



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE
ESCUELA DE INGENIERÍA | ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**ZENDA: PLATAFORMA INTELIGENTE
QUE TE CONECTA CON LA
TERAPIA COMPLEMENTARIA
A LA MEDIDA**

Negocios y Tecnología para Zenda

MARILENA GENNERO RIGANTI

Actividad de Graduación para optar al grado de
MAGÍSTER EN INNOVACIÓN

Profesor Supervisor:
FRANCISCO PIZARRO

Santiago de Chile, (julio, 2019)
© 2019, Marilena Gennero Riganti



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE
ESCUELA DE INGENIERÍA | ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**ZENDA: PLATAFORMA INTELIGENTE
QUE TE CONECTA CON LA
TERAPIA COMPLEMENTARIA
A LA MEDIDA**

Negocios y Tecnología para Zenda

MARILENA GENNERO RIGANTI

Proyecto presentado a la Comisión integrada por los profesores:

FRANCISCO PIZARRO

JULIAN HERMAN

AYUDANTE: ROCÍO ORTIZ

Para completar las exigencias del grado de
Magíster en Innovación

Santiago de Chile, julio 2019

A mis incondicionales Edu y papás,
por ser parte de este gran proceso de reencuentro
con el mundo de las terapias complementarias,
y por su comprensión y apoyo en estos dos años
de trabajo y estudios en el Magíster de Innovación.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Alejandra y Lorena, mis compañeras en este camino de encuentro y profundización de Zenda, que desde siempre creyeron en el proyecto y dieron todo de sí para que se llevará a cabo.

Agradezco a Francisco Pizarro y Rocío Ortiz, por sus valiosos *feedbacks* a lo largo de todo este período y por su siempre disponibilidad para darnos apoyo antes dudas y pasos a seguir.

Agradezco a los momentos difíciles y a las crisis, las cuales generan cambios tanto internos como externos, y que me han llevado personalmente a buscar y encontrar un camino de sanación en el mundo de las terapias complementarias.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Problema	1
1.2 Solución	2
1.3 Mercado Objetivo	3
2. OBJETIVOS	3
2.1 Objetivo general Zenda	3
2.2 Objetivos específicos Zenda	3
2.3 Objetivos Negocios y Tecnología para Zenda	4
3. ESTADO DEL ARTE	6
3.1 Investigación competencia con presencia online	6
3.2 Investigación plataformas similares y establecimiento benchmarking	12
4. RECURSOS CLAVES (SITIO WEB)	19
4.1 Planificación estratégica	20
4.2 Diseño	22
4.3 Diseño test inteligente para recomendar terapias	24
4.4 Prototipado	31
4.5 Evaluación	32
4.6 Implementación y lanzamiento	35
4.7 Mantenimiento y seguimiento	35
5. SOCIOS CLAVES	37
5.1 Identificación socios claves y definición estrategia de trabajo	38
5.2 Reuniones con socios claves	43
6. INGRESOS Y COSTOS	47
6.1 Investigación modelos de ingreso	47
6.2 Definición <i>pricing</i> para terapeutas	49

6.3	Definición costos	50
6.4	Implementación modelo de ingresos	53
6.5	Monitoreo y evaluación de funcionamiento nuevo modelo	53
7-	EXPANSIÓN	54
7.1	Expansión del modelo a todo Chile	54
8-	CONCLUSIONES GENERALES	56
	BIBLIOGRAFÍA	58
	A N E X O S	59
	Anexo 1	59
	Anexo 2	60
	Anexo 3	70
	Anexo 4	81
	Anexo 5	82
	Anexo 6	84

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1-1: Carta Gantt negocios y tecnología	5
Tabla 1-2: Estado del arte – Directorio de terapeutas	7
Tabla 1-3: Estado del arte – Centro de terapias	8
Tabla 1-4: Estado del arte – Reserva online de terapias presenciales	9
Tabla 1-5: Estado del arte – Reserva y pago online de terapias presenciales	10
Tabla 1-6: Estado del arte – Terapias online	10
Tabla 1-7: Test inteligente Zenda: nueve terapias y sus beneficios	25
Tabla 1-8: 39 Test inteligente Zenda: resultados posibles	26
Tabla 1-9: Codificación de terapias según cada pregunta del test	29
Tabla 1-10: Indicadores seguimiento nuevo sitio web Zenda	36
Tabla 1-11: Resultados encuestas online sobre características sitio	37
Tabla 1-12: Socios claves: centros de terapias complementarias	38
Tabla 1-13: Socios claves: centros arriendos box	39
Tabla 1-14: Socios claves: agrupaciones y colegio de terapeutas	40
Tabla 1-15: Socios claves: escuela e institutos	41
Tabla 1-16: Factores de importancia consultantes	44
Tabla 1-17: Factores de importancia terapeutas	44
Tabla 1-18: Resultados entrevistas centros de terapia	46
Tabla 1-19: Resultados entrevistas escuelas	46
Tabla 1-20: Estado del arte: modelos de ingreso sitios web terapias	48

Tabla 1-21: Resultados entrevistas terapeutas	49
Tabla 1-22: Flujo 6 primeros meses Zenda	52
Tabla 1-23: Visitas por ciudad sitio web Zenda, Google Analytics	54
Tabla 1-24: Distribución por ciudad de nuevos posibles terapeutas	55

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1-1: Estado del arte: multifiltros -Goodtherapy	13
Figura 1-2: Estado del arte: multifiltros -Psychologytoday	13
Figura 1-3: Estado del arte: test inteligente - iPrevail	14
Figura 1-4: Estado del arte: listado de terapeutas - Welldoing	14
Figura 1-5: Estado del arte: ficha de terapeutas - Zencare	15
Figura 1-6: Estado del arte: formulario aplicación - Openpath	16
Figura 1-7: Estado del arte: reserva y contacto - Welldoing	17
Figura 1-8: Estado del arte: reserva online - Zencare	17
Figura 1-9: Estado del arte: sello de calidad - Harleytherapy	18
Figura 1-10: Estado del arte: proceso de selección - Zencare	18
Figura 1-11: Wireframe Home Zenda	23
Figura 1-12: Flujo test inteligente Zenda	31
Figura 1-13: Implementación sitio web: entrega prototipos	32
Figura 1-14: Implementación sitio web: test de usuario	32
Figura 1-15: Preguntas abiertas y cerradas para finalizar test de usuario	34
Figura 1-16: Implementación y lanzamiento sitio web Zenda	35

RESUMEN

El presente proyecto de graduación tiene como objetivo construir un modelo de negocios centrado en una estrategia de ingresos, socios claves y recursos claves, con el fin de sustentar sólidamente el proyecto Zenda, plataforma inteligente que visibiliza terapias complementarias, conectando a consultantes con terapeutas.

Para cumplir con lo anterior se trabajó con diversas metodologías, incluyendo una extensa revisión del estado de arte de la competencia (plataformas web y sus modelos de negocios), diseño centrado en usuario para construir un sitio web y entrevistas presenciales y online tanto a terapeutas como a socios claves.

Los resultados de este trabajo demuestran que Zenda tiene el potencial de posicionarse como la alternativa más completa y confiable dentro de la industria, con un sitio web robusto que cumpla con las expectativas de los consultantes y terapeutas y a su vez, con un modelo de ingreso alineado con los intereses de los terapeutas, permitiendo ser a Zenda la plataforma ideal para conectar a la oferta y demanda.

Palabras Claves: terapias, terapias complementarias, terapeuta, confiable, visibilizar, información, sitio web, modelo de negocio, socios claves.

ABSTRACT

The goal of the present graduation project is to build a business model focused on an income strategy, key partners and key resources, in order to solidly sustain the Zenda project, an intelligent platform that makes complementary therapies visible, connecting customers with therapists.

To comply with the above, various methodologies were used, including an extensive review of the competition state of the art (web platforms and their business models), user-centered design to build a website, and face-to-face and online interviews with therapists and key partners.

The results of this work demonstrate that Zenda has the potential to position itself as the most complete and reliable alternative in the industry with a robust website that meets the expectations of customers and therapists, and at the same time, with an income model aligned with the interests of therapists, allowing Zenda to be the ideal platform to connect supply and demand.

Keywords: therapies, complementary therapies, therapist, consultant, reliable, make visible, information, website, business model, key partners.

1. INTRODUCCIÓN

Zenda nace al hacerse visible frente a nuestros ojos, la gran búsqueda diaria que realizan muchas personas para alcanzar un bienestar físico, mental y emocional. Este camino de sanación y de búsqueda de equilibrio no es sencillo, ya que muchas veces no se tiene acceso a soluciones existentes a nuestro alrededor, simplemente por desconocimiento o por tener algunas barreras para acceder a él. Es por esto que Zenda busca visibilizar el mundo de terapias complementarias, que son una fuente adicional de ayuda para muchos de quienes buscan un equilibrio y mejora en sus vidas, creando de esta forma una conexión y comunidad sustentada en una base de confianza, transparencia e información. Esta conexión busca ser generada en parte, a través de un sitio web que entregue toda la información de terapias y terapeutas, que elimine barreras de acceso, proporcionando transparencia, facilidad y conveniencia, y que a su vez conecte al consultante con la terapia complementaria a su medida. A sí mismo, Zenda busca transmitir confianza con un sitio web, contenidos y comunicación de calidad, para lo cual es clave generar recursos a través de un modelo de negocios que sustente toda la propuesta de valor a entregar, tanto para el terapeuta como el consultante.

Finalmente, Zenda es producto del trabajo realizado junto a Guzmán (2019) y Núñez (2019), donde se comparte una problemática común que se aborda con distintos focos en trabajos independientes.

1.1 Problema

En el mundo de hoy vivimos con niveles de estrés altos, presionados por ser exitosos en muchos aspectos de la vida. El porcentaje de chilenos con estrés se duplicó entre el 2012 (22%) y el 2016 (42%) y el 17,2% de los chilenos reconoce síntomas depresivos, de los cuales la mayoría son mujeres (Fundación Chile, 2016). También aumenta la cantidad de personas con una necesidad por conocerse a sí mismo, de conectarse con un mundo espiritual, darle sentido a la vida y buscar el equilibrio. Estas personas en situaciones de crisis o también con el propósito de evolucionar, buscan terapias alternativas que les ayuden a superar sus procesos personales.

Por otro lado, existe un *boom* de ofertas de servicios y productos relacionados con terapias complementarias, armonización, meditación, etc. Sin embargo, este mercado es informal, está atomizado y sesgado por el boca a boca. La oferta es de

baja visibilidad y accesibilidad, y existen asimetrías de información en relación a las terapias (descripción, calidad, terapeutas, calificación, entre otros).

Tanto en Chile como en el extranjero se pueden encontrar sitios web que se enfocan en las terapias complementarias, pero son principalmente informativos o de promoción. En nuestro país, tanto Doctoralia, Terapeutas de Chile y Los Terapeutas, visibilizan este mundo, pero no entregan una experiencia completa basada en la confianza, como la que busca entregar Zenda.

Dado lo anterior, vemos que actualmente oferta y demanda en el mundo de las terapias complementarias está desconectada. A los terapeutas les cuesta lograr visibilidad y atender clientes si no provienen principalmente de la recomendación de sus clientes actuales. Por otro lado, los consultantes y potenciales consultantes que necesitan de estas terapias, debido a estrés, falta de motivación, por problemas de salud que la medicina convencional no está solucionando o necesidad de sentir un bienestar general, no encuentran de manera fácil a los terapeutas indicados, ya que estos no son visibles a los ojos de todos. Es por esto que surge la necesidad de conectar a ambos mundos en una plataforma digital inteligente, que supla las necesidades de terapeutas y clientes, logrando que para ambos sea beneficioso el encuentro a través de los medios digitales. Así nace Zenda.

1.2 Solución

Zenda es una plataforma digital inteligente, que conecta a los pacientes con la terapia complementaria a su medida, resolviendo la problemática de la baja visibilidad, accesibilidad y de la falta de información en relación al mercado de las terapias complementarias, otorgando confianza y construyendo una comunidad en torno a este mundo.

En lo específico, la plataforma consiste en un sitio en donde se publican perfiles de terapeutas con información sobre las terapias que realizan, su formación profesional, experiencia y con un sello de calidad Zenda que lo abale como profesional de este mundo dado minuciosos filtros de entrada a realizar. Además, incluye sistema de reservas y pago online, mensajería directa, y blog con contenidos. El marketing de Zenda se realiza intensivamente a través de redes sociales, en donde se publican fichas de terapias y terapeutas, frases

inspiracionales y videos promocionales. Adicionalmente, se recomienda contenido externo relacionado con lo que Zenda quiere transmitir.

1.3 Mercado Objetivo

El mercado objetivo de Zenda son personas de mente abierta, exploradoras que buscan el equilibrio y vivir armónicamente, generalmente insertas en rutina laboral intensa. Son hombre y mujeres, de cualquier edad, que ven en las terapias complementarias un medio para lograr solucionar sus problemas, conocerse a sí mismos y poder responder en los diferentes ámbitos de la vida.

Respecto al tamaño de mercado, según un estudio del Ministerio de Salud sobre Medicinas Complementarias, se menciona que alrededor del 55% de la población entre los 20 y los 65 años las ha utilizado (alrededor de 7 millones de chilenos). (MINSAL, 2012).

Sumado a esto, considerando la tasa de uso de internet en Chile (85%) (Lever, 2019) y las capacidades actuales de Zenda, se estima que se puede alcanzar en un plazo de 2 años, alrededor de 265.000 visitas al sitio y un total de 672 terapeutas disponibilizados en la plataforma (Núñez, 2019).

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general Zenda

Desarrollar un trabajo de investigación basado en evidencia a través del diseño e implementación del nuevo sitio web de Zenda, acorde a las necesidades del segmento objetivo, financiado a través de levantamiento de capital concursable y dándolo a conocer a través de una estrategia de marketing, con el objetivo de posicionar a Zenda como referente de mercado.

2.2 Objetivos específicos Zenda

- a. Definir una propuesta de valor y modelo de negocios sustentable.
- b. Diseñar e implementar un plan de desarrollo tecnológico que genere valor para nuestros clientes y usuarios.
- c. Construir e implementar una estrategia de comunicación y marketing que genere confianza y posicione a Zenda como líder de mercado.

- d. Desarrollar e implementar un plan de financiamiento para alcanzar crecimiento acelerado y sostenible.

2.3 Objetivos Negocios y Tecnología para Zenda

El objetivo principal de esta actividad de graduación, consiste en poder formalizar y concretar el proyecto Zenda. Parte clave de esto es poder contar con la plataforma web donde se llevará a cabo la interacción entre terapeutas y consultantes. En esta podremos visibilizar a los terapeutas, transmitir los beneficios de sus terapias y, por otro lado, permitir a los consultantes acceder a una gran variedad de terapeutas, disminuyendo las brechas para acceder a ellos a través de reserva y pago online, entre otras funcionalidades.

Adicionalmente, para que el proyecto sea exitoso, es importante poder tener un modelo de negocios sustentable, que nos permita crecer y expandirnos tanto local como internacionalmente.

Es por esto que esta actividad de graduación se centra en Negocios y Tecnología, áreas que se trabajarán en 5 secciones:

- **Sección 1: Estado del arte**
 - a. Investigación competencia
 - b. Investigación plataformas digitales similares y establecimiento benchmarking.
- **Sección 2: Recursos claves (Sitio web 2.0)**
 - a. Planificación estratégica.
 - b. Diseño y preparación de documento para agencias implementadoras.
 - c. Diseñar test para recomendar terapias a la medida.
 - d. Prototipado.
 - e. Evaluación: test de usuarios y cambios.
 - f. Implementación y lanzamiento.
 - g. Mantenimiento y seguimiento.
- **Sección 3: Socios claves**
 - a. Identificación de socios claves y forma de trabajo.
 - b. Definición de estrategia de trabajo.

3. ESTADO DEL ARTE

El objetivo de esta primera sección es interiorizarse e investigar las distintas alternativas y soluciones online que existen para acceder al mundo de las terapias complementarias, conocer los estándares actuales y las características de los sitios web, para finalmente establecer con qué foco posicionar a Zenda, tanto en su presencia digital como en el valor que entregará a la industria.

3.1 Investigación competencia con presencia online

Metodología:

- a. Investigación y recopilación de datos online.
- b. Foco en alternativas existentes que visibilizan y ofrecen terapias complementarias o alternativas a ellas, como podrían ser terapias psicológicas, tanto en Chile como en el extranjero, y que utilizan los medios digitales para darse a conocer.

Resultado investigación:

Dentro del mundo de las terapias complementarias, existen diversas formas de visibilizar a los terapeutas y de ponerse en contacto con los consultantes. Dentro de esta etapa, a través de la investigación online, se clasificó a nuestra competencia en 5 tipos, donde cada uno de estos se especializa en terapeutas complementarios y otros, en psicólogos que abordan temáticas de estrés, ansiedad, soledad y búsqueda de bienestar, que compiten con ciertas de las terapias complementarias que Zenda busca visibilizar.

3.1.1 Directorio de terapeutas

Se trata de sitios web que agrupan y visibilizan a distintos terapeutas complementarios, según la terapia en la que se especializan. Se entregan datos del terapeuta para poder contactarlos directamente.

