforme a sus principios, solo un 14% siente que siempre actúa de acuerdo con sus valores. Además, un 4% menciona que nunca vive conforme a sus principios, lo que destaca una falta de conexión con lo que realmente valoran en su vida diaria.

Pregunta 44: ¿Tomas decisiones basadas en lo que crees que es correcto, independientemente de las opiniones de los demás?

Tabla 60

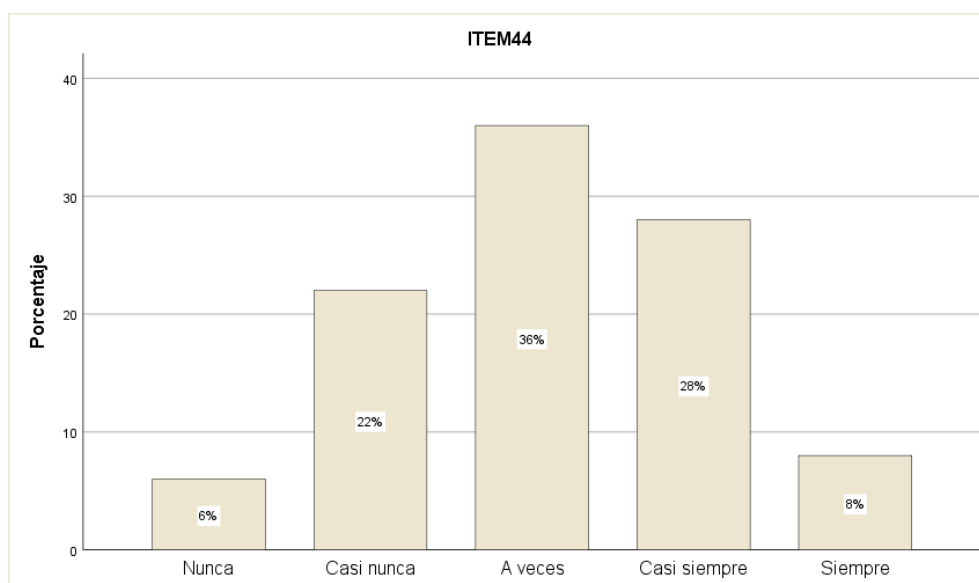
Independencia en la toma de decisiones basadas en principios

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	11	22%
A veces	18	36%
Casi siempre	14	28%
Siempre	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 57

Independencia en la toma de decisiones basadas en principios



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 60 y la Figura 57 se evidencia que la mayoría tiende a no tomar decisiones basadas en lo que creen que es correcto, independientemente de las opiniones de los demás. Un 36% afirma que a veces actúa según sus propios principios, mientras que un 22% indica que casi nunca lo hace. Además, un 6% menciona que nunca

decide de acuerdo con lo que considera correcto, lo que sugiere una falta de autonomía en su proceso de toma de decisiones. Aunque un 28% dice que casi siempre se guía por sus creencias y un 8% siempre lo hace, estos porcentajes son superados por aquellos que enfrentan dificultades para mantener su independencia. Esta situación resalta un desafío significativo en la búsqueda de autenticidad y confianza en sí mismos entre los jóvenes encuestados.

Pregunta 45: ¿Confías en tu capacidad para superar los desafíos y resolver problemas?

Tabla 61

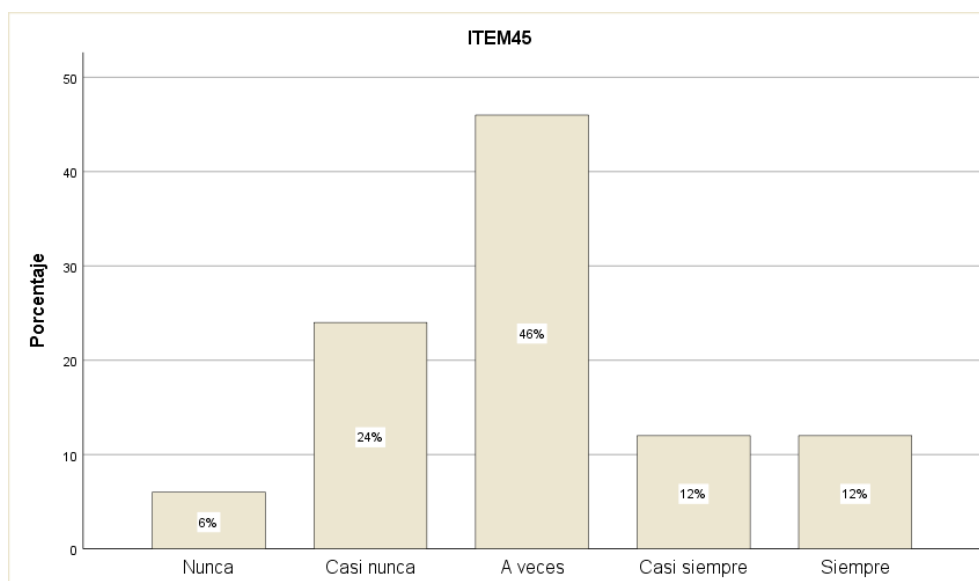
Confianza para superar desafíos y resolver problemas

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Nunca	3	6%
Casi nunca	12	24%
A veces	23	46%
Casi siempre	6	12%
Siempre	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 58

Confianza para superar desafíos y resolver problemas



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 61 y la Figura 58 muestran que la confianza en la capacidad para superar desafíos y resolver problemas varía. Un 46% indica que a veces confía en su habilidad para enfrentar adversidades, lo que sugiere una falta de consistencia en su autoconfianza. Además, un 24% menciona que casi nunca se siente seguro de poder resolver problemas, mientras que un 6% afirma que nunca confía en su capacidad, lo que revela una significativa preocupación por la autoeficacia. Por otro lado, un 12% de los participantes dice que casi siempre confía en su capacidad, y otro 12% siempre lo hace, lo que indica que, aunque existe un grupo que tiene confianza en sí mismo, la mayoría aún lucha con la autoeficacia y la percepción de su capacidad para superar obstáculos.

A continuación, se detalla la distribución de frecuencias conforme a los ítems de medición definidos para la dimensión Autonomía de la variable dependiente Bienestar Emocional.

Tabla 62

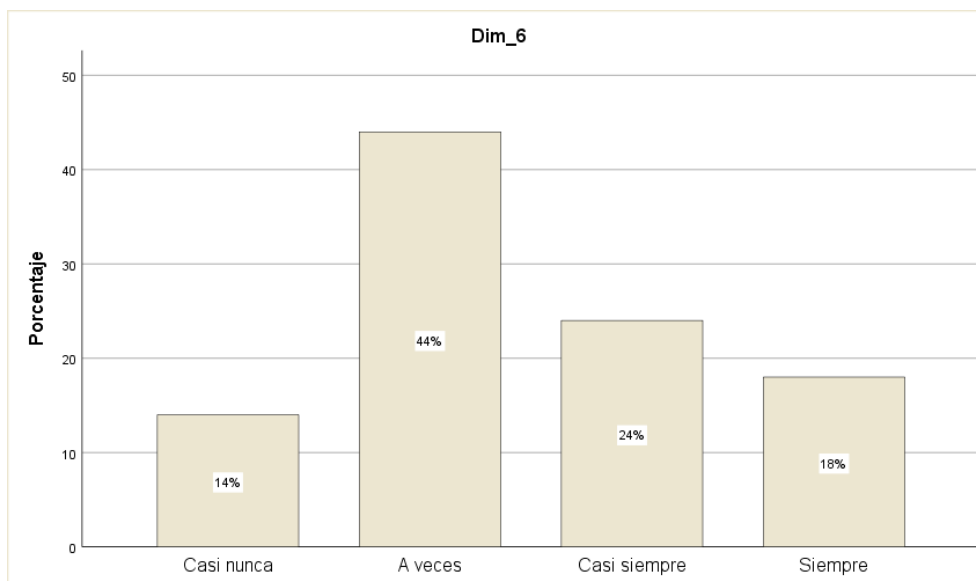
Frecuencias totales de la dimensión 6: Autonomía

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	7	14%
A veces	22	44%
Casi siempre	12	24%
Siempre	9	18%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 59

Frecuencias totales de la dimensión 6: Autonomía



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la Tabla 62 y la Figura 59 se presentan los resultados de la dimensión Autonomía, que explora cómo valoran su independencia y capacidad para tomar decisiones. Los datos revelan que un 44% afirma que a veces siente que tiene autonomía en su vida, lo que sugiere una percepción fluctuante de su independencia. Además, un 14% indica que casi nunca experimenta esta sensación de autonomía, lo que podría reflejar una dependencia en la toma de decisiones o una falta de confianza en su capacidad para actuar de manera independiente. En contraste, un 24% menciona que casi siempre se siente autónomo y un 18% siempre lo siente, lo que indica que hay un grupo que valora y ejerce su independencia. Sin embargo, la combinación de aquellos que apenas sienten autonomía y los que lo hacen solo ocasionalmente plantea un desafío en la búsqueda de un mayor bienestar emocional entre los participantes.