Tabla 1-2: Estado del arte – Directorio de terapeutas

DIRECTORIO TERAPEUTAS	PAÍS	VISITA PROM/MES	CONTENIDO
Terapeutasdechile.cl	Chile	16.400	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto terapeutas. Se entrega como mínimo algunos de los siguientes datos: mail, teléfono, dirección y sitio web. No todos tienen fotografía personal. Se publica un texto que es diferente en cada terapeuta (no tiene orden establecido) • Actividades, talleres y productos relacionados • Blog
Creerzen.com	Chile	1000 <	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto de terapeutas (mail, teléfono, redes sociales, sitio web). Los terapeutas tienen espacio en su ficha para subir fotos con sus diplomas o para describir las certificaciones • Información de centros de terapias, talleres, arriendo box / consultas / salones, tiendas y actividades
Terapiadelalma.org	Chile	1.500	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto terapeutas de vidas pasadas • Se entrega como mínimo el mail, sumando en algunos casos teléfono, dirección y sitio web. Todos tienen fotografía personal. No hay texto sobre experiencia o mayor detalle • Entrevistas, links, galería imágenes, libros
Guiaholisticakier.com	Argentina	1000 <	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto de terapeutas / centros por zona geográfica • Se presenta descripción servicio, perfil académico, redes sociales, reviews • Se puede contactar al terapeuta o centro a través de la plataforma o directo
Registrodeterapeutas.com	Chile	-	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto de terapeutas (mail, teléfono, redes sociales, sitio web)
WorldwideHealth.com	UK	4.000	<ul style="list-style-type: none"> • Información y contacto de terapeutas / centros por zona geográfica • Cursos, productos, retiros, artículos • Rankea a terapeutas por la certificación de sus licencias, certificados
Theravive.com	US	150.000	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de terapeuta por ubicación o terapia (foco en psicólogos) • Se muestra dirección y teléfono • Se pueden mandar mensajes

3.1.2 Centros de terapias

Se trata de centros físicos que ofrecen diversas terapias complementarias en sus instalaciones y que utilizan los medios digitales para atraer tráfico a su centro.

Algunos de estos solo dan a conocer sus terapias y terapeutas, otros dan posibilidad de reservar a través de formulario de contacto, formulario de contacto derivado desde cada terapeuta y / o entregando mail y celular del terapeuta.

Tabla 1-3: Estado del arte – Centro de terapias

CENTRO TERAPIAS	PAÍS	VISITA PROM/MES	CONTENIDO
Ohanichile.com	Chile	9.000	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción terapias propias • Cursos • Contenidos
Espaciodeluz.cl	Chile	-	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción terapias propias, las cuales se pueden reservar sin conocer al terapeuta por whatsapp o formulario online • Cursos • Ceremonias y experiencias
Innmo.cl	Chile	-	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción terapias propias, las cuales se pueden reservar por formulario online • Ficha de terapeutas • Testimonios
Casabambu.cl	Chile	-	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción terapias propias que se realizan en el centro • Se puede reserva con terapeuta a través de formulario online o directo al mail / celular del terapeuta que es visibilizado (no se da detalle de experiencia) • Talleres y cursos

3.1.3 Reserva online de terapias presenciales

Consiste en sitios de reservas online de terapeutas complementarios y psicólogos, que dan visibilidad al equipo de profesionales a través de perfiles completos de su experiencia, formación e incluso con videos de ellos mismos hablando y explicando sus terapias y su manera de realizarlas, generando de esta forma mayor cercanía y confianza con los potenciales consultantes.

Cada uno de estos sitios permite distintas formas de contactar al terapeuta, donde algunos entregan todo tipo de información de ellos (nombre, teléfono, dirección, mail) y otros solo nombre y dirección, permitiendo el contacto directo a través de

un formulario de contacto, con el fin de no visibilizar el 100% de la información en el sitio web.

Estos sitios de reserva online se especializan en generar consultas presenciales, donde el consultante puede acceder a todo el perfil de manera online, pero la terapia se realiza de manera presencial.

Tabla 1-4: Estado del arte – Reserva online de terapias presenciales

RESERVA ONLINE	PAÍS	VISITA PROM/MES	CONTENIDO
Doctoralia.cl	Multinacional (España)	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Información y reserva (foco médicos y centros médicos). Se muestran teléfonos, dirección, opción de mensaje. • Se explicita que se verifica experiencia de médico (colegiado) • Mensajes online al terapeuta • Reviews • Preguntas y respuestas públicas (Preguntas al experto)
Agendaenlinea.cl	Chile	1.000 <	<ul style="list-style-type: none"> • Información y reserva (foco médicos y centros médicos). • Clientes acumulan puntos y obtienen descuentos en próximas atenciones. • "Necesito / ofrezco box" • Se pueden acceder a terapeutas solo al registrarse como cliente
Betterhelp.com	US	2.300	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de terapeuta mediante TEST. • Se pueden mandar mensajes y reservar horas (chat, teléfono, video) • Destacan que verifican a los terapeutas, que revisan certificados, identidad y referencias. Les hacen un examen. El proceso dura 4-5 semanas
Zencare.co	US	130.000	<ul style="list-style-type: none"> • Información de terapeutas, dirección, video, mandar mail (sin teléfono), compartir página • Filtros horizontales • Chequeo de terapeutas, entrevistas
Goodtherapy.org	US	1.300.000	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de terapeuta por ciudad (foco en psicólogos) • Multifiltros • Permite opción de reservas • Hacen revisión de certificados y licencias • Se muestra info de teléfono, ciudad • Mail solo por plataforma
Psychologytoday.com	US	33.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de terapeuta por ciudad (foco en psicólogos) • Multifiltros • Permite opción de reservas • Hacen revisión de certificados y licencias • Se muestra info de teléfono, ciudad • Mail solo por plataforma • Tienes test

3.1.4 Reserva y pago online de terapias presenciales

Consisten en sitios web que permiten al consultante tanto reservar como pagar online por la consulta. Hay sitios que dan la opción al terapeuta de elegir si quieren activar la opción de reserva y pago online o si solo prefieren que el consultante los contacte vía mail sin habilitar las opciones mencionadas antes.

Tabla 1-5: Estado del arte – Reserva y pago online de terapias presenciales

RESERVA Y PAGO ONLINE	PAÍS	VISITA PROM/MES	CONTENIDO
Losterapeutas.cl	Chile	-	<ul style="list-style-type: none"> • Reserva y pago online (online, transferencia o pago presencial) • Foco terapeutas complementarios • Eventos • Artículos • App está pendiente de ser lanzada desde hace 6 meses
Welldoing.org	UK	90.000	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de terapeuta mediante ubicación o test (Foco psicólogos) • Se puede ver perfil y ubicación • Se puede contactar vía mensaje dentro del sitio • El terapeuta puede elegir si activar reserva y pago online. Si no tiene activa la reserva, aparece un "book online" donde consultante ingresa fecha solicitada. Si el terapeuta elige activar reserva y pago, aparece calendario. Se debe ingresar tarjeta, que es cargada con el monto cuando se confirma reserva. • Artículos

3.1.5. Terapias online

Este tipo de sitios ofrece terapias online con terapeutas / psicólogos. Las sesiones son reservadas y pagadas de manera online.

Tabla 1-6: Estado del arte – Terapias online

TERAPIAS ONLINE	PAÍS	VISITA PROM/MES	CONTENIDO
Talkspace.com	US	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> • Consultantes contestan un test y el algoritmo sugiere 3 terapeutas (psicólogos) • El plan de pago permite agendar citas y chatear con terapeuta
Onlinecounselling.io	US	-	<ul style="list-style-type: none"> • Consultante elige un terapeuta, reserva y paga online. Se le envía vía mail un link para la sesión de terapia online
Harleytherapy.com	US	-	<ul style="list-style-type: none"> • Consultante elige un terapeuta, reserva y paga online. Se le envía vía mail un link para la sesión vía Skype

Conclusiones:

Zenda se focaliza en visibilizar a terapeutas de manera online y contactarlos de la manera más fácil posible con los potenciales consultantes, ya que en la actualidad en Chile la forma más común de acceder a ellos es a través del boca a boca o recomendación por cercanos que han asistido algún tipo de terapia complementaria. El haber investigado sobre el estado del arte en formas de acceder a terapias complementarias de manera online, permitió poder entender de mejor forma las alternativas existentes, la información necesaria para visibilizar a los terapeutas y el valor entregado por cada una de ellas al cliente final.

Algunos de los elementos claves que se pudieron extraer de esta investigación, fue la importancia de entregar de manera clara y detallada todo el perfil del terapeuta. Al sustituir el boca a boca por información online, es muy necesario poder transmitir la mayor confianza posible y esto es logrado por sitios que muestran detalle de certificaciones de cada terapeuta, la forma de certificar a los terapeutas que tiene el sitio web para que sean parte de este, la comunicación de un perfil claro con la formación, experiencia y la forma de realizar el trabajo y videos del mismo terapeuta dándose a conocer y mostrando cercanía con el potencial consultante.

Por otro lado, en los sitios que se permite pago online, es muy importante detallar que el cobro solo se hará efectivo una vez que el terapeuta confirme la hora reservada.

Finalmente, al realizar esta investigación del estado del arte, queda en evidencia que no hay ningún sitio de la competencia, al menos en Chile, que logre abordar a cabalidad lo que espera entregar Zenda, específicamente para el mundo de las terapias complementarias. En la clasificación de reservas online se encuentran sitios web más robustos, con una propuesta de valor más interesante y completa, pero no ofrecen una experiencia integral que incluya medios de pago y tampoco se centran exclusivamente en terapias complementarias, sino más bien en psicólogos. En cuanto a la clasificación reservas y pagos online, se ven menor cantidad de alternativas disponibles. Destaca el caso de Los Terapeutas en Chile, pero no aborda claramente la transmisión de confianza.

3.2 Investigación plataformas digitales similares y establecimiento benchmarking

Metodología:

- a. Profundización en estructura y características de los sitios web de terapias complementarias investigados en sección anterior.
- b. Establecimiento de los requerimientos esenciales y necesarios para el nuevo sitio web de Zenda, a partir de las características más relevantes encontradas durante la investigación del estado del arte y que son acordes a lo que se busca transmitir el proyecto.

Resultado investigación:

El nuevo sitio web de Zenda tiene como objetivos:

- a. Ser referente y consolidador de la oferta de terapias alternativas en Chile.
- b. Convertir a Zenda en un importante canal de reservas y ventas de terapias complementarias.
- c. Asesorar al cliente / consultante para que encuentre la terapia complementaria a su medida de manera fácil y rápida.
- d. Ser un sitio amigable y de fácil navegación (responsivo).

Dado lo anterior, la investigación llevada a cabo, se fue realizando con los anteriores puntos en mente, buscando poder encontrar referentes y funcionalidades que agregaran valor al próximo sitio a desarrollar. Los requerimientos claves para Zenda son:

3.2.1 Facilidad para encontrar la terapia complementaria a su medida

- a. Multifiltros que permitan poder seleccionar distintos criterios a la vez, con el fin de seleccionar la terapia complementaria que cumpla todos los requisitos del consultante:
 - Tipo de terapia (Acupuntura, Biomagnetismo, Reiki, Terapia Floral, etc.)
 - Modalidad de atención (en consulta del terapeuta, a domicilio, online).
 - Ubicación (región, ciudad).
 - Género del terapeuta (hombre, mujer).
 - Miembro de asociaciones / agrupaciones (sí, no).

Buenos referentes son Goodtherapy, sitio que da la posibilidad de seleccionar distintos criterios de filtros y Psychologytoday, con clara visibilidad de los filtros ya seleccionados

Figura 1-1: Estado del arte: multifiltros - Goodtherapy

Figura 1-2: Estado del arte: multifiltros - Psychologytoday

- b. Test inteligente que le recomiende al consultante un terapeuta a su medida, a partir de un cuestionario ubicado dentro del sitio web. Se podrá acceder al resultado una vez ingresado el mail personal, es decir, el terapeuta y terapia recomendada será enviada al correo electrónico del consultante.

iPreval contiene en su sitio un test de evaluación, como parte clave de su oferta de valor.



How would you describe yourself?

Introverted

Extroverted

I'm a bit of both

Figura 1-3: Estado del arte: test inteligente - Iprevail

3.2.2 Clara y completa información de terapeutas

- Visibilizar en el listado de terapeutas la información y llamados a la acción clave.

Welldoing exhibe nombre del terapeuta, fotografía, especialización, adelanto de descripción y llamados a la acción (enviar mail, ver el perfil y reservar).

The screenshot shows the Welldoing website interface. At the top, there's a navigation bar with 'welldoing.org' and buttons for 'ACCOUNT', 'LOG OUT', 'FOR THERAPISTS', and 'SEARCH'. Below this is a dark blue header with 'Therapists in London, EC4A'. On the left, there's a 'Filter your search' section with dropdown menus for Gender, Type of therapy, Type of session, What's worrying you?, and Association. The main content area displays three therapist profiles:

- HELENA Cook**: Psychodynamic psychotherapist. Location: EC1R 5HL. Distance: 0.4 m. Description: Person-centred/humanistic, Psychodynamic, Solution-focused therapy. I am a qualified psychotherapist working face-to-face on a weekly basis with men and women. I work privately and also at a Women's Health Counselling Centre in a major London hospital. Therapy with me is confidential. Buttons: Contact me, View, Book now.
- Maria Pournara**: Integrative psychotherapist. Location: EC1A 2EJ. Distance: 0.1 m. Description: Integrative. Do you feel anxious or overwhelmed? Do you feel depressed or stuck in your life? Do you find it hard to cope with certain feelings or behaviours? Are you worried about your relationship or your marriage? Are family probl... Buttons: Contact me, View.
- Jay Watts**: Integrative psychologist. Location: EC1A 2EJ.

Figura 1-4: Estado del arte: listado de terapeutas - Welldoing

- Perfiles personales con información clave y necesaria del terapeuta, para transmitir la mayor confianza posible.

Zencare incluye en los perfiles de los terapeutas su experiencia, declaración personal, educación, mensaje a clientes, ubicación, fotografía y video personal. Este último logra transmitir confianza en el terapeuta, al poder conocerlo más allá de una sola fotografía.

ZENCARE Find a therapist Therapy groups Mental health Therapy types

Jaclyn Einstein
 Licensed Clinical Social Worker, LCSW
 Credentialed Alcoholism and Substance Abuse Counselor, CASAC
 Accepting new clients for daytime and evening appointments (updated April 1, 2019)

Location
 16 Madison Square West,
 Floor 11
 New York, NY 10010

Specialties & expertise

- Relationships
- Communication skills
- Life transitions
- Anxiety
- Depression
- Substance use
- Infertility counseling
- Personality disorders

Location
 16 Madison Square West,
 Floor 11
 New York, NY 10010

Clientele
 Teenagers (13 - 18)
 Young adults / college students (18 - 24)
 Adults
 Seniors (65+)

Book a Free 10min Call
 The practice will call to discuss your needs.

1 Choose free call

April 22	April 23	April 24
10:50am	10:50am	10:50am
11:50am	11:50am	11:50am
12:50pm	12:50pm	12:50pm
1:50pm	1:50pm	1:50pm
3:20pm	3:20pm	3:20pm
4:20pm	4:20pm	4:20pm

2 Your information

3 Confirmation

Email Therapist Share This Page

Figura 1-5: Estado del arte: ficha de terapeutas - Zencare

- Inscripción de terapeutas a través de un formulario donde se les solicite completar toda la información necesaria tanto para ser transmitida a los consultantes, como para ser administrados por Zenda.

Openpath ofrece un claro formulario de aplicación para ser parte de la plataforma.

The image shows a web browser displaying the 'Therapist Application' form on the Open Path website. The page is titled 'CONFIDENTIAL Therapist Application'. The navigation bar includes links for 'FIND A THERAPIST', 'ABOUT US', 'JOIN FOR THERAPISTS', 'CONTACT US', and 'DONATE'. The form is divided into three main sections:

- Step 1: Account**: Includes fields for 'First Name', 'Last Name', 'Work Email', and 'New Password'. A dropdown menu asks 'How did you hear about us?'. Below this, a note states: 'All of the questions in this section pertain to Open Path's search functionality. If you want your profile to appear in searches by location, please be sure to fill out this section as accurately as possible.'
- Step 2: Office Location**: Includes fields for 'Name of Practice (Optional)', 'Practice Website', 'Office Phone', 'Address Line 1 Street address, P.O. Box, C/O', and 'Address Line 2 Apt. Suite, Office, etc.'
- Step 3: Public Profile**: Includes a dropdown for 'Title (Optional)', dropdowns for 'Personal Pronouns' and 'Therapist Type', a field for 'Type of License (LPC, LMFT, LCSW, PhD, etc.)', and sections for 'BACKGROUND' (Years in Practice, Licensed in (optional)), 'EDUCATION' (Undergraduate Institution Name (optional), Postgraduate Institution Name (optional)), and 'SKILLS AND EXPERIENCE'. The 'SKILLS AND EXPERIENCE' section includes 'Specialties' and 'Treatment Orientation', each with an '+ Add' button. A 'Modality' section also has an '+ Add' button.