A continuación, se precisa la distribución de frecuencias de la variable dependiente Bienestar Emocional, con base de las 6 dimensiones: Autoaceptación, Relaciones positivas, Dominio del entorno, Crecimiento personal, Propósito de la vida y Autonomía

Tabla 63

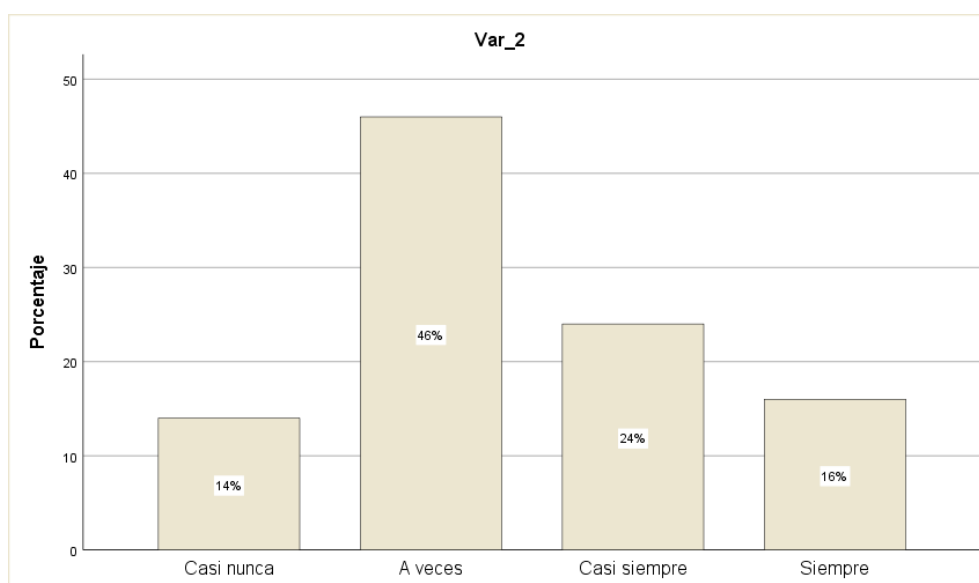
Baremo de la variable dependiente: Bienestar Emocional

Escala de medición	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Casi nunca	7	14%
A veces	23	46%
Casi siempre	12	24%
Siempre	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 60

Baremo de la variable dependiente: Bienestar Emocional



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La Tabla 63 y la Figura 60 muestran los datos de la variable Bienestar emocional. Las preguntas están agrupadas en dimensiones clave como autoaceptación, relaciones positivas, dominio del entorno, crecimiento personal, propósito de la vida y autonomía. Los resultados indican que un 46% afirma que a veces se sienten bien emocionalmente, lo que sugiere una percepción inconstante de su bienestar. Un 14% indica que casi nunca experimenta un estado emocional positivo, lo que puede reflejar desafíos significativos en su vida diaria. Por otro lado, un 24% menciona que casi siempre se siente satisfecho emocionalmente, y un 16% asegura que siempre disfruta de un buen estado emocional. Aunque hay un porcentaje considerable que reporta sentirse bien, la alta

proporción de quienes solo lo experimentan ocasionalmente o casi nunca plantea preocupaciones sobre la salud emocional y resalta la necesidad de abordar las áreas que contribuyen a su calidad de vida.

4.2. Análisis de resultados inferenciales

Hipótesis general

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Ha: El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 64

Rho de Spearman de las variables 1 y 2

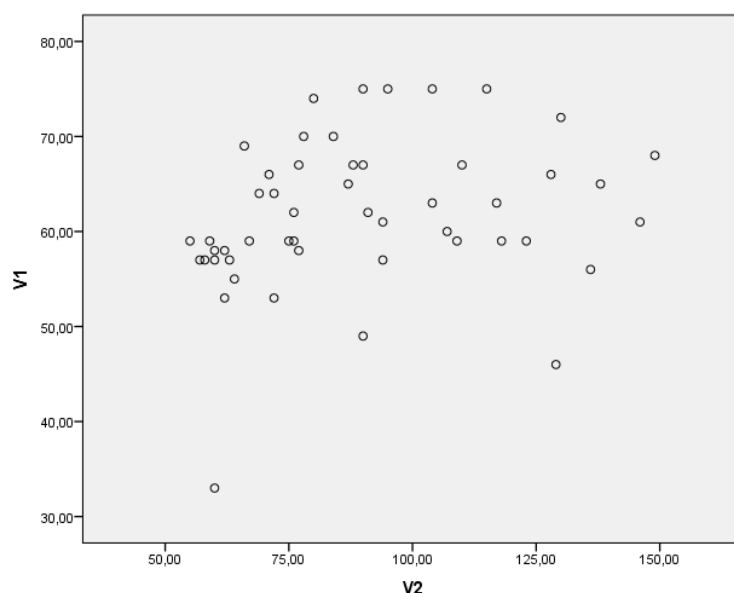
Correlaciones

		Aplicación Móvil	Bienestar Emocional
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	1,000	,372**
		Sig. (bilateral)	,008
		N	50
	Bienestar emocional	,372**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008
		N	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Figura 61

Rho de Spearman de las variables 1 y 2



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,008, se procede a rechazar la hipótesis nula (Ho) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 1

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Ha: El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta Ho y Rechaza la Ha.

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo Ho y Acepta la Ha.

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 65

Rho de Spearman de la hipótesis específica 1

			Correlaciones	
			Aplicación Móvil	Autoaceptación
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coefficiente de correlación	1,000	,342**
		Sig. (bilateral)	.	,015
	Autoaceptación	N	50	50
		Coefficiente de correlación	,342**	1,000

Sig. (bilateral)	,015	.
N	50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,015, se procede a rechazar la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 2

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

H_0 : El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

H_a : El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 66

Rho de Spearman de la hipótesis específica 2

		Correlaciones		
			Aplicación Móvil	Relaciones positivas
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,314**
		Sig. (bilateral)	.	,027
	Relaciones positivas	N	50	50
		Coeficiente de correlación	,314**	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,027, se procede a rechazar la hipótesis nula (Ho) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 3

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Ha: El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 67

Rho de Spearman de la hipótesis específica 3

		Correlaciones		
			Aplicación Móvil	Dominio del entorno
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,293**
		Sig. (bilateral)	.	,039
	Dominio del entorno	N	50	50
		Coeficiente de correlación	,293**	1,000
		Sig. (bilateral)	,039	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,039, se procede a rechazar la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 4

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Ha: El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 68

Rho de Spearman de la hipótesis específica 4

			Correlaciones	
			Aplicación Móvil	Crecimiento personal
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coefficiente de correlación	1,000	,356**
		Sig. (bilateral)	.	,011
	Crecimiento personal	N	50	50
		Coefficiente de correlación	,356**	1,000

Sig. (bilateral)	,011	.
N	50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,011, se procede a rechazar la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 5

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

H_0 : El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

H_a : El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 69

Rho de Spearman de la hipótesis específica 5

		Correlaciones		
			Aplicación Móvil	Propósito de la vida
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coefficiente de correlación	1,000	,349**
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	50	50
	Propósito de la vida	Coefficiente de correlación	,349**	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,013, se procede a rechazar la hipótesis nula (Ho) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Hipótesis específica 6

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis

Ho: El diseño de 'Menta App' no es viable como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Ha: El diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

Paso 2: Selecciona nivel de significancia: 95% de aceptación y 5% de error máximo permitido (0.05).

Regla de decisión:

Si $p\text{-valor} > 0.05$ Acepta H_0 y Rechaza la H_a .

Si $p\text{-valor} < 0.05$ Rechazo H_0 y Acepta la H_a .

Paso 3: Seleccionar el procedimiento estadístico de contrastación de hipótesis.

Tabla 70

Rho de Spearman de la hipótesis específica 6

		Correlaciones	
		Aplicación Móvil	Autonomía
Rho de Spearman	Aplicación Móvil	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,403**
		N	.
	Autonomía	Coeficiente de correlación	,004
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,004
		50	50

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos generados por el software SPSS v. 29.

Paso 4: Toma de decisión

Con un nivel de confianza de 95% y un valor de significancia del 0,004, se procede a rechazar la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna es aceptada. Por tanto, el diseño de 'Menta App' es viable como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.

V. SUSTENTO DEL MERCADO

5.1. Alcance esperado del mercado

La investigación propone la implementación de 'Menta App', un aplicativo móvil diseñado para mejorar el bienestar psicológico estudiantil, inicialmente enfocada en la Institución San Ignacio de Loyola (ISIL). La app ofrece recursos y técnicas basadas en las seis dimensiones del bienestar emocional, con el objetivo de beneficiar a los estudiantes a gestionar el estrés, la ansiedad y otros aspectos relacionados con la salud mental. Además, incluye contenido educativo que proporciona estrategias prácticas para fomentar el bienestar emocional. Si el proyecto demuestra su efectividad, se planea expandir su alcance a otras universidades a nivel regional y nacional. A largo plazo, el proyecto tiene el potencial de llegar a cualquiera que quiera mejorar su bienestar mental, independientemente de su vinculación con una institución.

5.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial

A continuación, se presentan las características del entorno en el que se desarrollará potencialmente la aplicación móvil 'Menta App' para el bienestar emocional:

Contexto de mercado

Tabla 71

Contexto del mercado

Elementos	Descripción
Competidores	Cuida tu Ánimo: Aplicación enfocada en el bienestar emocional, que permite a los usuarios registrar su estado de ánimo y recibir consejos personalizados. Sanvello: Ofrece herramientas de gestión emocional basadas en la terapia cognitiva conductual, seguimiento del estado de ánimo y una comunidad de apoyo.

	<p>Calm: Proporciona meditaciones guiadas, música relajante y ejercicios de respiración para reducir el estrés y la ansiedad.</p> <p>Headspace: Se centra en la meditación y la atención plena, ofreciendo sesiones guiadas para mejorar la salud mental y el bienestar general.</p> <p>Wysa: Un chatbot que actúa como un amigo virtual, ayudando a los usuarios a manejar su estado emocional a través de técnicas de terapia conductual.</p>
Proveedores	<p>Dígito: Empresa de soluciones digitales como aplicación web y móvil, business intelligence y RPA.</p> <p>Adrisys: Empresa de desarrollo de aplicaciones móviles y web.</p> <p>Wapps Studio: Empresa de desarrollo de aplicaciones móviles y diseño web.</p> <p>Evolbit: Empresa de desarrollo de aplicaciones móviles, web apps y diseño UX/UI.</p> <p>Vex Soluciones: Empresa de desarrollo de aplicaciones web y móviles, y marketing digital.</p>
Canales de venta	<p>Distribución digital a través de Play Store y App Store, además de plataformas asociadas al Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL) como sus redes sociales e intranet ISIL+.</p>
Estrategias de publicidad	<p>Publicidad digital a través de la plataforma de Meta Ads.</p> <p>Publicidad dentro del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL) mediante flyers y posters colocados en diversas áreas de la institución.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La **Tabla 71** presenta la descripción del contexto del mercado en el que se desarrollará la aplicación móvil 'Menta App'. Entre los competidores, tenemos a 'Cuida tu Ánimo', 'Sanvello', 'Calm', 'Headspace' y 'Wysa', que ofrecen servicios similares, tales como el registro del estado de ánimo, meditaciones guiadas, terapia cognitiva conductual y chatbots para manejar el bienestar emocional. Estos competidores demuestran que existe un mercado competitivo con diversas alternativas para los usuarios interesados en mejorar su salud mental. Además, algunos de los proveedores en el sector de desarrollo de aplicaciones móviles son Dígito, Adrisys, Wapps Studio, Evolbit y Vex Soluciones. En cuanto a los canales de venta, la propuesta de aplicación se distribuirá a través de plataformas digitales como Play Store y App Store. También se utilizarán

plataformas asociadas al Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), como sus redes sociales e intranet ISIL+, para promover la aplicación dentro de la comunidad estudiantil. En términos de publicidad, se empleará una estrategia digital en redes sociales, además de métodos tradicionales dentro del ISIL, como flyers y posters, para captar la atención de forma local.

Cientes potenciales

Tabla 72

Cientes potenciales

Elementos	Descripción
Género	La propuesta está dirigida a hombres y mujeres.
Edad	El rango de edades se encuentra entre los 18 a 25 años.
Nivel socioeconómico	El enfoque está orientado al nivel socioeconómico medio-bajo, medio y medio-alto.
Preferencias	Estudiantes interesados en mejorar su bienestar mental, que enfrentan estrés por estudios, exámenes y la vida universitaria. Además, son personas que valoran el uso de herramientas digitales como aplicación de meditación o mindfulness. Buscan soluciones rápidas, fáciles de usar y accesibles que les ayuden a relajarse y a gestionar su salud emocional.
Posesión de bienes	Smartphones de marcas como Samsung, Apple, Xioami, Poco. Acceso a Wi-Fi y planes de datos móviles de operadoras como Movistar, Claro y Entel.
Otros	Estudiantes que están buscando activamente programas de bienestar estudiantil, como talleres de manejo de estrés o actividades de yoga y meditación. También consumen contenido sobre salud mental en plataformas como Instagram y TikTok, y suelen buscar vídeos o audios, como los de ruido blanco, para ayudarles a dormir.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Tabla 72 se detallan las características de los clientes potenciales para la aplicación móvil 'Menta App'. La propuesta está dirigida a estudiantes universitarios hombres y mujeres de 18 a 25 años. El nivel socioeconómico al que se orienta la aplicación abarca desde el medio-bajo hasta el medio-alto, considerando un

público diverso dentro del ámbito académico. En cuanto a preferencias, los clientes potenciales son estudiantes que enfrentan estrés relacionado con los estudios, exámenes y la vida universitaria. Buscan soluciones digitales accesibles, fáciles de usar y efectivas para manejar su bienestar emocional, con un interés particular en herramientas como aplicaciones de meditación o mindfulness. Además, estos estudiantes poseen smartphones de marcas populares como Samsung, Apple, Xiaomi y Poco, y tienen acceso a Wi-Fi y planes de datos móviles de operadores como Movistar, Claro y Entel. En términos de otros comportamientos, los clientes potenciales están interesados en programas de bienestar estudiantil, como talleres de manejo de estrés o actividades de yoga y meditación, y consumen contenido relacionado con la salud mental en plataformas como Instagram y TikTok, donde buscan recursos como vídeos acerca de estos temas y también audios de ruido blanco para mejorar su sueño.

5.3. Descripción de la propuesta de innovación o del modelo de negocio

5.3.1. Diagnóstico situacional

El análisis FODA del bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), en el marco de la factibilidad de un aplicativo móvil para mejorar dicho bienestar se visualiza en la Tabla 73.

Tabla 73

Análisis FODA del bienestar emocional

Análisis	Descriptor
Fortalezas	Los estudiantes reconocen la relevancia del bienestar emocional. Los estudiantes están familiarizados con las tecnologías digitales, en especial el uso de celulares.
Oportunidades	Existen organizaciones que promueven la salud mental y podrían colaborar proporcionando datos e insights para evaluar y mejorar la aplicación. La importancia de la tecnología en la vida estudiantil está en constante crecimiento.