On the left side of the form, there is a sidebar with contact information: 'Thank you for your interest in becoming an Open Path therapist. If you have any questions, feel free to contact us here. We look forward to receiving your application.' It includes buttons for 'EMAIL US', '1-800-288-1833', and 'CHAT'. Below this, it says: 'There are no fees whatsoever for participating Open Path member therapists.' and 'Once you've been approved, we'll ask you to fax or scan and email us a copy of your liability insurance information and state license. Want to learn more about being a member of Open Path?' with a 'VISIT OUR THERAPIST PAGE' button.

Figura 1-6: Estado del arte – formulario aplicación: Openpath

3.2.3 Optimización del tiempo de los consultantes al poder preguntar, reservar y pagar online

- a. Invitar a los consultantes a acceder fácilmente a los terapeutas, ya sea pudiendo escribirles a través de la plataforma online o visibilizando siempre la opción de reservar

En Welldoing siempre están accesibles los botones para reservar o contactar al terapeuta, al igual que en Zencare.

welldoing.org

ACCOUNT LOG OUT FOR THERAPISTS SEARCH

FIND A THERAPIST ABOUT ARTICLES RESOURCES

Jamie Kelly Drama therapy psychotherapist, EC1V

My name is Jamie Kelly and I am an HCPC Registered Dramatherapist.

I am passionate about recovery and am guided by the belief that we all have within ourselves the ability to change, grow and flourish to our full potential when in a safe, non-judgemental and creative environment.

I offer a safe, confidential and nurturing space that encourages self-expression for healing and growth.

My Approach

My approach to therapy is person-centred, creative and holistic:

- Your safety is paramount in therapy. I will provide a safe and confidential space where you can share as much or as little as you feel comfortable.
- Building trust is key to help you feel safe in your sessions. I will listen carefully to you, show you empathy and unconditional positive regard so that you feel able to share freely in your own way and at your own pace.
- Developing your inner strength and inner resilience is essential in therapy. I will support you to develop all aspects of yourself (spiritual, social, intellectual, emotional, physical and creative) so that you may build on your inner strength and resources.
- There are many ways to work in therapy and many ways to work with you! I will see you as a whole person and not judge you based on your condition, problem or situation. I will support you to find your own voice and answers, follow your lead in

Quick search

Enter your postcode or town Search

Address
City Road Therapy
335 City Road
Islington
London
EC1V 1LJ

Figura 1-7: Estado del arte: reserva y contacto - Welldoing

ZENCARE

Find a therapist Therapy groups Mental health Therapy types Blog About Join as

Jaclyn Einstein
Licensed Clinical Social Worker, LCSW
Credentialed Alcoholism and Substance Abuse Counselor, CASAC
Accepting new clients for daytime and evening appointments (updated March 1, 2019)

Location
16 Madison Square West,
Floor 11
New York, NY 10010

Specialties & expertise

- Relationships
- Communication skills
- Life transitions
- Anxiety
- Depression
- Substance use
- Infertility counseling
- Personality disorders

Book a Free 10min Call
This practice will call to discuss your needs.

1 Choose

2 Your information

Name *

First Name Last Name

Phone *

Email

Please note if your insurance is not listed, this therapist does not take your health insurance. Check with your

3 Confirmation

Email Therapist Share This Page

Figura 1-8: Estado del arte: reserva online - Zencare

3.2.4 Transmitir confianza sobre procesos de selección para ser parte del sitio web

- Comunicar claramente cuáles son los procesos de selección y los requisitos para que un terapeuta forme parte de la plataforma, siendo esto parte fundamental del formulario de inscripción y de las

preguntas frecuentes donde debe estipularse las etapas de selección para ser parte de Zenda.

En Harleytherapy se exigen requisitos y se comunica un sello de calidad, que ofrece una nueva terapia gratis si el consultante no queda satisfecho con la primera atención. En Zencare, se detalla claramente el proceso de selección de los terapeutas presentes en su plataforma.

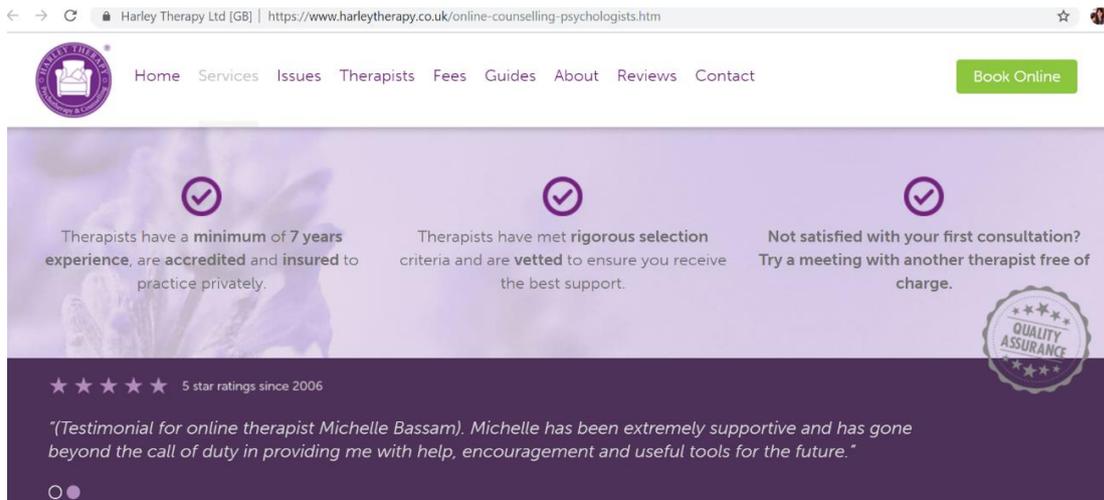


Figura 1-9: Estado del arte: sello de calidad - Harleytherapy

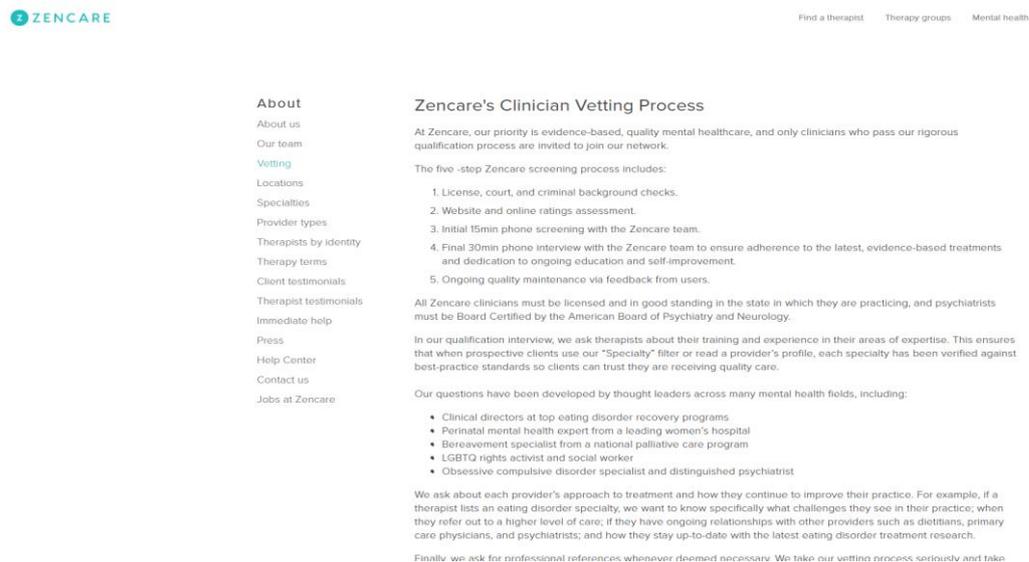


Figura 1-10: Estado del arte: proceso de selección - Zencare

Conclusiones:

Con el nuevo sitio de Zenda se busca transmitir una atmósfera de confianza, cercanía, claridad y de completa información. Todos los puntos y características descritas anteriormente son parte clave para poder lograr transmitir el espíritu de Zenda a los consultantes.

Las funcionalidades recopiladas entregarán seguridad para poder conectarse con el mundo de terapias complementarias y así construir un sitio web que reúna a los consultantes en torno a una sola plataforma especialista y referente en esta industria y, por otro lado, a los terapeutas complementarios en un lugar donde puedan ser visibilizados de buena forma, pudiendo transmitir su profesionalismo y respeto por las terapias complementarias.

Se puede además concluir que los sitios más avanzados en cuanto a transmitir confianza e información a los clientes, son los que están ligados a la salud mental. Estos forman parte de una competencia y complementariedad a la vez, de las terapias que busca visibilizar Zenda. Es decir, las terapias complementarias siguen estando un paso más atrás en la formalización y correcta transmisión de beneficios que el resto de las terapias profesionales.

Es justamente por esto que es necesario y urgente que Zenda pueda posicionar y visibilizar el valor de las terapias complementarias a través de un sitio web formal y responsable, que comunique al mundo la gran labor que realizan este tipo de terapeutas en el bienestar integral de las personas.

4. RECURSOS CLAVES (SITIO WEB 2.0)

En esta sección se trabajó con el objetivo de planificar y desarrollar el nuevo sitio web de Zenda, acorde a las necesidades de los usuarios / consultantes: confianza, seguridad, claridad y detallada información de los terapeutas. Adicionalmente, con los objetivos definidos para el nuevo sitio web y ya mencionados en la sección anterior:

- a. Ser referente y consolidador de la oferta de terapias alternativas en Chile.
- b. Convertir a Zenda en un importante canal de reservas y ventas de terapias complementarias.
- c. Asesorar al cliente / consultante para que encuentre la terapia complementaria a su medida de manera fácil y rápida.

d. Ser un sitio amigable y de fácil navegación (responsivo).

En las subsecciones 4.3 - 4.7 se establece el proceso de trabajo asociado a la implementación del sitio web, posterior a la obtención de fondos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Metodología:

Diseño Centro en Usuario (DCU) (Bravent, s.f.), que busca resolver las necesidades concretas de los usuarios finales o consultantes en el caso de Zenda.

De esta manera, la metodología asume que todo el proceso de diseño y desarrollo del sitio web debe estar conducido por el usuario, sus necesidades, características y objetivos. El sitio debe ser testeado antes del lanzamiento por los propios usuarios; investigar cómo reaccionan ante el diseño, cómo es su experiencia de uso e innovar siempre con el objetivo claro de mejorar la experiencia del usuario.

La dirección del usuario con la que se comienza esta metodología, viene dada por el trabajo de investigación de los meses previos de trabajo en torno a Zenda, donde se han obtenido *insights* importantes sobre las necesidades de nuestro target (ver anexo 1).

La metodología DCU consta de 6 etapas: planificación estratégica, diseño, prototipado, evaluación, implementación y lanzamiento, y mantenimiento y seguimiento.

Adicionalmente, se incluye entre la etapa 2 y 3 el desarrollo del test inteligente que recomendará a los consultantes la terapia a su medida. Este test se trabajará con la metodología de investigación online sobre características y beneficios de las 9 terapias. Adicionalmente, bajo una metodología híbrida para poder desarrollar el test y obtener un resultado final que mezcla los métodos de codificación de preguntas cerradas y de árbol de decisión (Lucichart, s.f.)

Resultados:

4.1 Planificación estratégica

En esta etapa se definen los objetivos, requerimientos, benchmark y plazos. Esta etapa forma parte del documento de 10 páginas que se preparó para las agencias implementadoras de sitios web y que se detalla dentro de los anexos (anexo 2).

Dentro de los requerimientos más importantes del nuevo sitio web se detallan:

- Usabilidad y accesibilidad:

- La estrategia de usabilidad del sitio es poder siempre tener acceso directo a buscar terapias tanto por tipo o por ciudad. Ambos accesos deben estar siempre visibles. A sí mismo, el test inteligente para obtener una recomendación de terapia, debe estar presente en el home del sitio a modo de banner principal.
- Cada terapia debe tener una portadilla si se accede a esta de manera directa, con el fin de explicar de manera clara en qué consiste.
- El listado de terapeutas debe entregar un breve resumen del terapeuta y tener siempre 3 botones de acción: contactar, reservar y ver perfil.
- El listado de terapeutas debe tener multifiltros para que el usuario pueda acceder fácilmente a la terapia buscada:
 - o Tipo de terapia (Acupuntura, Biomagnetismo, Reiki, Terapia Floral, etc.).
 - o Modalidad de atención (en consulta del terapeuta, a domicilio, online).
 - o Ubicación (región, ciudad).
 - o Género del terapeuta (hombre, mujer).
 - o Miembro de asociaciones / agrupaciones (sí, no).
- La ficha de cada terapeuta debe tener bloques de información, dentro de los cuales se encuentran:
 - o Fotografía.
 - o Video personal.
 - o Nombre y formación.
 - o Detalle de la terapia.
 - o Experiencia.
 - o Certificaciones.
 - o Comentarios / reseñas.
 - o Reserva online.
 - o Ubicación (referencia).
 - o Sello de calidad Zenda.

- Funcionalidades:
 - Multifiltros, mostrando resumen de lo filtrado en parte superior.
 - Test inteligente, donde se pueda mostrar un resultado luego de completado el test, según los terapeutas que están en el sitio. La persona deberá ingresar su mail y nombre para poder conocer el resultado.
 - Categoría de terapias, donde cada una de ellas tenga una portadilla con una descripción y beneficios.
 - Listado de terapeutas.
 - Fichas de terapeutas, incluyendo fotografías, videos, estructura de información, mensaje directo a terapeuta (con copia a Zenda), *reviews*.
 - Reserva online
 - Pago online
 - Mi cuenta:
 - Terapeutas: acceso para cargar su perfil (se aprueba con aprobación de Zenda) donde se pide toda la información que es parte de los requisitos del sello de calidad de Zenda. Pueden modificar sus horas disponibles. Se busca que esté sincronizado con su Google calendar o alguna otra forma de automatización para que terapeuta pueda tener visibilidad de sus horas disponibles.
 - Clientes: datos personales, preferencias e historial de reservas.
 - Registro novedades
 - Chat online, para responder dudas de clientes en línea.

4.2 Diseño

Se analizan las necesidades del usuario y se genera una estrategia para la usabilidad del sitio web. Se ordena y categoriza el contenido que poseerá la plataforma (arquitectura de la información) y se definen *wireframes*. El detalle de lo anterior se encuentra en anexo 2.



Figura 1-11: *Wireframe* Home Zenda

En esta etapa además se genera el documento de requerimientos para las agencias implementadores, con el objetivo de obtener cotizaciones para la implementación del nuevo sitio web (Garret, 2000). El detalle se encuentra en el anexo 2.

Se contactan a 6 empresas y se recibieron 4 cotizaciones:

- a. City Global: \$6.946.380
- b. Evolution Technology: \$4.200.000
- c. Jota: \$3.189.066
- d. Admain /N2O: \$2.500.000

4.3 Diseño test inteligente para recomendar terapias

Este test consiste en poder guiar al consultante en la decisión sobre qué terapia complementaria elegir. Se establece como objetivo su incorporación dentro del nuevo sitio web y poder enviar los resultados con la terapia y terapeuta recomendado vía email. Además de ser una guía para el consultante, por medio de este test se busca generar leads y robustecer nuestra base de datos segmentada.

Dentro de la estrategia de relanzamiento del sitio, se busca como Zenda abarcar cierto tipo de terapias complementarias, con el fin de tener mayor foco y profundidad en los terapeutas por categoría. Buscamos potenciar terapias que estén reconocidas y reguladas por el Ministerio de Salud (Acupuntura) y otras con las que podamos tener algún “sello de calidad” o certificación que las abalen con el objetivo de dar confianza en esta primera etapa de relanzamiento del sitio web (Reiki, Biomagnetismo, Terapia Floral, Carta Astral, Constelaciones Familiares, Cristaloterapia, Nutrición Ayurvédica y Mindfulness). Se darán más detalles sobre este último proceso en sección 3.

Se establece que el primer test a desarrollar será uno preliminar, construido de forma manual con los beneficios y características de cada una de las 9 terapias seleccionadas, con el foco de a futuro trabajarlo bajo la modalidad de inteligencia artificial, al tener acceso a mayor cantidad de datos de los consultantes y de terapeutas.

Dado lo anterior, el foco del test con metodología de árbol de decisión será de 9 terapias. Adicionalmente, la opción recomendada al consultante, será bajo el universo de terapeutas actual con los que Zenda trabaja en estas 9 terapias, que asciende al número de 39 posibles resultados.

4.3.1 Nueve terapias y sus beneficios

Tabla 1-7: Test inteligente Zenda: nueve terapias y sus beneficios

Terapias	Principales beneficios	Foco
Acupuntura	Curar o aliviar una dolencia y restablecer el bienestar total de la persona. Equilibra flujo energía	Cuerpo / Dolores
Biomagnetimo	Corrige alteración iónica que provoca que enfermedad desaparezca	Cuerpo / Dolores
Carta Astral	Herramienta de autoconocimiento y ayuda en toma de decisiones	Mente / Espíritu / Emociones / Autoconocimiento / Guía
Cristaloterapia	Ayuda a curar y energizar el cuerpo y estado mental y emocional, desbloquea puntos energéticos	Cuerpo / Mente / Espíritu / Emociones / Equilibrio y Energía
Constelaciones Familiares	Solucionar problemas generados por acciones de generaciones pasadas en nuestras familias, también nos ayudan a tomar decisiones en el futuro	Mente / Espíritu / Emociones / Autoconocimiento / Guía
Mindfulness	Paliar y prevenir los efectos del estrés continuado. Relajación	Cuerpo / Mente / Espíritu / Emociones / Equilibrio y Relajación
Nutrición Ayurvédica	Sana, desintoxica y regenera cuerpo	Cuerpo / Mente / Espíritu / Bienestar y Equilibrio
Reiki	Entrega equilibrio a nivel físico, mental, emocional y espiritual.	Mente / Espíritu / Emociones / Armonía y Bienestar
Terapia Floral	Restablece el equilibrio y el bienestar, tratando a la persona y no a la enfermedad ni sus síntomas	Espíritu / Emociones / Bienestar, Armonía, Relajación y Equilibrio

4.3.2 Terapeutas: 39 resultados posibles del test

Tabla 1-8: Test inteligente Zenda: 39 resultados posibles

Terapia	Terapeuta	Ciudad	Modalidad atención	Comuna	Género
Acupuntura	Susana Goenaga Lozano	Santiago	Consulta terapeuta	Ñuñoa	Mujer
	Lucía Escobar Verdugo	Santiago	Consulta terapeuta	Providencia	Mujer
	Sandra Valenzuela	Santiago	Consulta terapeuta / A domicilio	Las Condes /Sector oriente	Mujer
	Francisco Lazo	Santiago	Consulta terapeuta	Santiago Centro	Hombre
Biomagnetimo	Julia Andrade	Curicó	Consulta terapeuta	Curicó	Mujer
	Ivania Vrsalovic	Santiago	Consulta terapeuta	Ñuñoa	Mujer
	Francisca Montanari	Santiago	Consulta terapeuta	Las Condes	Mujer
Carta Astral	Romina Guzmán	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A distancia	Providencia / A distancia	Mujer
	Gustavo Maidana	Santiago	Consulta terapeuta	Vitacura	Hombre
	Carolina Fernández	A distancia	A distancia	A distancia	Mujer
Cristaloterapia	María Loreto Piña Rojas	Santiago	Consulta terapeuta	La Reina	Mujer
	Valentina Caridi Vergara	Santiago	Consulta terapeuta / A domicilio	Santiago Centro / Las Condes / A domicilio Santiago	Mujer
Constelaciones Familiares	Dinka Dujisin Gandulfo	Santiago	Consulta terapeuta	La Reina	Mujer
	Paola Queirolo	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A distancia	La Reina / Vitacura / A distancia	Mujer
	Axel Paulsen	Puerto Montt / Puerto Varas	Consulta terapeuta	Puerto Montt / Puerto Varas	Hombre

Terapia	Terapeuta	Ciudad	Modalidad atención	Comuna	Género
Mindfulness	Paulina Lamas	Santiago	Consulta terapeuta	Providencia	Mujer
	Laura Lozano	Santiago	A domicilio	Santiago	Mujer
Nutrición Ayurvédica	Camila De Pablo	Santiago	Consulta terapeuta	Providencia	Mujer
	Laura Lozano	Santiago	A domicilio	Santiago	Mujer
Reiki	Alexandra Moraga	Santiago	Consulta terapeuta	Macul	Mujer
	Brahamdev Singh	Santiago	A domicilio	Santiago	Hombre
	Marcela Cea Jacques	Santiago	Consulta terapeuta / A domicilio	Las Condes / Providencia / Santiago	Mujer
	Sandra Valenzuela	Santiago	Consulta terapeuta / A domicilio	Las Condes /Sector oriente	Mujer
	Yasna Águila	La Serena / Vallenar	Consulta terapeuta / A domicilio	La Serena / Vallenar	Mujer
	Ivania Vrsalovic	Santiago	Consulta terapeuta	Ñuñoa	Mujer
	Francisca Montanari	Santiago	Consulta terapeuta	Las Condes	Mujer
	Verónica González	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A domicilio / A distancia	Santiago Centro / Santiago / A distancia	Mujer
	María José Rojas	Santiago	A domicilio	Santiago Sur	Mujer

Terapia	Terapeuta	Ciudad	Modalidad atención	Comuna	Género
Terapia Floral	María José Rojas	Santiago	A domicilio	Santiago Sur	Mujer
	Alexandra Moraga	Santiago	Consulta terapeuta	Macul	Mujer
	Catalina Cerda	Santiago	Consulta terapeuta	Macul	Mujer
	Francisca Zahr	Santiago	A domicilio	Vitacura	Mujer
	Jennifer Farías	Vallenar y Talca	Consulta terapeuta	Vallenar y Talca	Mujer
	Sandra Toledo	Santiago	Consulta terapeuta	Las Condes / Providencia	Mujer
	Sandra Valenzuela	Santiago	Consulta terapeuta / A domicilio	Las Condes /Sector oriente	Mujer
	Soledad Mateluna	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A distancia	Santiago Centro / Providencia / A distancia	Mujer
	Valentina Caridi Vergara	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A distancia	Santiago Centro / Las Condes / A distancia	Mujer
	Francisca Montanari	Santiago	Consulta terapeuta	Las Condes	Mujer
Verónica González	Santiago / A distancia	Consulta terapeuta / A domicilio / A distancia	Santiago Centro / Santiago / A distancia	Mujer	

4.3.3 Codificación de terapias según cada pregunta del test

Representan las alternativas posibles de codificación de las terapias según respuesta seleccionada (preguntas 1 a 6). Las preguntas 7 a 9 funcionan bajo la metodología de árbol de decisión.

Tabla 1-9: Codificación de terapias según cada pregunta del test

1.- ¿Cuál motivo te lleva hoy a buscar una terapia complementaria?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
No tengo una buena salud en general	X	X					X		
Tengo problemas de ansiedad / depresión / angustia				X		X		X	X
Estoy en un proceso de sanación y búsqueda personal			X	X	X	X		X	X
Estoy pasando por un momento difícil en mi vida	X	X	X	X	X	X		X	X
Me siento perdido y necesito una guía y/o motivación			X		X				X
Creo necesario el equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu				X		X	X		X
2.- ¿Qué esperas obtener luego de la terapia?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
Sentirme más relajado				X		X		X	X
Obtener ayuda por síntomas molestos o efectos secundarios en cuerpo	X	X					X		
Obtener ayuda por dificultades emocionales			X	X	X	X		X	X
Sentirme con un bienestar general	X	X		X		X	X	X	X
Hacer un positivo cambio de vida con orientación espiritual						X		X	
3.- ¿Últimamente te cuesta quedarte dormido o estás durmiendo mal?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
Nada			X		X		X		
Algo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Mucho	X	X	X	X		X	X	X	X
4.-¿Cuán a menudo te sientes ansioso o preocupado?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
Nunca	X	X	X		X		X		
Algunas veces	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Siempre				X		X		X	X
5.- ¿Tu mayor preocupación ahora son los problemas o malestares físicos?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
No			X	X	X	X		X	X
Algo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sí	X	X		X			X	X	
6.- ¿Crees en las energías?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
No	X	X			X		X		
Algo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sí			X	X	X	X		X	X

7.- ¿En qué región de Chile vives?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
I de Tarapacá (Capital: Iquique)			X		X			X	X
II de Antofagasta (Capital: Antofagasta)			X		X			X	X
III de Atacama (Capital: Copiapó)			X		X			X	X
IV de Coquimbo (Capital: Coquimbo)			X		X			X	X
V de Valparaíso (Capital: Valparaíso)			X		X			X	X
VI del Libertador General Bernardo O'Higgins (Capital: Rancagua)			X		X			X	X
VII del Maule (Capital: Talca)		X	X		X			X	X
VIII de Concepción (Capital: Concepción)			X		X			X	X
IX de la Araucanía (Capital: Temuco)			X		X			X	X
X de Los Lagos (Capital: Puerto Montt)			X		X			X	X
XI de Aysén del General Carlos Ibañez del Campo (Capital: Coyhaique)			X		X			X	X
XII de Magallanes y de la Antártica Chilena (Capital: Punta Arenas)			X		X			X	X
Metropolitana de Santiago (Capital: Santiago)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
XIV de Los Ríos (Capital: Valdivia)			X		X			X	X
XV de Arica y Parinacota (Capital: Arica)			X		X			X	X
XVI del Ñuble (Capital: Chillán)			X		X			X	X
8- ¿Qué modalidad de atención prefieres?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
En consulta de terapeuta	X	X	X	X	X	X	X	X	X
En mi domicilio	X			X		X	X	X	X
A distancia			X		X			X	X
9- ¿Con quién prefieres atenderte?	Acupuntura	Biomagnetismo	Carta Astral	Cristaloterapia	Constelaciones Familiares	Mindfulness	Nutrición Ayurvédica	Reiki	Terapia Floral
Hombre	X		X		X			X	
Mujer	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Me da lo mismo	X		X		X			X	

X : A distancia

4.3.4 Resultado o terapeuta recomendado

Como se mencionó en punto 4.3.3, las respuestas de la primera parte del test se trabajan con codificación de respuestas (1 a 6). Las terapias que hayan aparecido más veces como respuestas codificadas, son sobre las que se trabaja el árbol de decisión posterior:

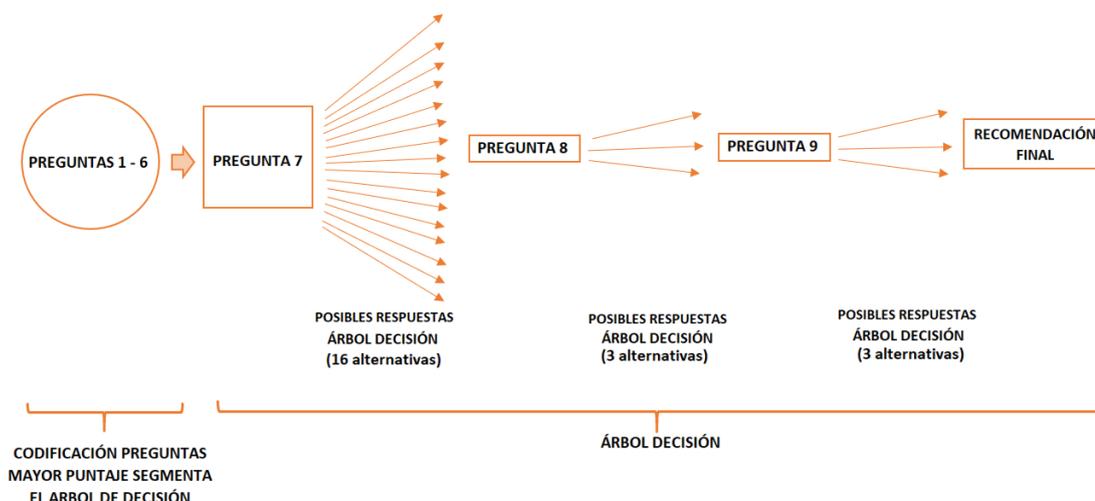


Figura 1-12: Flujo test inteligente Zenda

4.4 Prototipado

Se establece como objetivo de esta etapa el obtener por parte de la agencia implementadora seleccionada, propuestas de prototipos para la nueva interfaz. En los puntos revisados anteriormente se han dado las pautas sobre los objetivos, requerimientos, estilo deseado y funcionalidades requeridas para el nuevo sitio web de Zenda.

Se espera obtener un modelo cercano a la versión final del sitio web, con el fin de poder testarlo con los usuarios, realizando eventuales cambios y mejoras. Dado lo anterior, el prototipo debe permitir explorar interacciones del usuario con este (Bevan y Petrie, 2009).

Esta etapa también se encuentra muy relacionada con la de evaluación, ya que los usuarios deben tener un rol activo, siendo parte de un proceso iterativo, con el objetivo de recibir *feedback* y poder hacer optimizaciones de la experiencia del usuario (Garreta y Mor, s.f.).

En cuanto a tiempos y procesos de entrega, se establecerán las siguientes etapas con la agencia implementadora del sitio web:

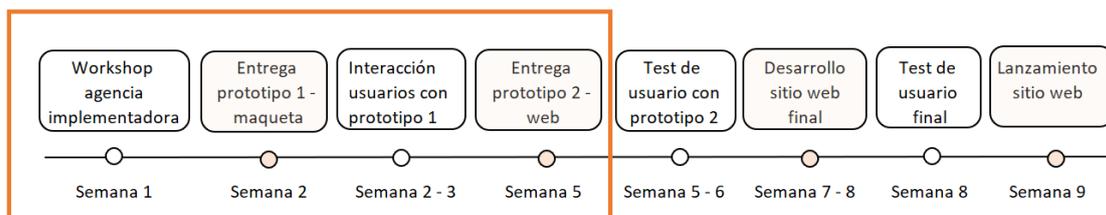


Figura 1-13: Implementación sitio web: entrega prototipos

La entrega del primer prototipo en versión maqueta se establece para la semana 2, considerando como semana 1 a aquella en la cual se realiza la primera reunión formal de trabajo con la agencia implementadora. Luego de recibir el primer prototipo, se realiza la primera interacción de este con usuarios seleccionados, a los cuales se les indicará ciertas tareas y ellos deberán indicar cómo resolverlas, indicando a través de las páginas del prototipo maqueta.

Se establece para la semana 5 la entrega del segundo prototipo en versión web, el cual deberá considerar el *feedback* recibido en interacción con usuarios prototipo 1. En cuanto a los usuarios seleccionados para interactuar con los prototipos, se considera una selección de 5 personas, incluyendo tanto a consultantes de terapias complementarias, terapeutas y personas que son afines a las compras por internet.

4.5 Evaluación

Se establece que en esta etapa se debe realizar el primer test de usuario utilizando un prototipo web, es decir, con un prototipo que simula la interacción real que tendrá el usuario con el sitio web de Zenda. Los participantes seleccionados para esta evaluación corresponden a los mismos de la etapa anterior, sumando a 3 personas nuevas con las mismas características que la primera muestra.

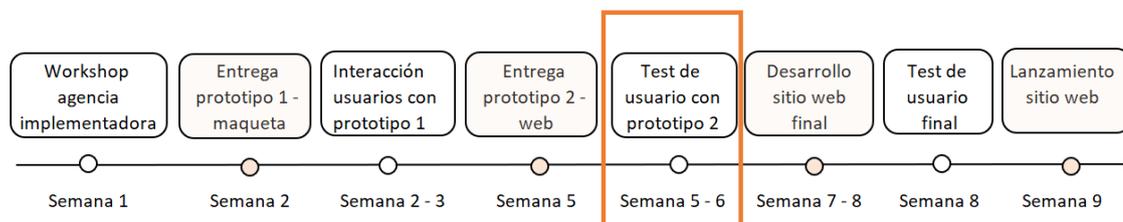


Figura 1-14: Implementación sitio web: test de usuario

La mecánica del test de usuario consistirá en ubicar frente al computador, que contiene al prototipo web, a cada usuario seleccionado. Se contará con un guía o moderador, quien irá haciendo preguntas al usuario y adicionalmente, con un observador, quién podrá ir tomando las impresiones y monitoreando el desempeño del usuario. El objetivo es medir la usabilidad del prototipo y futuro sitio web, considerando 4 ámbitos (Calvo-Fernández, Ortega y Valls, s.f.):

a. Eficacia y eficiencia de la navegación: entender si los usuarios encuentran lo que necesitan fácilmente. Se harán preguntas con tareas directas para testear rapidez, facilidad y logro de la tarea encomendadas. Las preguntas a realizar serán:

- Encuentra las certificaciones que tiene una terapeuta de Acupuntura.
- Encuentra y agenda una hora para hoy con una terapeuta de reiki mujer, que atienda en la comuna de Providencia.
- Encuentra a todos los terapeutas hombres que atiendan en la región metropolitana.
- Entra a tu cuenta para chequear las horas que tienes reservadas.
- Encuentra la descripción de la terapia Acupuntura

Las métricas a tomar en cuenta serán éxito, fracaso y tiempo de demora en ejecutar la tarea.

b. Contenido útil y práctico: conocer la información que el usuario necesita realmente y organizarla de manera clara. Las preguntas a realizar al usuario serán:

- ¿Qué información necesitas saber de un terapeuta en terapia floral para tomar la decisión de tomar una hora?
¿Puedes visualizar esa información en el sitio web?
- ¿Te da confianza este sitio web? ¿Qué información buscarías dentro del sitio que pueda transmitirte mayor confianza?

Las métricas a tomar en cuenta serán éxito, fracaso y tiempo de demora en ejecutar la tarea. Adicionalmente, las observaciones en cuanto a dificultades, facilidades y comportamiento en general.

c. Claridad en la presentación: entender si los colores, tipografía, tamaños y contenido, son elementos que ayudan al usuario o más bien dificultan su navegación por el sitio web. En este ámbito, el foco debe estar en la observación más que en la realización de preguntas o tareas específicas.

Las métricas a tomar en cuenta serán cualitativas, con el fin de entender la experiencia considerando los comportamientos y lo que se observó.

d. Ratio de las tareas: evaluar si las tareas pudieron ser cumplidas y cuál es el estado en el que finalizan la evaluación los usuarios.

Las métricas son cuantitativas y cualitativas, consideran tanto la cantidad total de éxitos y fracasos, como la experiencia emocional completa vivida por el usuario.