	<p>Hay una tendencia creciente hacia el interés por la salud emocional entre los jóvenes.</p> <p>La institución San Ignacio de Loyola promueve la salud mental entre sus estudiantes.</p>
Debilidades	<p>A pesar de que los estudiantes valoran su bienestar emocional, desconocen las herramientas tecnológicas disponibles para gestionarlo.</p> <p>Bajo número de aplicaciones que ayuden a mejorar la salud mental.</p> <p>Falta de publicidad y/o visibilidad de apps sobre salud mental.</p> <p>El equipo carece de conocimientos especializados en salud mental.</p>
Amenazas	<p>La brecha digital es una barrera para algunos estudiantes debido a la falta de acceso adecuado a dispositivos tecnológicos o conexión a internet.</p> <p>Los estudiantes enfrentan una carga significativa de trabajo y estudios, lo que genera un alto nivel de estrés.</p> <p>La inestabilidad económica, cambios políticos o situaciones de emergencia pueden generar un clima de ansiedad generalizada entre los estudiantes, afectando su bienestar emocional.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: La Tabla 73 presenta el análisis FODA del bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). Entre las fortalezas, los estudiantes saben sobre la importancia de su bienestar emocional y están acostumbrados a usar tecnología, especialmente los celulares. Las oportunidades incluyen la posibilidad de colaborar con organizaciones de salud mental, el creciente interés por el bienestar emocional entre los jóvenes y el apoyo de la institución con el tema. Las debilidades son que, aunque los estudiantes se preocupan por su bienestar, no están muy familiarizados sobre cómo gestionarla, y que el equipo del proyecto no tiene mucha experiencia en salud mental. Las amenazas incluyen la falta de acceso a tecnología para algunos estudiantes, el estrés por los estudios y el impacto de situaciones externas, como problemas económicos o emergencias, que pueden aumentar la ansiedad y afectar su bienestar emocional.

5.3.2. Propuesta de valor

La aplicación móvil 'Menta App' ofrece al alumnado una solución digital para potenciar su bienestar emocional, proporcionando funcionalidades que promueven el autoconocimiento, las relaciones interpersonales saludables, el desarrollo personal y un sentido de propósito. Esta herramienta digital responde a la necesidad de recursos accesibles para reducir el estrés y las emociones negativas dentro del entorno académico. Con funciones que facilitan la organización del tiempo, el desarrollo de habilidades personales y la mejora de la autoestima mediante ejercicios específicos, la aplicación satisface la necesidad del alumnado por contar con un recurso práctico para gestionar su salud mental y, al mismo tiempo, mejorar su rendimiento académico.

5.3.3. Fuentes de ingresos

Nuestros futuros clientes estarán dispuestos a pagar por el modelo premium de la aplicación que ofrece beneficios adicionales en ciertas funciones, como acceso exclusivo a contenido avanzado, herramientas personalizadas, recursos especializados para mejorar su bienestar emocional y una experiencia sin anuncios. Esto les permitiría complementar la experiencia gratuita con funciones más completas y personalizadas. Actualmente, los estudiantes podrían estar pagando por servicios relacionados, como sesiones presenciales de yoga, mindfulness o talleres de manejo del estrés, los cuales suelen ser cobrados por clase o por paquetes limitados. Estos pagos se realizan mayormente en efectivo, y tarjetas de débito o crédito. Sin embargo, el alumnado tendrá un sistema de pagos recurrentes a través de una suscripción mensual o anual para la versión premium.

5.3.4. Canales de distribución

Los clientes prefieren ser contactados a través de redes sociales, ya que son plataformas que utilizan frecuentemente y permiten recibir y compartir datos de manera rápida y accesible. Sin embargo, dado que el proyecto está enfocado en el ámbito educativo, los canales internos del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), como su intranet, así como la distribución de flyers y posters dentro de la institución, son más efectivos para llegar a los estudiantes de forma directa y reforzar el mensaje. Aunque los canales digitales tienen un gran alcance, el canal más económico resulta ser la comunicación dentro de la institución, ya que los costos de impresión y distribución de flyers y posters son considerablemente menores en comparación con los gastos asociados al diseño, grabación, edición audiovisual y publicidad en redes sociales.

5.3.5. Estrategia de penetración en el mercado

Se logrará que tengan el servicio mediante la promoción dentro del mismo Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), a través de talleres y charlas sobre los beneficios de la aplicación. También se ofrecerán incentivos, como descuentos o accesos exclusivos, para motivar la descarga y el uso de la aplicación. La publicidad será digital, con contenido atractivo que muestre cómo la aplicación puede potenciar el bienestar estudiantil. Además, se complementará con material físico como flyers y posters dentro de la institución para reforzar el mensaje. No se venderá a intermediarios, ya que la estrategia está centrada en el contacto directo con los estudiantes a través de los canales propios del ISIL, sin necesidad de terceros. Sin embargo, se contará con ISIL como aliado estratégico, recibiendo su apoyo para gestionar la difusión y promoción interna de la aplicación. Esto incluirá la colaboración de grupos estudiantiles, profesores y personal administrativo, quienes pueden ayudar a promover la aplicación entre sus compañeros y fomentar su adopción.

5.3.6. Actividades productivas propias y externas

Para ofrecer la propuesta de valor es necesario un diseño de una interfaz de usuario atractiva, el desarrollo técnico de la aplicación móvil y pruebas de funcionamiento para garantizar que cumpla con las necesidades del alumnado. Además, se capacitará al personal encargado de brindar soporte técnico y se elaborarán materiales informativos que expliquen los beneficios y el uso de la aplicación. Para vender el producto, se organizarán talleres y charlas en el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), se distribuirán flyers y posters dentro de la institución, y se lanzarán anuncios en Meta Ads y TikTok Ads para captar la atención y fomentar las descargas. En cuanto a las actividades para relacionarse con los clientes, se crearán canales de atención al estudiante, como un chat en vivo y encuestas periódicas para recoger opiniones y mejorar la experiencia del usuario. También se promoverá una comunidad digital dentro del ISIL para que los estudiantes puedan interactuar, compartir experiencias y recibir soporte técnico. Finalmente, los ingresos se generarán a través de una versión premium de la aplicación, que ofrecerá beneficios exclusivos como acceso a contenido avanzado, herramientas personalizadas y recursos especializados para el bienestar emocional. Este modelo de suscripción mensual será atractivo para los estudiantes, complementando la versión gratuita con funcionalidades más completas y adaptadas a sus necesidades.

5.3.7. Alianzas

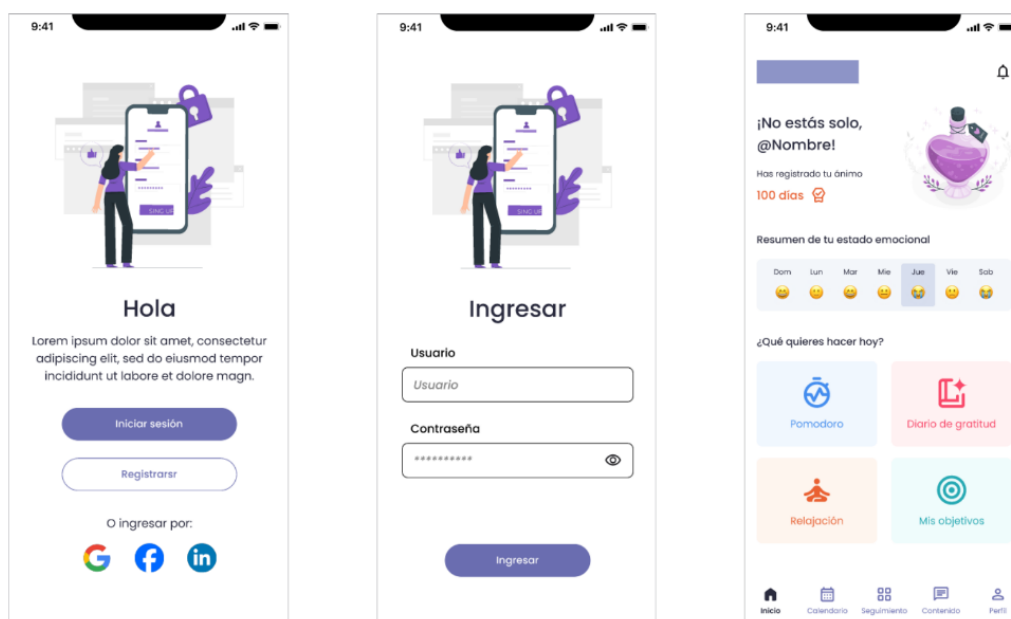
Nuestro proveedor principal será Dígito, una empresa especializada en soluciones digitales, que se encargará del desarrollo, diseño, implementación y mantenimiento continuo de nuestra aplicación móvil. Dígito garantizará que todas las funcionalidades de la app se implementen correctamente. Además, colaboraremos con diseñadores y creadores de contenido freelance para la creación de materiales promocionales como

flyers, posters, anuncios y videos. En cuanto a nuestras actividades de promoción, estableceremos una alianza estratégica con el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL), para promover la aplicación entre los estudiantes, generando confianza y facilitando su adopción y uso en la plataforma.