Finalmente, el usuario completará un cuestionario breve, con preguntas tanto cuantitativas como cualitativas, con el objetivo de obtener mayor *feedback*:

Preguntas cerradas

1.- ¿Qué tan fácil fue navegar por el sitio web?

1	2	3	4	5
Poco			Mucho	

2.- ¿La estructura del sitio web te ayudó a cumplir con las tareas?

1	2	3	4	5
Poco			Mucho	

3.- ¿El diseño del sitio web te ayudó a encontrar lo que buscabas?

1	2	3	4	5
Poco			Mucho	

4.- ¿Cuál es tu impresión general sobre el sitio web de Zenda?

1	2	3	4	5
Pésima			Excelente	

Preguntas abiertas

1.- ¿Qué fue lo que más te gustó del sitio web de Zenda?

2.- ¿Qué fue lo que menos te gustó del sitio web de Zenda?

3.- ¿Qué mejorarías?

Figura 1-15: Preguntas abiertas y cerradas para finalizar test de usuario

4.6 Implementación y lanzamiento

Posterior al test de usuario de la etapa anterior, la agencia implementadora comenzará con el desarrollo del sitio web final, con el objetivo de tenerlo en ambiente de prueba la semana 7 – 8. Esto significa que se podrán probar todos los flujos reales antes de que el sitio se publique para todo público. Se considera también realizar durante la semana 8 un test de usuario final, enfocado más bien en probar los flujos y realizar pruebas finales.

Para el lanzamiento del nuevo sitio web se considera una campaña de marketing a través de Facebooks Ads, Google Adwords y envíos de emails marketing a nuestra base de datos, con el objetivo de dar a conocer el nuevo sitio de Zenda.

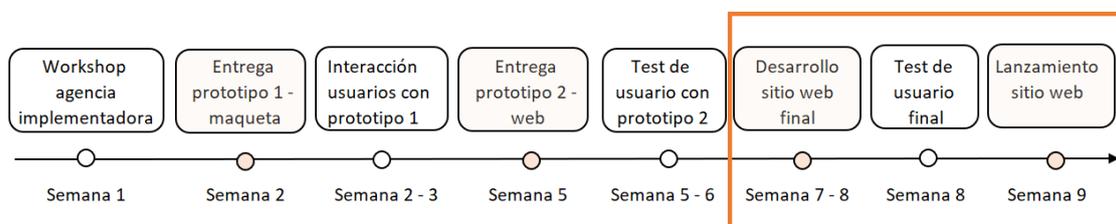


Figura 1-16: Implementación y lanzamiento sitio web Zenda

4.7 Mantenimiento y seguimiento:

Una vez lanzado el nuevo sitio web de Zenda, se monitorearán métricas obtenidas a través de Google Analytics, por las cuales se establecerán metas y también comparación con respecto al promedio mensual de enero a junio 2019, a través del sitio web antiguo.

Dentro de los principales indicadores a monitorear, los cuales servirán también para hacer mejorar en el sitio web, estarán:

Tabla 1-10: Indicadores seguimiento nuevo sitio web Zenda

KPI	Indicadores mensuales			Acciones asociadas a no cumplimiento de indicador
	Sitio actual	Nuevo sitio	Variación esperada	
Visitas por mes	190	5.000	2532%	Optimización inversión digital, mejora de anuncios. Aumentar tráfico por otras fuentes
<i>Adquisición - Social</i>	63%	80%		
<i>Adquisición - Directo</i>	20%	15%		
<i>Adquisición - Orgánico</i>	15%	4%		
<i>Adquisición - Referido</i>	2%	1%		
Ticket promedio	\$25.000	\$30.000	20%	Potenciar terapias y terapeutas de mayor ticket promedio
Tasa de conversión	0,5%	1,5%	185%	Chequer embudo de conversión y hacer cambios en etapa donde hay fugas
Tasa de rebote	42%	25%	-40%	Mejorar contenido, links e información tanto de marketing digital como sitio
Inversión digital	\$5.000	\$800.000	15900%	
ROAS	0,3	0,3	7%	Métricas marketing
Ingresos Ventas (total)	\$25.000	\$2.250.000	8900%	Optimización visitas, tasa de conversión y ticket promedio
Comisión	10%	15%	50%	
Ingresos Ventas (comisión)	\$2.500	\$337.500	13400%	
Cantidad ventas	1	75	7400%	

En la tabla anterior se explicitan en la tercera columna, los indicadores considerados para el primer mes de lanzamiento y en la última, las acciones a realizar ante no cumplimiento de los indicadores.

Conclusiones:

En esta etapa, el foco es uno de los recursos más importantes de Zenda: el nuevo sitio web. El desarrollo óptimo y centrado en el usuario de este es clave para que toda la propuesta de valor pueda ser plasmada de manera visible, tanto para los terapeutas como los consultantes, y para que se pueda implementar el modelo de negocios.

Luego del proceso de revisión de presupuestos y tiempos con las agencias implementadores, se decide dejar para una segunda etapa el test inteligente para encontrar una terapia a la medida, dada la complejidad, costos involucrados y la necesidad de tener mayor cantidad de terapeutas en el sitio web, sobre todo de regiones, para que el test tenga valor para los consultantes.

La actual base de datos se concentra en Santiago, por lo que para los consultantes de algunas regiones claves para Zenda podría resultar frustrante realizar el test y no encontrar un terapeuta en su ciudad.

Esta decisión se refuerza adicionalmente, por lo resultados obtenidos de las encuestas online realizadas a 58 consultantes o usuarios, donde se manifiesta que, dentro de las características más valoradas de Zenda, no se encuentra la de “recomendaciones por necesidades” (Núñez, 2019)

Tabla 1-11: Resultados encuestas online sobre características sitio

Grado de importancia	Muy Importante	Importante	No Demasiado Importante	Nada Importante
Reserva Online	16	31	11	0
Pago Online	13	29	16	0
Recomendaciones de terapeutas	35	23	0	0
Recomendaciones según necesidades	13	23	22	0
Acceso a información completa del terapeuta	36	22	0	0
Acceso a medios de verificación de la formación del terapeuta	22	32	4	0

De todas formas, se incorporará en los próximos pasos con el fin de seguir fortaleciendo la propuesta de valor de Zenda.

En cuanto a los plazos establecidos para lanzar el nuevo sitio web, estos se vieron modificados dada la necesidad de financiamiento para llevar a cabo el proyecto. A pesar de esto, se dejan documentados los requerimientos, pasos a seguir y procesos necesarios, para poder llevar a la realidad el nuevo sitio web una vez que se logró acceder al financiamiento requerido.

5. SOCIOS CLAVES

Para poder fortalecer la confianza y seguridad que proyectará Zenda, y poder ofrecer mayores beneficios tanto a los terapeutas como a los consultantes, se ha visto como oportunidad el establecer alianzas con socios estratégicos dentro del mundo de las terapias complementarias. Para lo anterior, se realiza en esta etapa un levantamiento de los socios clave para posteriormente realizar entrevistas en profundidad con cada uno de ellos.

5.1. Identificación de socios claves y definición de estrategia de trabajo

Metodología:

- a. Investigación y recopilación de datos online.
- b. Foco en potenciales socios que puedan aumentar la confianza hacia Zenda y sus terapeutas, y también en alianzas de mutuo beneficio.

Resultados investigación:

Luego de la investigación, fue posible agrupar a los socios claves de Zenda en 4:

5.1.1 Centros de terapias complementarias

- a. Beneficio para Centro: Visibilización de su centro, publicidad y derivación de tráfico hacia este.
- b. Beneficio para Zenda: Mayor cantidad de terapeutas en la plataforma, con el fin de abarcar distintas terapias y distintas zonas. Los centros de terapias con los que se comenzarán a trabajar alianzas, deben tener algún tipo de certificación para que sumen al objetivo de confianza. Dado lo anterior, los seleccionados en esta primera etapa fueron:

Tabla 1-12: Socios claves: centros de terapias complementarias

Terapia	Ubicación	Sitio Web	Soporte
Reiki	Viña del Mar	Kuramayama.cl	Miembros Asociación Chilena de Reiki
Reiki	Santiago	Reikilur.cl	Miembros Asociación Chilena de Reiki
Acupuntura	Santiago	Innmo.cl	Terapeutas certificados por MINSAL
Acupuntura	Santiago	Centroacupuntura.cl	Terapeutas certificados por MINSAL
Acupuntura	Santiago	Acupunturadechina.cl	Terapeutas certificados por MINSAL

La estrategia y proceso de trabajo consistirá en:

- a. Chequear información de los terapeutas que trabajan en cada centro, a través de investigación online y posteriormente, en

entrevista presencial en cada centro de terapias. El objetivo es incorporar en Zenda a terapeutas certificados, que tengan respaldo de sus estudios y trayectoria de trabajo en el centro donde actualmente se están desempeñando (al menos 1 año)

- b. Cerrar acuerdo con el centro para poder utilizar su logo en cada uno de los terapeutas visibilizados en el sitio web de Zenda. Adicionalmente, que entreguen a Zenda disponibilidad de al menos 5 horas a la semana por terapeuta con el fin de que los consultantes tengan posibilidad de reservar online durante cada semana.

5.1.2 Centros arriendos de boxes

- a. Beneficio para Centro: Uso de capacidad ociosa y maximización de sus ingresos. Adicionalmente, visibilidad de su centro al promocionar la alianza en nuestro sitio web.
- b. Beneficio para Zenda: Entregar beneficio a terapeutas que no tienen lugar físico para atender y a consultantes, que prefieren ser atendidos en algún centro y no es su domicilio.

Dentro de los aliados estratégicos, el foco será puesto en los siguientes centros que arrienda box principalmente por su ubicación y porque son además centros de terapia

Tabla 1-13: Socios claves: centros arriendos box

Centro Terapia	Sitio Web	Ubicación
Centro Bless	Centrobless.cl	Providencia
Sowelu	Sowelu.cl	Providencia
Kalai	Kalai.cl	Vitacura
Bodhi	Bodhi.cl	Providencia
Complettitud	Complettitud.cl	Providencia

La estrategia y proceso de trabajo consistirá en:

- a. Cerrar acuerdo con centros de terapias complementarias que arrienden box. El foco es trabajar con ellos, ya que los consultantes se sentirán en un ambiente de contención frente a la terapia que se están realizando, a diferencia de si estuvieran en algún box de oficinas de otro tipo.
- b. Cerrar acuerdo que permita una tarifa por hora y no mensual, con compromiso a ciertas horas al mes. El objetivo de esto último es negociar un mejor precio y poder transferir este beneficio a nuestros terapeutas.

5.1.3. Agrupaciones y colegios de terapeutas

- a. Beneficio para Agrupaciones: Aumentar su red de asociados y su importancia, al poder generarles mayor visibilidad.
- b. Beneficio para Zenda: Trabajar con terapeutas certificados y avalados por alguna organización.

Dentro de las agrupaciones más importantes se identificó:

Tabla 1-14: Socios claves: agrupaciones y colegio de terapeutas

Terapia	Asociación	Sitio Web
Reiki	Asociación Chilena de Reiki	Asociacionchilenadereiki.org
Terapia Floral	Asociación Gremial de Terapeutas Florales	Terapeutasflorales.cl
Terapia Floral	Programa Internacional de Educación Flores de Bach	Bachcentre.com
Biomagnetismo	Sociedad Chilena de Biomagnetismo	Sochibiomag.cl
Acupuntura	Colegio acupunturistas de Chile	Colegioacupunturistas.cl
Acupuntura	Sociedad chilena acupuntura	Sochiacmed.cl

La estrategia y proceso de trabajo consistirá en:

- a. Cerrar acuerdos con agrupaciones que permitan visibilizar sus logos en el sitio web de Zenda, en cada uno de los terapeutas asociados.
- b. Que las agrupaciones ayuden a chequear a terapeutas que se quieran sumar al sitio de Zenda, en el sentido de confirmar si pertenecen a sus agrupaciones / colegios. Esto nos permitirá añadir un punto de confianza adicional en el terapeuta.
- c. Que agrupaciones visibilicen el logo de Zenda en sus sitios web y que nos permitan estar presentar en sus charlas / reuniones con pendones Zenda, con el fin de invitar a los terapeutas a sumarse a la plataforma.

5.1.4. Escuelas e Institutos

- a. Beneficio para Escuelas: Generación de marketing y publicidad que los ayudará a atraer nuevos alumnos. Adicionalmente, avalarlos como una institución formadora importante.
- b. Beneficio para Zenda: Trabajar con terapeutas de escuelas / institutos reconocidos, que pueda agregar confianza para los consultantes.

Tabla 1-15: Socios claves: escuelas e institutos

Terapia	Escuelas / Institutos	Soporte
Terapia Floral	Span Flores	Curso autorizado por Bach Foundation de Inglaterra
Terapia Floral	Escuela Internacional Medicina y Cultura Oriental	Curso autorizado por Bach Foundation de Inglaterra
Terapia Floral	Asociacion de terapias naturales	Curso autorizado por Bach Foundation de Inglaterra
Biomagnetismo	Centro Ohani	Instructores autorizados por Dr Goiz, descubridor de la terapia

La estrategia y proceso de trabajo consistirá en:

- a. Estudiar siempre mallas académicas, estándar de enseñanza y comentarios de ex alumnos, antes de sumar como aliados a nuevas escuelas e institutos.
- b. Visibilizar el logo de la escuela en nuestro sitio, con el fin de certificar que terapeutas con de buenas escuelas o institutos.
- c. Que la escuela / instituto nos ayude a chequear si un terapeuta efectivamente estudió en la respectiva institución.
- d. Que las escuelas visibilicen el logo de Zenda en sus sitios web y que nos permitan estar presentar en sus charlas / reuniones con pendones Zenda, con el fin de invitar a los terapeutas a sumarse a la plataforma.

Conclusiones:

Se identifican en esta etapa aliados estratégicos que suman valor al modelo de negocios de Zenda, principalmente con foco en la generación de confianza en los consultantes, que es uno de los objetivos principales a lograr. Adicionalmente, otros aliados que agregan valor a los terapeutas, para que ellos vean al proyecto como parte clave de su día a día.

Los 4 tipos de socios claves se concentran en las terapias más comunes (Acupuntura, Biomagnetismo, Reiki, Flores de Bach). En esta primera etapa, Zenda se centrará en las terapias complementarias que tienen mayor respaldo en la sociedad, tanto por el Ministerio de Salud como por los usuarios, pero es importante ir pudiendo robustecer el *mix* de terapias a medida que se van fortaleciendo las de la primera etapa. Esto con el objetivo de ser una plataforma que pueda congregar la mayor cantidad de información en el mundo de las terapias complementarias.

Adicionalmente, los socios claves de esta primera etapa se centran en la región metropolitana, por lo que es clave seguir profundizando en socios de regiones una vez logradas las alianzas mencionados anteriormente. Es importante estar presente en todo Chile y poder posicionarnos como la única plataforma en todo el país que contiene toda la información necesaria, independiente de la ciudad.

Finalmente, es importante seguir aumentando nuestros terapeutas en el sitio web, ya que esto nos ayudará a optimizar y rentabilizar las alianzas que negociemos con cada uno de los socios claves.

5.2 Reuniones con socios claves

Metodología:

- a. Encuestas online para entender beneficios de estas alianzas para los terapeutas y consultantes.
- b. Entrevistas presenciales semi estructuradas, con el objetivo de obtener mayor cantidad de *insights* de los entrevistados.
- c. Análisis cuantitativo, para respuestas cerradas, y análisis cualitativo, considerando codificación, para respuestas abiertas.

Resultados:

Se realizaron entrevistas online a 58 consultantes y 52 terapeutas (Núñez, 2019), con el objetivo de entender la importancia de los puntos clave que entregan cada una de las alianzas con los socios claves: cobertura y cantidad de terapeutas (centros de terapia), lugares físicos para que terapeutas online o que atienden en su casa tengan espacio neutro donde atender (arriendo de box) y confianza (agrupaciones y escuelas).

Desde estas encuentras online se pudieron extraer los siguientes datos, que sirven para decidir el curso de acción con los socios claves:

- a. Para los consultantes es muy importante sentir que otro avala al terapeuta, es decir, siente seguridad que hay un respaldo de por medio (recomendaciones de terapeutas en tabla de más abajo). A su vez, es clave poder acceder a la mayor información de estos y poder seleccionar a un terapeuta habiéndolo conocido un poco más (acceso a información completa del terapeuta en tabla de más abajo). Esto nos hace confirmar que todo lo que suma validación y confianza, agrega valor para el consultante (Núñez, 2019).