5.3.8. Propuesta de implementación

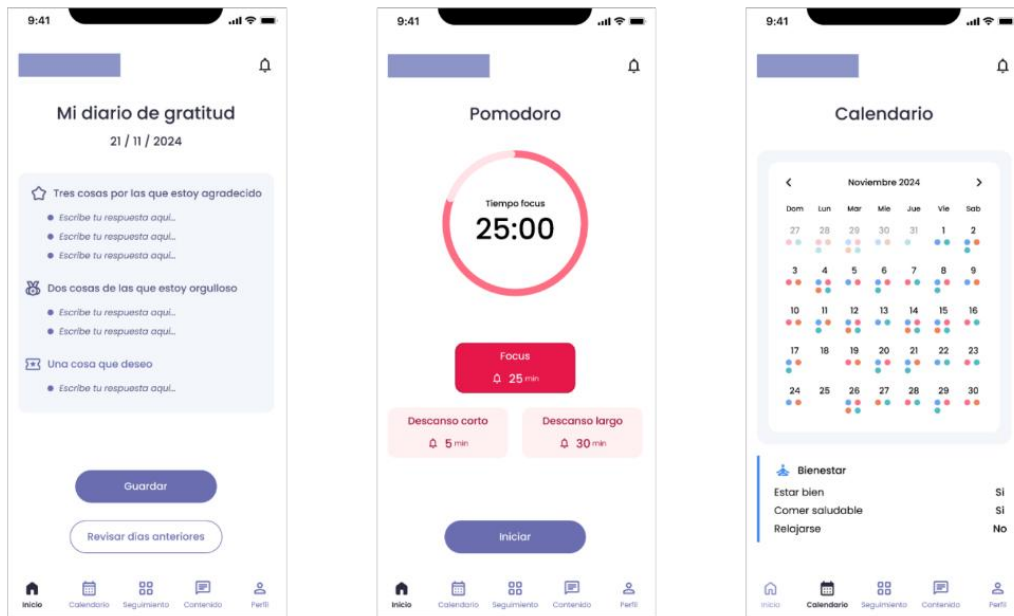
La propuesta de implementación incluye las pantallas de la interfaz 'Menta App', las cuales se centran en la visualización de: Login, Iniciar sesión, Home, Diario de gratitud, Pomodoro y el Calendario de emociones.

Figura 62
Pantallas de Bienvenida, Iniciar sesión y Home



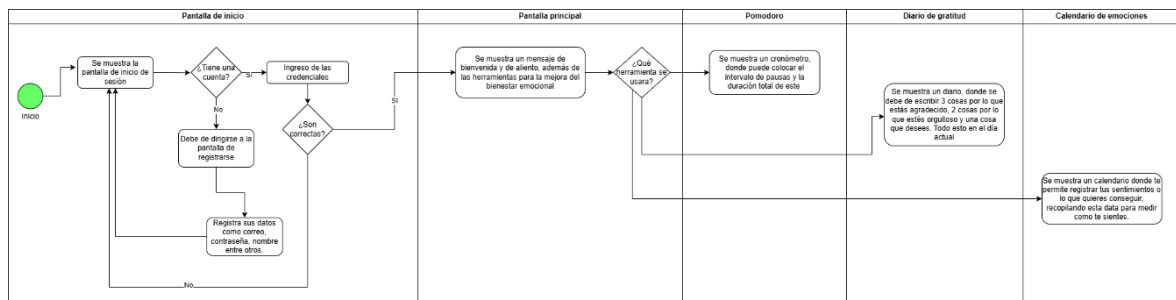
Fuente: Elaboración propia

Figura 63
Pantallas de Diario de gratitud, Pomodoro y Calendario



Fuente: Elaboración propia

Figura 64
Diagrama de flujo



Fuente: Elaboración propia

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

6.1.1. Conclusiones generales

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024 porque se ha demostrado, mediante análisis estadísticos, que existe una correlación entre el uso de la aplicación móvil y el fortalecimiento de las dimensiones del bienestar emocional. Estos hallazgos sugieren que una aplicación móvil bien diseñada podría ser una herramienta útil para apoyar el desarrollo emocional y social de los estudiantes, ayudándoles a alcanzar un mejor desempeño en su vida estudiantil.

6.1.2. Conclusiones específicas

Conclusión específica 1

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque puede contribuir a mejorar la autoestima y la percepción que tienen los estudiantes sobre sí mismos.

Conclusión específica 2

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque facilita la comunicación y el fortalecimiento de vínculos entre los estudiantes.

Conclusión específica 3

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque ayuda a los estudiantes a gestionar mejor su tiempo y sentirse más en control de sus responsabilidades.

Conclusión específica 4

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque promueve el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos entre los usuarios.

Conclusión específica 5

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el propósito de vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque ayuda a los estudiantes a clarificar sus objetivos y aspiraciones.

Conclusión específica 6

Se concluye que sí es viable el diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024; porque permite a los estudiantes tomar decisiones gestionar mejor sus emociones.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. *Recomendaciones generales*

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se proceda con el desarrollo de la aplicación de forma gradual y considerando la integración de funcionalidades que aborden cada dimensión del bienestar emocional estudiantil.

6.2.2. *Recomendaciones específicas*

Recomendación específica 1

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se incluya una sección dedicada a ejercicios de autoaceptación, que permita a los estudiantes reflexionar sobre sus propias experiencias y sentimientos. Estos ejercicios pueden consistir en actividades guiadas, como diarios de gratitud, donde los usuarios registren aspectos positivos sobre sí mismos y sus logros diarios. Además, se pueden incluir recursos sobre autocompasión, que enseñen a los estudiantes a ser amables consigo mismos en momentos de dificultad.

Recomendación específica 2

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se integren funciones que faciliten la interacción social. Esto puede incluir foros donde los estudiantes puedan compartir experiencias y consejos relacionados con el bienestar emocional. También se pueden organizar actividades

colaborativas, como retos grupales o proyectos comunitarios, que fomenten el trabajo en equipo y la conexión interpersonal.

Recomendación específica 3

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se incluyan herramientas para la gestión del tiempo, como calendarios interactivos y recordatorios personalizables para tareas académicas y actividades diarias. Estas funcionalidades permitirán a los estudiantes planificar su carga de trabajo de manera más eficiente, ayudándoles a reducir el estrés asociado con las fechas límite y las responsabilidades académicas. Además, se pueden incorporar técnicas de gestión del tiempo, como la técnica Pomodoro, que enseña a trabajar en intervalos cortos seguidos de breves descansos.

Recomendación específica 4

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se incluyan actividades y módulos de aprendizaje que aborden diversas habilidades y conocimientos sobre el manejo del estrés, inteligencia emocional, habilidades sociales y técnicas de estudio efectivas. Además, se pueden establecer retos mensuales que motiven a los estudiantes a aprender algo nuevo o desarrollar una habilidad específica. Por ejemplo, un reto podría consistir en practicar una nueva técnica de relajación cada semana o leer un libro relacionado con el desarrollo personal.

Recomendación específica 5

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar el propósito de vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se integren herramientas y ejercicios que ayuden a los estudiantes a definir y alcanzar sus metas personales y académicas. Esto puede lograrse mediante ejercicios interactivos que guíen a los usuarios a trazar metas SMART, así como recursos sobre visualización creativa que ayuden a los estudiantes a imaginar su futuro ideal.