Tabla 1-16: Factores de importancia consultantes

Grado de importancia	Muy Importante	Importante	No Demasiado Importante	Nada Importante
Reserva Online	16	31	11	0
Pago Online	13	29	16	0
Recomendaciones de terapeutas	35	23	0	0
Recomendaciones según necesidades	13	23	22	0
Acceso a información completa del terapeuta	36	22	0	0
Acceso a medios de verificación de la formación del terapeuta	22	32	4	0

b. Para los terapeutas no es relevante ni representa un beneficio el tener acceso a espacio para realizar consultas, es decir, están cómodos con su manera actual de funcionar atendiendo en su consulta / domicilio o al domicilio de los clientes. Esta confirmación se obtiene al ver los resultados de la encuesta online (tener acceso a espacios / box para realizar consultas en tabla de más abajo) (Núñez, 2019)

Tabla 1-17: Factores de importancia terapeutas

Ofrece Zenda	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante	Me es indiferente
Que los clientes puedan reservar online	29	6	0	0	1
Que las reservas se sincronicen con tu agenda	29	6	1	0	0
Que los clientes puedan pagar online	26	8	1	1	1
Visibilización de perfil completo	26	9	0	1	0
Ficha de publicidad en Redes Sociales (gráfica)	30	4	1	0	1
Publicidad en Redes Sociales (Facebook e Instagram)	34	2	0	0	0
Set de Fotos Profesionales	15	13	6	1	1
Realización mini videos profesionales	18	8	8	2	0
Tener acceso a espacios/box par realizar consultas	19	9	6	0	2

Dados lo recopilado anteriormente, se decide avanzar con las entrevistas presenciales con los siguientes socios claves:

- Centros de terapias, que permite a Zenda tener mayor cantidad de terapeutas tanto en Santiago como en otras zonas importantes, para que el consultante pueda reservar una terapia en el horario que le sea conveniente.
- Escuelas, que permiten dar confianza al consultante, al validar que los terapeutas estudiaron en lugares autorizados y de prestigio.

Se excluyen de las encuestas presenciales a los centros que arriendan box, ya que no se identifica como un beneficio relevante por parte de los terapeutas. De todas formas, se deja en carpeta para una segunda etapa, ya que puede ser relevante para los consultantes. Con el tiempo se puede ir viendo que eventualmente, los terapeutas que atienden en su domicilio u online, pueden tener menos reservas que el resto. Con esto se podría demostrar a los clientes que entregarles un beneficio de arriendo de box puede mejorar sus conversiones.

En cuanto a las agrupaciones y asociaciones, también se dejan para una segunda etapa, ya que se privilegia la generación de confianza a través de los estudios y experiencia en primera instancia.

Una vez determinados los socios claves con los que se avanzará la investigación, se realizaron las encuestas presenciales semi estructuradas. Para lo anterior, se trabajó con 2 formatos de encuestas; para los centros de terapias y para las escuelas o institutos. Los formatos de entrevistas se encuentran en los anexos 3 y 4.

Dentro de los resultados se pudo observar:

5.2.1 Centros de terapias

Se realizan entrevistas a 4 centros de Santiago: 2 de La Reina, 1 en Macul y otro en Providencia.

Tabla 1-18: Resultados entrevistas centros de terapia

CLASIFICACIÓN PREGUNTAS	SÍ	NO	Comentarios resumen
Disposición a visibilizar centro (Logo) en zendazone.com	100%	-	De todas maneras, nos interesa tener tráfico al centro
Disposición a incorporar a terapeutas que trabajen en el centro, dando como opción de atención el centro	100%	-	Sí, sobre todo si el lugar de atención es mi centro
Disposición a entregar horas semanales	100%	-	La cantidad de horas depende de los terapeutas
Realizan validación de sus terapeutas previo a incorporarse	100%	-	Entrevista presencial, conocidos, nueva energía

Conclusiones:

- El 100% de los centros entrevistados está de acuerdo en visibilizar su centro ya sea a través de promocionar el logo de ellos o promocionando a sus terapeutas.
- Les interesa la alianza, ya que su foco principal es tener más ventas y más consultantes. A través de la promoción del centro, se logra este objetivo.
- Pasos a seguir: como estrategia de Zenda es clave seguir aumentando las visitas a los centros reconocidos, con el fin de lograr sumar a cada vez más terapeutas. Esto además nos asegura contar con terapeutas que han pasado un primer filtro de certificación por los directores de los centros.

5.2.1 Escuelas

Se realizan entrevistas a 2 escuelas: Flores de Bach y Reiki:

Tabla 1-19: Resultados entrevistas escuelas

CLASIFICACIÓN PREGUNTAS	SÍ	NO	Comentarios resumen
Disposición a publicar logo en nuestro sitio como parte de sello confianza en terapeutas de tu escuela?	100%	-	Sí, atraer tráfico
Disposición a confirmar que terapeutas estudiaron en tu escuela si que ellos lo dicen	100%	-	Sí, sobre todo para que no haya fasa publicidad
Disposición a enviar información a tus estudiantes y/o egresados sobre Zenda	50%	50%	No enviamos publicidad, pero se podría revisar
Disposición a que podamos ir a eventos de tu escuela con pendones Zenda	0%	100%	Eventos son enfocados a dar cursos, charlas, por lo que no hay publicidad de otra cosa

Conclusiones:

- Les interesa la visibilización, para poder tener más alumnos en cada uno de los cursos dictados y a cambio están dispuestos a validar a los alumnos que dicen haber estudiado en su escuela.
- En cuanto a ofrecer a Zenda posibilidad de visibilización, son más reacios, ya que el comentario general es que no hacen publicidad a otras marcas. De todas formas, hay disposición a conversar y revisar proyectos puntuales.

6. INGRESOS Y COSTOS

6.1 Investigación modelos de ingreso

Metodología:

- a. Investigación y recopilación de datos online, con foco en alternativas existentes que visibilizan y ofrecen terapias complementarias o alternativas a ellas, como podrían ser terapias psicológicas, tanto en Chile como en el extranjero, y que utilizan los medios digitales para darse a conocer.
- b. Foco en sitios web que permiten reservar online y reversa más pago online

Resultados:

Se realiza el levantamiento del modelo de ingresos de 7 sitios web, 5 de ellos enfocados en reservas online y 2, en reserva y pago online.

Tabla 1-20: Estado del arte: Modelos de ingreso sitios web terapias

RESERVA ONLINE	LOGO	PAÍS	MONETIZACIÓN
Doctoralia.cl		Multinacional (España)	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación gratis médicos y terapeutas • Cobro herramientas digitales (agenda online - docplanner, preguntas pacientes, preguntas al experto, fidelización /recordatorios mail, perfil completo sin publicidad, mejor posicionamiento) -> Plan premium: \$56.900 / mes
Agendaenlinea.cl		Chile	<ul style="list-style-type: none"> • Plan individual: \$20.990 / mes • Plan centro: desde \$29.000 a \$100.000
Zencare.co		US	<ul style="list-style-type: none"> • Seteo inicial: US\$99 (\$65.300) • Mensual: US\$49 (\$32.300) • Fotos y videos profesionales • SEO • Plataforma booking
Goodtherapy.org		US	<ul style="list-style-type: none"> • US\$30 - \$50 por mes (\$19.800 - \$33.000) • Promociona workshop • Acceso a webinars
Psychologytoday.com		US	<ul style="list-style-type: none"> • Desde 359/año (desde \$30) (\$19.800)
RESERVA Y PAGO ONLINE	LOGO	PAÍS	MONETIZACIÓN
Losterapeutas.cl		Chile	<ul style="list-style-type: none"> • Costo de inscripción: \$30.000 • Plan básico: \$5.000/mes (reserva y pago online, difusión rrss) • Plan premium: \$15.000/mes (plan básico + testimonios + galería fotos + 2 talleres al mes) • Plan centro: \$60.000/mes (solo 5 terapeutas)
Welldoing.org		UK	<ul style="list-style-type: none"> • Fee verificación anual: £10.00 (\$8.606) • Fee mensual: £7 (\$6.024) • Fee por cada transacción online: £2.50 (\$2.150)

Conclusiones:

- La mayoría de los sitios web cobra un *fee* mensual y otros además suman una membresía anual.
- Ninguno de los sitios analizados cobra un porcentaje de las ventas; todo cobran un fijo mensual.

- Los cobros mensuales para cada terapeuta varían entre \$5.000 y \$33.000, dependiendo de los valores agregados que entreguen cada uno de los *fee*, que por lo general incluyen como beneficios:
 - Visibilización al ser parte de la plataforma (mientras más reconocido y visitas tenga el sitio, mayor cobro)
 - Reserva online
 - Pago online (Welldoing cobra un adicional por cada transacción pagada online)
 - Difusión en redes sociales
 - Se mencionan también como parte de los beneficios fotos y videos profesionales

6.2 Definición *pricing* para terapeutas

Metodología:

- a. Entrevistas presenciales semi estructuradas, con el objetivo de obtener mayor cantidad de *insights* de los entrevistados
- b. Análisis cuantitativo, para respuestas cerradas, y análisis cualitativo, considerando codificación, para respuestas abiertas.

Resultados:

Se realizan 6 entrevistas presenciales a terapeutas de Santiago.

Tabla 1-21: Resultados entrevistas terapeutas

CLASIFICACIÓN PREGUNTAS	SÍ	NO	Comentarios resumen
Disposición a pagar un monto por estar en un sitio como Zenda	100%	-	Sí, por necesidad de tener más clientes.
Preferencia por pago a través de comisión, como 1° alternativa	66%	33%	Sí, porque solo se paga si hay venta y si me demuestran resultados. No, porque me siento usurpada 10% - 15%
Preferencia por pago a través de plan como 1° alternativa	33%	66%	Sí, porque me despreocupo No, porque no hay seguridad de que estén rentabilizando mi pago. De todas formas depende de la relación de confianza con ustedes. \$20.000 - \$50.000 si generan más de 8 pacientes al mes
Disposición a pagar por una membresía	100%	0%	Sí, porque es importante revalidar el interés de seguir Trimestral - semestral. Monto depende de como es el cobro mensual

Conclusiones:

- Lo que les interesa a los terapeutas es obtener más consultantes con el fin de obtener más ingresos. Hay disposición a pagar si es que se logra este objetivo.
- Dado que es importante no solo visibilizar a los terapeutas, sino que también hacerlo de buena forma para los consultantes, es necesario contar con presupuesto tanto para invertir en marketing digital, como para lograr presentar de buena forma a los terapeutas en nuestro sitio web.
- Dada la información previa que se ha acumulado anteriormente, sumando las entrevistas presenciales, se define trabajar con un modelo de negocio mixto, que incluye una comisión por terapia de 15%, más un costo de membresía por ser parte de Zenda consistente en \$15.000 semestrales.
- La membresía con un costo bajo nos permitirá no poner muy altas barreras de entradas y adicionalmente transmitir a los terapeutas que están siendo parte de un sitio que se preocupará por mantener estándares. Por otro lado, permite una reevaluación del terapeuta al cabo de 6 meses, para que, si tuvo resultados, sepa que le conviene seguir dentro de la plataforma Zenda

6.3 Definición costos

Metodología:

- a. Determinación de los costos asociados a la generación de las ventas de terapias a través de Zenda.
- b. Análisis cuantitativo, para respuestas cerradas, y análisis cualitativo, considerando codificación, para respuestas abiertas.

Resultados:

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas presenciales, encuestas online e investigación del estado del arte, se definen los costos variables asociados al servicio que ofrece Zenda a cada terapeuta, con el fin de obtener una comisión a cambio por cada una de las ventas concretadas y adicionalmente, por el pago de la membresía semestral.

Para Zenda, el recibir esa comisión y membresía semestral requiere ofrecer a cada terapeuta un plan consistente en:

- a. Publicidad en redes sociales y Google Adwords. El objetivo es generarles ventas a los terapeutas como beneficio principal, garantizarles al menos una venta semestral que compense el pago de la membresía.

Se define una inversión mensual en marketing digital tanto para promocionar directamente a cada terapeuta a través de una ficha de ellos en redes sociales, como también al sitio web de Zenda, con el objetivo de derivar tráfico a todos los terapeutas visibilizados en él. Se comenzará con una campaña con foco en construcción de marca previo al lanzamiento, consistente en \$300.000 mensual, para luego invertir una cifra de \$800.000 mensual enfocada en conversión durante el mes de lanzamiento (Guzmán, 2019).

- b. Piezas gráficas con ficha de cada terapeuta, con el objetivo de dar a conocer su trabajo. Estas serán viralizadas a través de redes sociales y publicidad pagada.

Cada ficha será producida en una primera etapa por los recursos humanos existentes en Zenda para luego, a contar del mes 5 del lanzamiento, contar con un recurso dedicado a esta función, dentro de otras (Núñez, 2019)

- c. Perfil completo del terapeuta sitio web de Zenda, indicando formación, experiencia, certificaciones, sello de calidad, descripción de terapia, fotografías y video personal. A este perfil completo se podrá acceder tanto directamente desde el nuevo sitio web de Zenda, como a través de links que serán promocionados junto con las piezas gráficas en las diferentes redes sociales y campañas de marketing.

Lo anterior está considerado dentro de los requerimientos del nuevo sitio web de Zenda, estimando un monto de inversión de \$3.600.000 y luego costos adicionales de mejoras.

- d. Servicio de reserva y pago de horas agendadas online con cada terapeuta, a través del nuevo sitio web.

Lo anterior está considerado dentro de los requerimientos del nuevo sitio web de Zenda.

Las comisiones asociadas a las pasarelas de pago se estiman en 3,99%, considerando la más elevada, siendo esta la de tarjetas de crédito en plataforma Mercado Pago (Mercado Pago, 2019).

- e. Servicio de mensajería directa con los consultantes para resolver dudas, con el fin de potenciar confianza y agilizar la concreción de la venta de la terapia a través del sitio web.

Lo anterior está considerado dentro de los requerimientos del nuevo sitio web de Zenda.

Cada uno de los puntos anteriores se resumen en la siguiente tabla, detallado en línea gastos operacionales (Núñez, 2019):

Tabla 1-22: Flujo 6 primeros meses Zenda

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos	4.750	9.500	607.041	930.674	1.480.813	2.432.183
Ingresos por Ventas	4.750	9.500	607.041	930.674	1.480.813	2.432.183
Otros Ingresos						
Egresos	4.030.190	890.379	1.253.448	916.770	2.425.896	3.104.865
Gastos Operacionales	3.900.190	300.379	813.448	526.770	1.935.896	2.764.865
Marketing Digital	300.000	300.000	800.000	502.564	592.325	486.437
Personal GOP	-	-	-	-	1.200.000	1.200.000
Desarrollo Plataforma	3.600.000	-	-	-	100.000	1.000.000
Comisión por Venta (3,99%)	190	379	13.448	24.206	43.571	78.428
GAV	130.000	590.000	440.000	390.000	490.000	340.000
Personal GAV						
Gastos Legales		500.000	350.000	300.000	300.000	250.000
Gastos Contabilidad		60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Plataforma y Servidores	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Consultoría	100.000	-	-	-	100.000	-
Arriendo	-					
Marketing y Diseño						
Resultado Operacional	- 4.025.440	- 880.879	- 646.407	13.904	- 945.084	- 672.682
Resultado Acumulado	- 4.025.440	- 4.906.319	- 5.552.726	- 5.538.822	- 6.483.905	- 7.156.587

La anterior tabla muestra que durante los primeros 6 meses, el flujo será negativo, principalmente por los gastos operacionales necesarios para dar funcionamiento a Zenda, los cuales se ven incrementando en el mes 4, producto de la incorporación de recursos humanos.

6.4 Implementación modelo de ingresos

La implementación del modelo de ingresos consiste en la comunicación directa vía email de la nueva política de cobros (comisión y membresía) y de los beneficios asociados a ser parte de la comunidad de Zenda, tanto a los terapeutas que actualmente son parte de la plataforma, como a todos los nuevos cuyos datos hemos ido capturando a través de la inscripción en nuestro sitio web, mensajes a través de redes sociales y datos públicos en comunidades de terapeutas.

Actualmente se cuenta con una base de datos ya contactada vía mails de 230 terapeutas. De estos, 44 ya son parte de Zenda. Adicionalmente, se cuenta con una base a contactar de 202 terapeutas, cuya información fue extraída de directorios públicos de:

- a. Colegio Acupunturistas de Chile.
- b. Programa Internacional de Educación Flores de Bach.
- c. Sociedad Chilena de Acupuntura Médica.
- d. Sociedad Chilena de Biomagnetismo. Terapeutas Acreditados por la AGTF

Junto con el comienzo de la campaña de construcción de marca dos meses antes del lanzamiento del sitio, comenzará la comunicación vía email de las nuevas condiciones de Zenda, con el fin de contar con una base de terapeutas robusta al momento de llegar a ese hito.

6.5 Monitoreo y evaluación de funcionamiento nuevo modelo

Metodología:

- Establecimiento de métricas de seguimiento

Resultados:

Una vez que el nuevo modelo de cobro está funcionando, se monitoreará y evaluarán los cumplimientos de estos a través de 3 indicadores:

- a. Generación de al menos 1 venta semestral por cada uno de los terapeutas inscritos en Zenda.
- b. Tasa de terapeutas nuevos inscritos en Zenda, acorde a planificación. Se espera contar con 109 terapeutas inscritos para el mes de lanzamiento y con 187 al cabo de tres meses (Núñez, 2019).

- c. Tasa de retención de terapeutas y, por consiguiente, renovación de la membresía, del 80% al cabo de 6 meses.
- d. Cumplimiento de meta de ventas netas ((Núñez, 2019).

7. EXPANSIÓN

7.1.- Expansión del modelo a todo Chile

Metodología:

- Levantamiento de información de zonas de mayor interés en Zenda.
- Levantamiento de información de terapeutas para invitarlos a sumarse a Zenda.
- Identificación de socios claves en cada ciudad a expandirse.

Considerando los datos recopilados en cuanto a tráfico al sitio actual de Zenda y, por otro lado, la cantidad de terapeutas de las 9 terapias definidas como foco (acupuntura, biomagnetismo, carta astral, cristaloterapia, constelaciones familiares, mindfulness, ayurveda, reiki, terapia floral), se han definido 3 regiones de expansión, en una primera etapa, adicional a Santiago: IV, V región y VIII región. A continuación, se observan los resultados obtenidos a través de Google Analytics, en cuanto a visitas promedio desde enero a junio 2019 por ciudad:

Tabla 1-23: Visitas por ciudad sitio web Zenda, Google Analytics

Ciudad	% Sesiones
Santiago	83,32%
Concepción	3,15%
La Serena	2,05%
Valparaíso	1,60%
Los Angeles	1,20%
Antofagasta	0,94%
Linares	0,80%
Iquique	0,54%
Otras	6,40%

Adicionalmente, se ha hecho un trabajo de captura de nuevos contactos durante estos meses a través de datos públicos, dando como resultado 202 nuevos terapeutas a contactar:

Tabla 1-24: Distribución por ciudad de nuevos posibles terapeutas

Región	Nuevos contactos	Participación
IR Tarapacá	2	1%
IIR Antofagasta	8	4%
IIIR Atacama	12	6%
IVR Coquimbo	12	6%
VR Valparaíso	24	12%
RM	107	53%
VIR	2	1%
VIIR Del Maule	5	2%
VIIIR Del Bío Bío	9	4%
IX Araucanía	10	5%
XR	6	3%
XIIR Magallanes	4	2%
XIVR De los Ríos	1	0%
TOTAL	202	100%

Finalmente, como parte clave de la estrategia de expansión, se realizará un trabajo en terreno en cada ciudad para investigar a los socios claves y replicar la estrategia realizada en Santiago.

8. CONCLUSIONES GENERALES

A lo largo de este proyecto de graduación, se pudo ir revisando la oferta actual, tanto en Chile como en el extranjero, de las plataformas digitales que visibilizan a las terapias complementarias y/o a las psicológicas, para de esta forma entender cuál es el escenario actual y la oportunidad disponible para Zenda. Se pudo entender cuáles son los factores claves del éxito de cada plataforma y cuáles elementos son necesarios para que un sitio web pueda transmitir de mejor manera la información de los terapeutas y sus terapias respectivas, mundo alrededor del cual es clave poder crear y transmitir una atmósfera de confianza, claridad y transparencia. Se definieron características y funcionalidades indispensables que deben estar presentes en el sitio web de Zenda, con el objetivo de plasmar en este el espíritu del proyecto, teniendo siempre al usuario como foco, quien es el que finalmente debe sentir conexión tanto con el proyecto y el mundo de las terapias complementarias, pero también con cómo este es visibilizado y transmitido a todo el público. Se pudo concluir que actualmente no hay un sitio web enfocado en terapias complementarias que reúna todas las características necesarias para transmitir confianza, visibilizar la esencia de estas y sus beneficios, y conectar de manera más real al terapeuta con el consultante, previo a la reunión física. Algunos sitios de terapias psicológicas lo logran de mejor forma, pero su foco no es el mundo de terapias complementarias, dado esto, se ve una gran oportunidad para Zenda de posicionarse en esta industria de manera robusta y confiable, y así convertirse en el sitio web número uno de terapias complementarias.

Con respecto al modelo de ingresos, se revisaron las distintas formas de cobro que existen en la industria. Se pudo concluir que la mayoría cobra un monto fijo, asociado a una membresía mensual, semestral o anual, que da derecho principalmente a ser parte de la plataforma y así hacer visible a los terapeutas y su información de contacto. Adicionalmente, la posibilidad de hacer reservas en línea. Otros cobran comisión por cada venta, pero para que esto sea posible, es necesario facilitar los pagos online. Dado lo anterior, queda en evidencia que la mayoría de los sitios web tiene un modelo de negocio que no se hace cargo de la generación de ventas a los terapeutas, sino más bien de visibilizarlos y de esta forma, indirectamente que se genere una venta. Según lo investigado, se define que para Zenda es primordial, además de visibilizar el mundo de las terapias complementarias, el poder cumplir con uno de los objetivos y necesidades más importantes de los terapeutas, que es el obtener mayores ingresos. Es por esto que

tras la investigación se define un modelo de ingresos mixto, cobrando una membresía semestral que permite a los terapeutas reevaluar al cabo de 6 meses si quieren seguir siendo parte de Zenda y de su plataforma, dado los beneficios obtenidos durante ese período de tiempo, pero que también les permite establecer un compromiso, con el fin de facilitar horas disponibles para ser reservadas por los consultantes a través de Zenda. Por otro lado, se define cobrar una comisión por cada venta de 15%, con el objetivo de que Zenda trabaje para efectivamente hacerse cargo de la generación directa de venta y aumento de ingresos de los terapeutas.

Finalmente, a través de la investigación realizada sobre los socios claves, se concluye que estos son parte clave del éxito del proyecto. Son aliados estratégicos importantes y que ayudarán sin duda a fortalecer la propuesta de valor, la confianza y la oferta de Zenda. Algunos son más importantes que otros, sobre todos en la primera etapa, como los centros de terapias o las escuelas de terapeutas, pero todos a futuro serán considerados como parte de una estrategia integral para cada vez más fortalecer a Zenda.

A modo de conclusión final, tras este proyecto de graduación se cumplen los objetivos planteados al inicio para esta tesis, que, a su vez, a través de todo el proceso de trabajo, dan como resultado y confirman una gran oportunidad para Zenda, pero finalmente, para el mundo de las terapias complementarias, compuesto por terapeutas, consultantes y futuros consultantes, que buscan una alternativa, solución y sanación a dolencias, crisis o procesos del mundo en que vivimos.

BIBLIOGRAFIA

Bravent IT Consulting Company (s.f.). 6 pasos para una experiencia de usuario eficaz. Recuperado el 15 de febrero 2019 de:

<https://www.bravent.net/6-pasos-para-una-experiencia-de-usuario-eficaz>

Bevan, N. y Petrie, H. (2009). The evaluation of accessibility, usability and user experience. Recuperado el 01 de marzo 2019 de:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.1537&rep=rep1&type=pdf>

Calvo-Fernández, A., Ortega, S. y Valls, A. (s.f.). Métodos de evaluación con usuarios. Recuperado el 23 de junio 2019 de:

http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9861/4/PID_00176614.pdf

Chile. Ministerio de Salud, Subsecretaría de Salud Pública. (2012). Estudio sobre conocimiento, utilización y grado de satisfacción de la población chilena en relación a las Medicinas Complementarias Alternativas. Recuperado de:

<http://www.minsal.cl/portal/url/item/cdc107bdcfc3bff6e040010164015ba5.docx>

Fundación Chile. (2016). Estrés de los chilenos se duplica en 4 años. Recuperado de:

<https://fch.cl/estres-los-chilenos-se-duplica-cuatro-anos/>

Garret, J. (2000). Los elementos de la experiencia de usuario. Recuperado 01 de marzo 2019 de: http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf

Garreta, M. y Mor, Enric. (s.f). Diseño centrado en el usuario. Recuperado el 15 de marzo 2019 de:

[https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_\(Modulo_3\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Informatica/Interaccion_persona_ordenador/Interaccion_persona_ordenador_(Modulo_3).pdf)

Guzmán, L. (2019). Zenda, plataforma inteligente que te conecta con la terapia complementaria a la medida. Marketing y Comunicaciones para Zenda. Tesis de magíster inédita.

Lever, G. (2019). Tendencias del comercio electrónico. Recuperado de:

<https://www.ccs.cl/eventos/2019/doc/ecommm%20log-comprimido.pdf>

Lucichart. (s.f). Qué es un diagrama de árbol de decisión. Recuperado el 01 de marzo 2019 de: <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-diagrama-de-arbol-de-decision>

Mercado Pago (2019). Cuánto cuesta recibir pagos. Recuperado de:

https://www.mercadopago.cl/ayuda/costo-recibir-pagos-dinero_1829

Núñez, A. (2019). Zenda, plataforma inteligente que te conecta con la terapia complementaria a la medida. Propuesta de Valor, Plan de Desarrollo, Financiamiento y Calidad de Servicio para Zenda. Tesis de magíster inédita.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrega 1 – Proyecto Zenda (septiembre 2018)

Curso ILAB, Magíster Innovación Pontificia Universidad Católica de Chile

Metodología:

Entrevistas presenciales a 6 pacientes y 3 terapeutas.

Resultados:

- i) Insights clientes:
 - Búsqueda de terapias se desencadena con alguna **crisis / problema**, pero luego se hace parte de la vida (100%)
 - Calidad de terapia depende de **conexión lograda** con terapeuta (66%)
 - **Apertura** al tema de las terapias (50%)
 - La terapia es un **salto al vacío, necesidad de orientación** (50%)
 - **Recomendaciones** más valoradas son de personas que saben del tema (33%)
 - Las terapias son tema íntimo, privado, “**exclusivo**” (16%)
 - Información: “Es muy valorada” (83,3%)
 - Fotos: “Da confianza más confianza ver foto” (62,5%)

- ii) Insights terapeutas:
 - Agradecen posibilidad de gestión efectiva y automática su agenda (40%)
 - Valoran posibilidad de tener más visibilidad (100%)
 - Fuente promoción actual: boca a boca. Les interesa tener nuevos canales (100%)
 - Pago anticipado vía plataforma es valorado (40%)
 - Aceptan pagar comisión (100%)

ANEXO 2

Requerimientos nuevo sitio Zenda

www.zendazone.com



Índice:

Descripción de Zenda.	Página 2
Situación actual	Página 2
Objetivos del nuevo sitio	Página 2
Benchmark	Páginas 2 – 3
Contenido y Estilo	Página 3
Usabilidad y Accesibilidad	Página 3
Funcionalidades	Páginas 4 -7
Wireframes	Páginas 8 – 9
Etapas	Página 10

1.- Descripción de Zenda

“Somos una plataforma inteligente, que conecta a los clientes con la terapia complementaria a su medida”

Buscamos conectar a la oferta (terapeutas) con la demanda (consultantes) en un sitio web que les permita a los:

- **Terapeutas:**

- a) Ser visibles, comunicando en un solo lugar su formación, experiencia, terapias que realizan y sus beneficios, su fotografía y los testimonios que dan los consultantes sobre las terapias recibidas.
 - b) Organizar y optimizar de mejor forma su agenda, ya que podrán disponibilizar en nuestro sitio las horas disponibles de su agenda y recibir reservas en los horarios que tengan disponibles (tendrán acceso a su cuenta en zendazone.com)
 - c) Poder recibir pago online previo a visita. Si no activan esta opción, el pago será presencial.
- **Cientes:**
 - a) Poder encontrar de manera fácil la terapia que necesitan, según un sistema de recomendación de Zenda (encuesta online en una primera etapa)
 - b) Poder filtrar a los terapeutas según sus necesidades (Terapia, ubicación (región/ciudad/comuna), lugar de atención (a domicilio, en consulta de terapeuta, a distancia), género.
 - c) Poder reservar online
 - d) Poder pagar online o en consulta (según selección que haya hecho terapeuta)
 - e) Poder enviar mensajes a terapeutas
 - f) Poder hacer review de su experiencia
 - g) Poder visitar un completo perfil del terapeuta, incluyendo descripción de terapia, experiencia, formación, certificaciones, reviews

2.- Situación actual

- Tenemos un sitio web funcionando (Wix), bajo el dominio zendazone.com. Mostramos categoría (terapias), perfiles de terapeutas, blog y suscripción a novedades. Tenemos un mail corporativo hola@zendazone.com
- Este permite a los clientes realizar reservas (no tenemos habilitado el pago online). Se exhiben todos los horarios como siempre disponibles; no están sincronizados con agenda real de terapeuta.
- No tenemos opción de tener filtros

3.- Objetivos del nuevo sitio

- Ser referentes y consolidadores de la oferta de terapias complementarias en Chile
- Convertir a Zenda en un importante canal de reservas y ventas de terapias alternativas
- Asesorar al cliente / consultante para que encuentre la terapia complementaria a su medida de manera fácil y rápida
- Ser un sitio amigable y de fácil navegación (responsivo)

4.- Benchmark / Referentes:

www.goodtherapy.org

www.psychologytoday.com

www.zencare.co/

www.doctoralia.cl

www.betterhelp.com

5.- Contenido y Estilo:

- Colores: logo Zenda



- Estilo: minimalista, limpio
- Contenido: terapeutas, terapias, artículos (blog)

6.- Usabilidad y Accesibilidad

- La estrategia de usabilidad del sitio es poder siempre tener acceso directo a buscar terapias tanto por tipo o por ciudad. Ambos accesos deben estar siempre visibles. A sí mismo, el test inteligente para obtener una recomendación de terapia, debe estar presente en el home del sitio a modo de banner principal.
- Cada terapia debe tener una portadilla si se accede a esta de manera directa, con el fin de explicar de manera clara en qué consiste.
- El listado de terapeutas debe entregar un breve resumen del terapeuta y tener siempre 3 botones de acción: contactar, reservar y ver perfil.
- El listado de terapeutas debe tener multifiltros para que el usuario pueda acceder fácilmente a la terapia buscada:
 - Tipo de terapia (Acupuntura, Biomagnetismo, Reiki, Terapia Floral, etc.)
 - Modalidad de atención (en consulta del terapeuta, a domicilio, online).
 - Ubicación (región, ciudad).
 - Género del terapeuta (hombre, mujer).
 - Miembro de asociaciones / agrupaciones (sí, no).
- La ficha de cada terapeuta debe tener bloques de información, dentro de los cuales se encuentran:
 - Fotografía
 - Video personal
 - Nombre y formación
 - Detalle de la terapia
 - Experiencia
 - Certificaciones
 - Comentarios / reseñas
 - Reserva online
 - Ubicación (referencia)
 - Sello de calidad Zenda

7.- Funcionalidades:

- Multifiltros (www.goodtherapy.org) mostrando resumen de lo filtrado en parte superior (www.psychologytoday.com)

The screenshot shows the GoodTherapy website interface. At the top, there is a navigation bar with 'GET HELP', 'LEARN', 'ABOUT', 'FIND A THERAPIST', and a location dropdown set to 'Miami FL'. Below the navigation bar, there is a 'FILTERS' section on the left. Under 'PROXIMITY:', '25 Miles' is selected. Under 'COMMON SPECIALTIES', 'Anger Management' is checked. Under 'TYPE OF SERVICE', 'Art Therapy', 'Chemical Dependency Evaluation', and 'Clinical Supervision' are checked. To the right of the filters, three therapist profiles are displayed: Summer Sullivan (Ph.D., Counselor, Marriage & Family Therapist, Psychologist), David Kessler (LCSW, DAPA, Life Coach, Counselor, Psychotherapist), and Kristin Jones (DHSC, LMHC, Mental Health Counselor, Psychotherapist). Each profile includes a photo, name, credentials, a brief bio, a 'Call' button with a phone number, and an 'Email Me' button. A red circle highlights the 'COMMON SPECIALTIES' and 'TYPE OF SERVICE' filter sections.

The screenshot shows the Psychology Today website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Therapists', a search bar for 'City, Zip or Name', 'US', 'Log In', and a 'Sign Up and Get Listed' button. Below the navigation bar, there is a 'FILTERS' section on the left. Under 'Insurance', 'Any/Out-of-network Insurance' and 'Women' are selected. A 'Clear All' button is visible. To the right of the filters, two therapist profiles are displayed: Jessica B. Dieppa (Counselor, LMHC, MCAP, NCC) and Lisa M Wilkinson (Marriage & Family Therapist, LMFT). Each profile includes a photo, name, credentials, a brief bio, a phone number, a location, and 'View' and 'Email' buttons. A red circle highlights the 'Any/Out-of-network Insurance' and 'Women' filter sections.

- Test IA (www.iprevail.com) El objetivo es que podamos mostrar un resultado luego de completado el test, según los terapeutas que están en el sitio. La persona deberá ingresar su mail y nombre para poder conocer el resultado.



How would you describe yourself?

Introverted

Extroverted

I'm a bit of both

- Categorías terapias (<https://creerzen.com>) -> Portadilla con descripción de terapias

- Listado de terapeutas ([https://www.goodtherapy.org/newsearch/search.html?search\[miles\]=25&search\[zipcode\]=Miami+FL](https://www.goodtherapy.org/newsearch/search.html?search[miles]=25&search[zipcode]=Miami+FL)) (<https://welldoing.org/counselling/london>)

https://welldoing.org/counselling/london

welldoing.org

ACCOUNT LOG OUT FOR THERAPISTS SEARCH

FIND A THERAPIST ABOUT ARTICLES RESOURCES

Therapists in London, EC4A

Locate a therapist or counsellor in London, Greater London (City of London), EC4A. This page lists counselling and psychotherapy providers in the immediate EC4A area.

Filter your search

Gender: Any

Type of therapy: Any

Type of session: Any

What's worrying you?: Any

Association: Any

HELENA Cook Psychodynamic psychotherapist Location: EC1R 5HL

Person-centred/humanistic, Psychodynamic, Solution-focused therapy

I am a qualified psychotherapist working face-to-face on a weekly basis with men and women. I work privately and also at a Women's Health Counselling Centre in a major London hospital. Therapy with me is confidenti...