Recomendación específica 6

Se recomienda que, dada la viabilidad del diseño de 'Menta App' como propuesta para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024, se ofrezcan recursos sobre gestión emocional y toma de decisiones. Esto puede incluir guías prácticas sobre cómo manejar conflictos interpersonales o cómo abordar situaciones estresantes en el ámbito académico. También se pueden incorporar ejercicios prácticos que ayuden a los estudiantes a evaluar sus emociones y reacciones ante diferentes situaciones. Por ejemplo, un ejercicio podría consistir en un diario emocional donde los usuarios registren sus sentimientos ante eventos específicos y reflexionen sobre sus respuestas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Aguilera, M., Plascencia, A., Pozos, B., & Preciado, M. de L. (2015). *Estrés académico y síntomas físicos, psicológicos y comportamentales en estudiantes mexicanos de una universidad pública*. *Ansiedad y Estrés*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6850073>
- Adherencia - Cronicidad - Pacientes. (2021). *El bienestar emocional de los pacientes con párkinson en tiempos de COVID-19 y el papel que ha jugado el asociacionismo*.
Adherencia - Cronicidad - Pacientes. <https://www.adherencia-cronicidad-pacientes.com/pacientes/el-bienestar-emocional-de-los-pacientes-con-parkinson-en-tiempos-de-covid-19-y-el-papel-que-ha-jugado-el-asociacionismo/>
- Alarcón, R. D. (2020). La Salud Mental de los estudiantes universitarios. *Revista Médica Herediana*, 30(4), 219–221. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v30n4/a01v30n4.pdf>
- Albornoz, C. (2014). Diseño de Interfaz Gráfica de Usuario. *WICC 2014 XVI Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación*, 540–544.
https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41578/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Almaguer, B., & Cossio, E. (2022). *Métodos de muestreo para la optimización de diseño de experimentos*. CIATEQ.
- Álvarez, S. (2015). La autonomía personal y la autonomía relacional. *Análisis filosófico*, 35(1), 13–26. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-96362015000100002&script=sci_arttext
- Arenas, C., Baca, D., Díaz, G., Matalinares, M., Raymundo, O., Uceda, J., & Yaringaño, J. (2016). Afrontamiento al estrés y bienestar psicológico en estudiantes universitarios de Lima y Huancayo. *Revista IIPSI*, 19(2), 123–143.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/12894/11523>

- Berscheid, E. (1999). The greening of relationship science. *American Psychologist*, 54(4), 260–266. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.4.260>
- Biswas-Diener, R., & Diener, E. (2008). *Happiness: Unlocking the Mysteries of Psychological Wealth*.
- Caballero, S. (2009). Tránsito digital en el ámbito educativo. *Revista Iberoamericana de Educación*, 48(6), 5.
- Caldera, D. del C., Ortega, M. A., & Sánchez, Ma. E. (2021). Bienestar subjetivo: Auto percepción en beneficiarios de un programa social en Guanajuato, México. *Investigación y desarrollo*, 29(1), 195–216. <https://doi.org/10.14482/indes.29.1.307.1>
- Calle, I., & Palacio, F. (2014). *Diseño e implementación de un aplicativo móvil para la consulta de servicios por parte de los clientes de pequeña y mediana empresa de Une – Telefónica de Pereira* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica de Pereira. <https://hdl.handle.net/11059/5135>
- Caro-Duque, S., López-Fernández, N., Morales-Cardenas, C., Villate-Obando, N., & Torres-Moreno, M. E. (2023). Hablemos – aplicación móvil para pacientes con problemas de salud mental. *Revista Colombiana de Computación*, 24(2), 12–28. <https://doi.org/10.29375/25392115.4422>
- Chau, C., & Vilela, P. (2017). Determinantes de la salud mental en estudiantes universitarios de Lima y Huánuco. *Revista de Psicología*, 35(2), 387–422. <https://doi.org/10.18800/psico.201702.001>
- Desarrollapp. (2024). Características de las aplicaciones móviles | Lo que no debe faltar. *Desarrollapp*. <https://desarrollapp.com/caracteristicas-de-las-aplicacioneo-debe-faltar.html>

- Díaz, D., Rodríguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C., & Dierendonck, D. van. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18(3), 572–577.
<https://www.redalyc.org/pdf/727/72718337.pdf>
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276–302.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent findings on subjective well-being. *Indian Journal of Clinical Psychology*, 24(1), 25–41.
- Editorial Etécé. (2021a). *Autonomía*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/autonomia/>
- Editorial Etécé. (2021b). *Diagnóstico*. Enciclopedia Concepto.
<https://concepto.de/diagnostico/>
- Ellis, A., & Grieger, R. (1990). *Manual de terapia racional-emotiva* (Vol. 2). Editorial Desclée de Brouwer.
https://www.academia.edu/34149923/Volumen_2_MANUAL_DE_TERAPIA_RACIONAL_EMOTIVA
- Fredrickson, B., & Losada, M. (2005). Positive affect and the complex dynamics of human flourishing. *American Psychologist*, 60, 678–686.
- Haji, E. (2020). *Diseño de aplicativo móvil para evitar el deterioro de la salud mental por el aislamiento social motivado por el Covid-19 en jóvenes de 20 a 25 años* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/10886>
- Herazo, L. (2022). *Qué es una aplicación móvil*. AN Incubator. <https://anincubator.com/que-es-una-aplicacion-movil/>

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2023). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta* (2a ed.). Mc Graw Hill.
- James, W. (1884). What is an emotion? *Mind*, 9, 188–205.
- Jiménez, M. (2021). Cuida tu Ánimo: Nueva App busca fortalecer la salud mental de jóvenes durante la pandemia. *Universidad de Chile*. <https://uchile.cl/noticias/175276/cuida-tu-animo-nueva-app-busca-fortalecer-la-salud-mental-de-jovenes>
- Jiménez, M., Martínez, P., Miró, E., & Sánchez, A. (2008). Bienestar psicológico y hábitos saludables: ¿están asociados a la práctica de ejercicio físico? *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 8(1), 185–202. <https://www.redalyc.org/pdf/337/33780113.pdf>
- Kashdan, T., & McKnight, P. (2009). Origins of Purpose in Life: Refining our Understanding of a Life Well Lived. *Psychological Topics*, 303–316.
- Keyes, C., Ryff, C., & Shmotkin, D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 1007–1022.
- Lacunza, A. B., & Contini, E. N. (2016). Relaciones interpersonales positivas: los adolescentes como protagonistas. *Psicodebate*, 16(2), 73. <https://doi.org/10.18682/pd.v16i2.598>
- Martinez, A. (2018, marzo 5). *Qué es Crecimiento personal*. Centro de Psicología Integrativa. <https://www.antonimartinezpsicologo.com/definicion-de-crecimiento-personal/>
- Matute, D. (2023). *Diseño de una aplicación móvil con temáticas de mindfulness para personas con ansiedad generalizada* [Tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional de la Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13636>
- Miro. (s/f). *Plantilla de wireframes de baja fidelidad*. Miro. <https://miro.com/es/plantillas/wireframes-baja-fidelidad/>

- Mora, F. (2013). ¿Qué es una emoción? *Arbor*, 189(759), a004.
<https://doi.org/10.3989/arbor.2013.759n1003>
- Nieto, D. (2022). *Diagnóstico en Educación. Editorial: Sanz y Torres.*
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Trujillo Román, I., Romero Delgado, H., Medina Barcena, W., & Novoa Ramírez, E. (2023). *Metodología de la investigación total. Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de Tesis* (6a ed.). Ediciones de la U.
- Oquendo, A. (2020). Fundamentación para el diagnóstico del control de los inventarios en la Empresa de Correos Las Tunas. *Innovación tecnológica (Las Tunas)*, 26(4).
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/442/4422456006/index.html>
- Organización Mundial de la Salud. (2014). *Documentos básicos* (48a ed.).
<https://apps.who.int/gb/bd/pdf/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2022a). *Informe mundial sobre salud mental: Transformar la salud mental para todos. Panorama general.*
<https://www.who.int/es/publications/i/item/9789240050860>
- Organización Mundial de la Salud. (2022b). Salud mental: fortalecer nuestra respuesta. *Organización Mundial de la Salud.* <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>
- Paredes, L. (2018). *Propósito y Sentida de vida.* Psic. Lore Paredes.
<https://psicologalorenaredes.wordpress.com/2018/11/17/proposito-y-sentido-de-vida/>
- Pérez-Álvarez, M. (2013). LA PSICOLOGÍA POSITIVA Y SUS AMIGOS: EN EVIDENCIA. *Papeles del Psicólogo*, 34(3), 208–226.
<https://www.redalyc.org/pdf/778/77828443005.pdf>
- Rodríguez, A., Rocío, E., Zambrano, V., & Rodríguez, G. (2019). TICS y aplicaciones móviles en la educación superior; del dicho al reto. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación*

- y Desarrollo. https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/01/tics-educacion-superior.html?fb_comment_id=1826335574161033_3795199053941332
- Rodríguez, E. A., & Sánchez, M. de los Á. (2022). Bienestar psicológico en estudiantes de primeros ciclos de una universidad privada de Lima. *Propósitos y Representaciones*, 10(3). <https://doi.org/10.20511/pyr2022.v10n3.1705>
- Rodríguez, L., & Senín, C. (2022). Aplicaciones móviles en español para evaluación e intervención en Salud Mental. *Ansiedad y Estrés*, 28(1), 47–54. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8370275>
- Rodríguez-Sosa, J., & Burneo, K. (2017). Metodología de la investigación. *Universidad San Ignacio de Loyola*.
- Román, C. E. (2009). Sobre la retroalimentación o el feedback en la educación superior on line. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 26, 1–18. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194215516009.pdf>
- Rondón, M. (2006). Salud mental: un problema de salud pública en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 23(4). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342006000400001
- Rosa-Rodríguez, Y, Y., Negrón, C. N, N., Maldonado P. Y, Y., Toledo O. N., N., & Quiñones B. A., A. (2015). Dimensiones de bienestar psicológico y apoyo social percibido con relación al sexo y nivel de estudio en universitarios. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 33(1), 31–43. <https://doi.org/10.12804/apl33.01.2015.03>
- Rus, E. (2020). *Viabilidad*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>

- Ryff, C. D. (1989). Beyond Ponce de Leon and Life Satisfaction: New Directions in Quest of Successful Ageing. *International Journal of Behavioral Development*, 12(1), 35–55.
<https://doi.org/10.1177/016502548901200102>
- Sánchez-Aragón, R. (2020). Bienestar subjetivo: el papel de la rumia, optimismo, resiliencia y capacidad de recibir apoyo. *Ciencias Psicológicas*, 14(2).
<https://doi.org/10.22235/cp.v14i2.2222>
- Siebert, F. (2021). Adicción al celular: cuando el teléfono es un artefacto que nos hace perder la libertad. *Universidad de Chile*. <https://uchile.cl/noticias/182495/adiccion-al-celular-cuando-el-telefono-nos-hace-perder-la-libertad>
- Sierra, J. (2005). Avance de investigación: Regulación de recursos en el programa de Comunicación Social en el Sistema de Estudios de la Fundación Universitaria Católica del Norte, FUCN. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 16.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220418003>
- Soares, A., Almeida, L., & Guisande, A. (2011). Ambiente académico y adaptación a la Universidad: Un estudio con estudiantes de 1° año de la Universidad do Minho. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 2(1), 99–121.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=245116403005>
- Statista. (2023). Aplicaciones de redes sociales y mensajería más descargadas en Perú en 2023. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/1413703/redes-sociales-apps-con-mayor-volumen-de-descargas-en-peru/>
- Superintendencia de Banca Seguros y AFP. (2024). *Cotización de oferta y demanda tipo de cambio promedio ponderado*. Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.
https://www.sbs.gob.pe/app/pp/sistip_portal/paginas/publicacion/tipocambiopromedio.aspx

Torres, A. (2016, junio 27). *La Teoría de la Personalidad que propuso Carl Rogers*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-personalidad-carl-rogers>

Vidal, S. (2024). Beneficios de la tecnología en la vida cotidiana. *Tecnobits*. <https://tecnobits.com/beneficios-de-la-tecnologia-en-la-vida-cotidiana/>

WebDesigna. (2022). Tipos de aplicaciones móviles o apps. *WebDesigna*. <https://www.webdesigna.es/tipos-de-aplicaciones-moviles/>

VIII. ANEXOS

8.1. Informe Turnitin



Página 2 of 197 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trmoid:::30163:417783422

24% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 19% Fuentes de Internet
- 11% Publicaciones
- 21% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo. Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Maria José Alva Guiurfa (Autora)



Ivan Ernesto Quijano Aranibar (Asesor)



Lucio Chuquilin Mori (Autor)



Brandon Farfán Llaulle (Autor)



Bruno Rengifo Flores (Autor)

8.2. Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación

“'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024”

Integrantes:

1. Alva Guiurfa, Maria José
2. Chuquilin Mori, Lucio
3. Farfán Llaulle, Brandon
4. Rengifo Flores, Bruno

Asesor: Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Este proyecto puede generar efectos positivos en el ámbito social, educativo y tecnológico, ya que muestra una base para el estudio de la implementación de herramientas digitales para favorecer el bienestar emocional del alumnado. Más allá del desarrollo de una aplicación en específico, el enfoque está en analizar las posibilidades, limitaciones y beneficios de este tipo de herramientas como un complemento al apoyo profesional, promoviendo su uso responsable y accesible en el contexto educativo.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

De acuerdo con lo estudiado se obtuvo que, aunque hay un grupo de estudiantes que dice tener un buen bienestar emocional, la otra parte refleja que no lo siente todo el tiempo. Además, está dispuesta a usar aplicaciones móviles como herramientas de apoyo para disminuir el estrés y ansiedad en el entorno educativo.

8.3. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Independiente: Aplicación Móvil Dimensiones: Diagnóstico Diseño y prototipo Interfaz Variable dependiente: Bienestar emocional Dimensiones: Autoaceptación Relaciones positivas Dominio del entorno Crecimiento personal Propósito de la vida Autonomía	Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Básica Diseño de investigación: No experimental de corte transversal Niveles de investigación: Exploratorio Descriptivo	Población: Todos los estudiantes del 1er al 6to ciclo del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores del año 2024. Muestra: No probabilística por conveniencia. 50 estudiantes del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores del año 2024.
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar la viabilidad del diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar la viabilidad del diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar la autoaceptación del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar las relaciones positivas del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso	Evaluar el diseño de 'Menta App' como recurso	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para			

para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	para mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	mejorar el dominio del entorno del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar el crecimiento personal del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar el propósito de la vida del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			
¿Es viable el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024?	Evaluar el diseño de 'Menta App' como recurso para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.	El diseño de 'Menta App' sí es viable como recurso para mejorar la autonomía del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores en el año 2024.			

8.4. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Preguntas	Escala de medición	I	Escala (Likert)				
									1	2	3	4	5
V1: Aplicación móvil	La aplicación móvil se define como un software diseñado para dispositivos android o ios, los cuales tienen el aprovechamiento de las características funcionales (táctil, GPS, cámara, etc.) de estos para tener una experiencia enriquecida (Calle & Palacio, 2014).	El desarrollo de la variable propuesta, aplicación móvil, se orienta a tres dimensiones como el diagnóstico (ítem 1-4), diseño y prototipo (ítem 5-10), e interfaz (ítem 11-15).	Diagnóstico	Identificación de necesidades	1	¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones móviles?	ORDINAL	CUESTIONARIO	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
					2	¿Considera que existe preferencias al usar aplicaciones móviles que se ven bien?							
					3	¿Tiene pensado utilizar una aplicación móvil para manejar sus emociones?							
				Problemas emocionales más comunes	4	¿Considera que en los últimos 3 meses ha tenido problemas emocionales (estrés, ansiedad, tristeza, etc.)?							
			Diseño y prototipo		Funcionalidad	5							
				6		¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para mejorar el estado de ánimo?							
				7		¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para reducir la ansiedad?							

					8	¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para desarrollar habilidades de mindfulness?									
				Diseño iterativo	9	¿Considera apropiado una retroalimentación sobre el diseño y las funcionalidades de la aplicación?									
					10	¿Considera que se debe mejorar continuamente las aplicaciones con base en las opiniones de los usuarios?									
			Interfaz	Diseño UX	11	¿Prefiere las aplicaciones con una interfaz visualmente atractiva?									
					12	¿Prefiere las aplicaciones que facilitan la búsqueda de funciones?									
				Usabilidad	13	¿Aprecia más las aplicaciones que son fáciles de usar?									
					14	¿Considera que la rapidez de respuesta de las aplicaciones móviles es muy importante?									
				Accesibilidad	15	¿Prefiere aplicaciones que sean fáciles de usar sin necesidad de saber mucho de tecnología?									

					36	¿Tus metas y valores personales guían tus decisiones y acciones diarias?										
					37	¿Estás comprometido/a con el logro de tus metas y sueños?										
				Satisfacción personal	38	¿Tienes una visión sobre lo que quieres lograr en la vida?										
					39	¿Encuentras satisfacción en el camino que has elegido y en lo que has logrado hasta ahora?										
					40	¿Sientes que tu vida tiene un propósito y un significado?										
			Autonomía	Independencia	41	¿Disfrutas de tu independencia y de tomar tus propias decisiones?										
						42	¿Te sientes cómodo/a siendo quien eres, sin buscar la aprobación de los demás?									
						43	¿Vives de acuerdo con tus valores y principios personales?									
						44	¿Tomas decisiones basadas en lo que crees que es correcto, independientemente de las opiniones de los demás?									

				Resolución de conflictos	45	¿Confías en tu capacidad para superar los desafíos y resolver problemas?								
--	--	--	--	--------------------------	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--

8.5. Instrumentos de recolección de datos



¡Hola! Somos Maria José Alva, Lucio Chuquilin, Brandon Farfán y Bruno Rengifo, estudiantes de la Escuela Superior del Instituto San Ignacio de Loyola. Estamos llevando a cabo una investigación de pregrado titulada: “'Menta App' como propuesta para mejorar el bienestar emocional del alumnado del Instituto San Ignacio de Loyola de la sede Miraflores, 2024”. Le solicitamos leer detenidamente cada afirmación y marcar con un aspa (X) o cruz (+) en las opciones correspondientes.

La encuesta tiene una duración aproximada de 25 minutos. Esto es anónimo, por lo que no te pediremos información personal. Tus respuestas se usarán exclusivamente para fines de esta investigación y serán tratadas con confidencialidad. Por favor responde con sinceridad.

¡Muchas gracias!

BLOQUE 1: APLICACIÓN MÓVIL

1. ¿Con qué frecuencia emplea aplicaciones móviles?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

2. ¿Considera que existe preferencias al usar aplicaciones móviles que se ven bien?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre

- Siempre
- 3. ¿Tiene pensado utilizar una aplicación móvil para manejar sus emociones?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 4. ¿Considera que en los últimos 3 meses ha tenido problemas emocionales (estrés, ansiedad, tristeza, etc.)?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 5. ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para ayudar a manejar el estrés?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 6. ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para mejorar el estado de ánimo?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre

- Siempre
- 7. ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para reducir la ansiedad?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 8. ¿Consideraría usar una aplicación móvil que tenga herramientas para desarrollar habilidades de mindfulness?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 9. ¿Considera apropiado una retroalimentación sobre el diseño y las funcionalidades de la aplicación?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces
 - Casi siempre
 - Siempre
- 10. ¿Considera que se debe mejorar continuamente las aplicaciones con base en las opiniones de los usuarios?**
- Nunca
 - Casi nunca
 - A veces

- Casi siempre
- Siempre

11. ¿Prefiere las aplicaciones con una interfaz visualmente atractiva?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12. ¿Prefiere las aplicaciones que facilitan la búsqueda de funciones?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

13. ¿Aprecia más las aplicaciones que son fáciles de usar?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

14. ¿Considera que la rapidez de respuesta de las aplicaciones móviles es muy importante?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre

- Siempre

15. ¿Prefiere aplicaciones que sean fáciles de usar sin necesidad de saber mucho de tecnología?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

BLOQUE 2: BIENESTAR EMOCIONAL

16. ¿Te aceptas tal como eres, sin juzgarte de manera negativa?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

17. ¿Confías en tus habilidades y en tu capacidad para superar los desafíos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

18. ¿Eres capaz de perdonarte por tus errores y aprender de ellos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces

- Casi siempre
- Siempre

19. ¿Reconoces tus cualidades y tus áreas de mejora?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

20. ¿Te sientes en paz contigo mismo(a) y con las decisiones que has tomado en tu vida?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

21. ¿Disfrutas pasar tiempo con las personas que te rodean?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

22. ¿Te esfuerzas por ser amable y comprensivo/a con los demás?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre

- Siempre

23. ¿Buscas entender y apreciar las diferentes perspectivas de las personas?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

24. ¿Cultivas relaciones cercanas y afectuosas con aquellos que son importantes para ti?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

25. ¿Sientes que puedes contar con el apoyo de amigos y seres queridos cuando lo necesites?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

26. ¿Te sientes seguro/a al enfrentar nuevas situaciones y desafíos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

27. ¿Eres flexible y puedes adaptarte fácilmente a nuevas situaciones?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

28. ¿Te sientes capaz de manejar eficazmente los desafíos que se presentan en tu vida?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

29. ¿Tienes la libertad de hacer las cosas que disfrutas y que te hacen feliz?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

30. ¿Confías en tu capacidad para tomar decisiones importantes?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

31. ¿Ves los cambios como oportunidades para crecer y mejorar como persona?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

32. ¿Reconoces y celebras tus logros y avances personales?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

33. ¿Te emociona el proceso de aprender y crecer como individuo?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

34. ¿Te conoces bien a ti mismo/a, incluyendo tus fortalezas, debilidades y valores personales?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

35. ¿Te sientes satisfecho/a con el progreso que has logrado hacia tus metas personales?

- Nunca

- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

36. ¿Tus metas y valores personales guían tus decisiones y acciones diarias?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

37. ¿Estás comprometido/a con el logro de tus metas y sueños?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

38. ¿Tienes una visión sobre lo que quieres lograr en la vida?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

39. ¿Encuentras satisfacción en el camino que has elegido y en lo que has logrado hasta ahora?

- Nunca
- Casi nunca

- A veces
- Casi siempre
- Siempre

40. ¿Sientes que tu vida tiene un propósito y un significado?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

41. ¿Disfrutas de tu independencia y de tomar tus propias decisiones?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

42. ¿Te sientes cómodo/a siendo quien eres, sin buscar la aprobación de los demás?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

43. ¿Vives de acuerdo con tus valores y principios personales?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre

- Siempre

44. ¿Tomas decisiones basadas en lo que crees que es correcto, independientemente de las opiniones de los demás?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

45. ¿Confías en tu capacidad para superar los desafíos y resolver problemas?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Muchas gracias.

8.6. Validación de expertos



FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución	Instrumento	Autor(es)
Mg. Ivan Ernesto Quijano Aranibar	Docente en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Docente e Investigador RENACYT en el Instituto San Ignacio de Loyola.	Cuestionario	Alva Guiurfa Maria José, Chuquilin Mori Lucio, Farfán Llaulle Brandon y Rengifo Flores Bruno

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Criterios	Indicadores	Deficiente 0- 20%	Regular 21- 40%	Buena 41- 60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81- 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables				X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. Organización	Existe una organización lógica.				X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos				X	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

III. OPINION DE APLICACIÓN

- Aplicable
- Aplicable después de corregir
- No aplicable

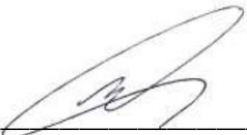
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

71% MUY BUENO

V. DATOS DEL EXPERTO

DNI	ORCID	COD. INVESTIGADOR RENACYT	Celular
45144294	https://orcid.org/0000-0003-2264-1186	P0130610	+51 956 202 509

Lugar y fecha: Lima, 13 de junio de 2024.


 QUIJANO ARANIBAR IVAN ERNESTO
 DNI: 45144294