Contact me View Book now

Distance : 0.4 m

Maria Pournara Integrative psychotherapist Location: EC1A 2EJ

Integrative

Do you feel anxious or overwhelmed? Do you feel depressed or stuck in your life? Do you find it hard to cope with certain feelings or behaviours? Are you worried about your relationship or your marriage? Are family probl...

Contact me View

Distance : 0.1 m

Jay Watts Integrative psychologist Location: EC1A 2EJ

- Fichas terapeutas (<https://www.zencare.co/jaclyn-einstein>) -> Video, fotos, estructura información, mensaje directo a terapeuta (mail con copia a Zenda), fotos, reviews.

Z ZENCARE

Find a therapist Therapy groups Mental health Therapy types Blog About Join as a th

Jaclyn Einstein

Licensed Clinical Social Worker, LCSW
 Credentialed Alcoholism and Substance Abuse Counselor, CASAC
 Accepting new clients for daytime and evening appointments (updated March 1, 2019)

Location

16 Madison Square West,
 Floor 11
 New York, NY 10010

Specialties & expertise

- Relationships
- Communication skills
- Life transitions
- Anxiety
- Depression
- Substance use
- Infertility counseling
- Personality disorders

Book a Free 10min Call
 The practice will call to discuss your needs.

1 Choose

NEXT WEEK		
Monday March 18	Tuesday March 19	Wednesday March 20
10:50am	10:50am	10:50am
11:50am	11:50am	11:50am
12:50pm	12:50pm	12:50pm
1:50pm	1:50pm	1:50pm
3:20pm	3:20pm	3:20pm

2 Your information

3 Confirmation

Email Therapist Share This Page

Jamie Kelly Drama therapy psychotherapist , EC1V
[Book now](#)
[Contact](#)

My name is Jamie Kelly and I am an HCPC Registered Dramatherapist.

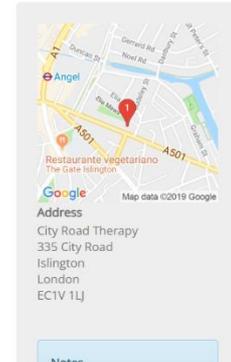
I am passionate about recovery and am guided by the belief that we all have within ourselves the ability to change, grow and flourish to our full potential when in a safe, non-judgemental and creative environment.

I offer a safe, confidential and nurturing space that encourages self-expression for healing and growth.

My Approach

My approach to therapy is person-centred, creative and holistic:

- Your safety is paramount in therapy. I will provide a safe and confidential space where you can share as much or as little as you feel comfortable.
- Building trust is key to help you feel safe in your sessions. I will listen carefully to you, show you empathy and unconditional positive regard so that you feel able to share freely in your own way and at your own pace.
- Developing your inner strength and inner resilience is essential in therapy. I will support you to develop all aspects of yourself (spiritual, social, intellectual, emotional, physical and creative) so that you may build on your inner strength and resources.
- There are many ways to work in therapy and many ways to work with you! I will see you as a whole person and not judge you based on your condition, problem or situation. I will support you to find your own voice and answers, follow your lead in

Quick search
 Enter your postcode or town [Search](#)


- Reserva online (www.zencare.co/jaclyn-einstein)

ZENCARE Find a therapist Therapy groups Mental health Therapy types Blog About Join as



Jaclyn Einstein
Licensed Clinical Social Worker, LCSW
Credentialed Alcoholism and Substance Abuse Counselor, CASAC
Accepting new clients for daytime and evening appointments (updated March 1, 2019)

Location
16 Madison Square West,
Floor 11
New York, NY 10010



Specialties & expertise

- Relationships
- Communication skills
- Life transitions
- Anxiety
- Depression
- Substance use
- Infertility counseling
- Personality disorders

Book a Free 10min Call
The practice will call to discuss your needs.

1 Choose

2 Your information

Name *

First Name Last Name

Phone *

Email *

Please note if your insurance is not listed, this therapist does not take your health insurance. Check with your

3 Confirmation

[Email Therapist](#) [Share This Page](#)

- Pago online
- Mi cuenta:
 - Terapeutas: acceso para cargar su perfil (se aprueba con nuestra aprobación) donde se pide toda la información parte de los requisitos del sello de calidad de Zenda.
 - Pueden modificar sus horas disponibles. Buscamos que esté sincronizado con su Google calendar o alguna otra forma de automatización para que terapeuta pueda tener visibilidad de sus horas disponibles.
 - Clientes: Sus datos personales e historial de reservas.
- Registro novedades
- Chat online

8.- Wireframes

Home

¿Eres terapeuta complementario? Regístrate acá

 Terapias complementarias ▼ Terapeutas en tu ciudad ▼ Blog Mi sesión / Regístrate

< ¿Cómo te sientes hoy? >

Encuentra a tu terapeuta 

IMAGEN / TEXTO
(Editables y opcionales)

Quiénes somos
Contáctanos
Logos RRSS

Cómo reservar y pagar
Mis reservas
Términos y Condiciones

Suscríbete a nuestras novedades

CHAT

Menú -> Búsqueda por terapia, ciudad (menú horizontal), por test IA (banner principal)
 ¿Cómo te sientes hoy?) y encuentra a tu terapeuta (tipeo de ciudad)

¿Eres terapeuta complementario? Regístrate acá

Terapias complementarias ▼

Terapeutas en tu ciudad ▼

Blog

Mi sesión / Regístrate

Astrología
Biomagnetismo
Constelaciones Familiares
Cristaloterapia
Reiki
Terapia floral
Tarot Terapéutico
<i>Ver todas las Terapias</i>

Encuentra a tu terapeuta

Escribe tu ciudad

Q

Lista de terapeutas

¿Eres terapeuta complementario? Regístrate acá

Terapias complementarias ▼

Terapeutas en tu ciudad ▼

Blog

Mi sesión / Regístrate

Filtrar por:

Terapia	
<input type="checkbox"/>	Astrología ▲
<input type="checkbox"/>	Acupuntura
<input type="checkbox"/>	Biomagnetismo
<input type="checkbox"/>	Cristales
<input type="checkbox"/>	Flores
<input type="checkbox"/>	Reiki ▼

Región	
<input type="checkbox"/>	I R ▲
<input type="checkbox"/>	II R
<input type="checkbox"/>	III R
<input type="checkbox"/>	IV R
<input type="checkbox"/>	VR
<input type="checkbox"/>	Metropolitana ▼

Ciudad	
<input type="checkbox"/>	Antofagasta ▲
<input type="checkbox"/>	Santiago
<input type="checkbox"/>	Valdivia
<input type="checkbox"/>	Valparaíso
<input type="checkbox"/>	Viña del Mar
<input type="checkbox"/>	Puerto Montt ▼

--	--	--

--	--	--

--	--	--

--	--	--

Quiénes somos
 Contáctanos
 Logos RRSS

Cómo reservar y pagar
 Mis reservas
 Términos y Condiciones

Suscríbete a nuestras novedades

CHAT

9.- Etapas

- Etapa 1: sitio 2.0 con lo mencionado anteriormente.
 - Plazo de entrega: dos meses posteriores al contrato.

- Etapa 2: IA y *booking* más sofisticados.
 - Fecha estimada de nuevo desarrollo: cuatro meses luego de la primera versión.

ANEXO 3 – Cotizaciones sitio web

1.- City Global:

- HH: 1UF /hora
- Total: 252 UF (\$6.946.380)

Nombre Componente	Funcionalidad	Esfuerzo (HH)						Total
		Analisis y diseño	UI/UX	Backend	Frontend	QA	DevOps	
Terapeutas	Listar Terapeutas		2	2	4			8
	filtrado de terapeutas			2	6	2		10
	visualizar informacion de terapeutas		2	2	2			6
	Editar perfil Terapeuta			2	2	2		6
	Formulario creación de terapeuta		2	2	2			6
	Visualizar calendario de citas		4	2	6			12
Cliente	Creacion de cuenta cliente		2	2	2	2		8
	Ver/editar información personal		2	2	2	2		8
	Solicitar hora con terapeuta		4	2	6	2		14
	Crear Opinion o reseña del usuario terapeuta una vez realizada la cita		2	2	2	2		8
	Visualizar reseñas de terapeuta		2	2	2			6
Administracion	Autorizar cuenta de terapeuta			2	2			4
	dar de baja a un terapeuta			2	2			4
Chat tiempo real	implementación servicio de chat tiempo real entre usuario cliente y usuario terapeuta		6	30	16	8		60
Calendarios	Usuario terapeuta puede gestionar citas		2	2	2	2		8
	Usuario cliente solicita cita segun horario disponible		2	2	4			8
Modelamiento Base de datos	Analisis de modelo de negocios	4						4
	Definición de tablas y relaciones	4		4				8
	Definición de atributos	2		4				6
Configuración ambiente	Configurar ambiente desarrollo						4	4
	Configurar ambiente producción						4	4
	Despliegue plataforma						8	8
Terapias	Desplegar listado de terapias		2	2	2			6
	Detallar información de terapia		2	2	2			6
Webpay	Integración webpay		2	6	6			14
Home	Editar imagenes y texto de los iframe especificados en documento		6	4	6			16
Total HH		10	44	82	78	22	16	252

2.- Evolution Technology

- \$4.200.000



COTIZACIÓN DE SERVICIOS

DESARROLLO WEB

Evolution Technology
www.etchile.net –e-mail: ventas@etchile.net
Fono-Fax: +56 (9) 96941097 - Rancagua-Chile.





DESCRIPCION DEL SERVICIO (COT: 20190418-1)

Desarrollo Web

- Diseño de estructura y diseño Web. Sitio requiere PHP 7.0+ (hosting)
- Página web administrable, para contenidos, bloques de contenidos, secciones y menú de navegación.
- Bloques y contenidos administrables.
- Sistema CMS para administración deseada. (Custom, AFC o Wordpress)
- Diseño HTML5/CSS jQuery+Bootstrap Responsive.
- Compatible con Desktop, Mobile, Tablet.
- Contenidos basados en web actual entregado por cliente.
- Sistema de reserva de Horas mediante requerimientos solicitados.
- Listado de terapeutas, horarios y otros según documento de requerimientos
- Tiempo de desarrollo estimado, 45 días hábiles. Fecha comprometida Marzo 2019.
- Sitio web y desarrollo con repositorio, control de versiones en GIT, exclusivo para el cliente.

Cliente debe proporcionar toda la información, contenidos e imágenes que se utilizarán en la construcción del sitio web. Las imágenes y contenidos deben ser originales del cliente, no deben ser imágenes y textos copiados de sitios web o buscadores.

Los tiempos de desarrollo y entrega, comienzan a contar desde la entrega de todo el material necesario por parte del cliente.

Valores comprometidos

Desarrollo del proyecto \$ 4.200.000 Exento de IVA

Forma de pago 50% inicio y aceptación de la cotización, 50% restante, a la publicación del sitio web, finalización del proyecto.

Datos para Transferencias

Cuenta Vista Banco Falabella
50220053394
José Alejandro Lira
Rut 13719425-2
jlira@etchile.net

Evolution Technology
www.etchile.net -e-mail: ventas@etchile.net
Fono-Fax: +56 (9) 96941097 - Rancagua-Chile.





CONTRATO EMPRESAS

<http://www.etchile.net>

Santiago, 18 de Abril del 2019

RUT	
Nombres (o Nombre de la Empresa)	
Apellidos
Dirección	
Comuna	
Ciudad	
Región	
Teléfono	
e-mail de Contacto	
Dominio Principal	Zendazone.com

Developer	JOSE ALEJANDRO LIRA SALAS
Plan a Contratar	DESARROLLO WEB
	Finalización Aprox. Marzo 2019.
Costo Plan	\$ 4.200.000 NETO EXENTO (en 2 pagos)
Solicita Registro de Dominio? (SI - NO)	NO
Dominio a Registrar
Valor Registro	0
TOTAL	\$ 4.200.000 NETO

YO, _____ ó
 REPRESENTANTE LEGAL DE _____

ACEPTO CONFORME LOS TÉRMINOS DEL CONTRATO INDICADO, COMO TAMBIÉN LA FORMA DE PAGO Y PLAZOS ACORDADOS, COMPROMETIENDO LA ENTREGA DE TODA LA INFORMACIÓN SOLICITADA, ENTREGA DE LA ENCUESTA Y SUS RESPUESTAS PARA DAR COMIENZO AL PROYECTO, A SU VEZ, EL PAGO DEL 50% PARA LOS COMIENZOS DE ANÁLISIS Y TRABAJO COMPROMETIDO POR PARTE DE DESARROLLO DE ETCHILE, DANDO EL INICIO DE TODO EL TRABAJO DE ANÁLISIS, CONSTRUCCIÓN DE DISEÑO, PROTOTIPO DEL PRODUCTO POR PARTE DE LOS DESARROLLADORES.

FIRMA _____

Evolution Technology

www.etchile.net - e-mail: ventas@etchile.net
 Fono-Fax: +56 (9) 96941097 - Rancagua-Chile.



3.- Jonathan Bruna

- \$\$\$3.189.066



COTIZACIÓN
Abril 17 de 2019

CLIENTE :
Marilena Gennero / ZENDAZONE

PRESUPUESTO N° :
B0145

Diseño Web

- Sitio web en WORDPRESS MULTI USUARIO
- Sitio responsivo (visibilidad en dispositivos)
- Agenda integrada al sitio
- Formulario de Toma de horas para pacientes
- Filtros de terapeutas
- Sección de comentarios de terapias
- Perfil del terapeuta, incluyendo descripción de terapia, experiencia, formación, certificaciones, reviews
- Carro de compras (pago online) de necesitar contratar servicios de pago externos el valor no está aplicado en la presente cotización
- Galería
- SEO

VALOR TOTAL: \$2.899.151 + % boleta Honorarios

Entregable al 22 de junio, marcha blanca.

* TÉRMINOS Y CONDICIONES:

- El pago se hace en dos fases: 50% al empezar el proyecto y el otro 50% restante, en la entrega del proyecto terminado.
- Se aceptan 3 correcciones contrapropuesta, toda corrección extra tiene un costo adicional de \$50.000
- Cualquier servicio extra a la cotización tienen un costo adicional. (Fotografía, Edición de Imágenes, diseño de papelería, ilustraciones, edición de textos, identidad corporativa etc.)
- El horario de trabajo es de 9:00 Am a 19:30 de lunes a viernes, por lo que cualquier correo pasado de esa hora se responderá al día hábil siguiente
- En el caso de necesitar Hosting, el valor por espacio ilimitado es de \$ 20.000 anual + correos corporativos, sin panel de control y soporte para interrupción de servicio y correos. De lo contrario el cliente podrá contratar el servicio de Hosting que se adecue a sus necesidades.
- En el caso de un sitio web: el cliente debe entregar todo el material informativo del sitio en formato Word, corregido y revisado: imágenes, videos y fotografías.
- Las actualizaciones de contenido tienen un valor de \$30.000 y las actualizaciones o modificaciones de estructura, funcionalidad backEnd del sitio, se cotizará aparte.
- El presente documento tiene una validez de 72 horas, dadas las condiciones de tiempo requeridas por el cliente.

4.- Admin /N2O

- \$2.500.000

The image shows the cover of a quotation document. At the top, there is a decorative border with a grey and white diagonal pattern and a thick orange band. Below this, the N20 logo is displayed in a 3D style with white and orange colors. To the right of the logo, the word "DIGITAL" is written in large white capital letters, with the tagline "POTENCIAMOS TU EMPRESA" underneath in smaller white capital letters. In the center, the word "COTIZACIÓN" is written in large white capital letters, with "DE SERVICIOS DIGITALES" underneath in smaller white capital letters, all enclosed in a thin orange rectangular border. Below this, the project details are listed in white text: "Proyecto: Sitio Web", "Cliente: Zenda Zone", and "Fecha: 05 de abril de 2019". At the bottom, the services offered are listed: "Marketing Digital | Diseño Web | Imagen Corporativa", followed by the website "www.n2o.cl" in orange text. The entire content is set against a dark grey background with a fine white grid pattern. A decorative border at the bottom mirrors the top one.

N20 | **DIGITAL**
POTENCIAMOS TU EMPRESA

COTIZACIÓN
DE SERVICIOS DIGITALES

Proyecto: Sitio Web
Cliente: Zenda Zone
Fecha: 05 de abril de 2019

Marketing Digital | Diseño Web | Imagen Corporativa
www.n2o.cl

Estimados Zendazone

05 de abril de 2019

Diseñamos sitios web de calidad y profesionales para impresionar a tus potenciales clientes, todos nuestros sitios son adaptables a cualquier dispositivo móvil además de ser autoadministrables.



HOSTING GRATUITO

Hosting gratuito durante un año al realizar sitio web con N20.



PÁGINAS INCLUIDAS

6 página dentro del sitio web.

Cada página (pestaña o sección) adicional tiene un valor de \$30.000 más iva.

Catálogo Terapias+Filtro
Test IA
Fichas Terapeutas+Login
Reserva+Pago OnLine
Blog Novedades
Chat



SITIO WEB RESPONSIVO

Adaptable a notebooks, computadores y dispositivos móviles como teléfonos y tablets.

SIGUENOS   

www.n2o.cl



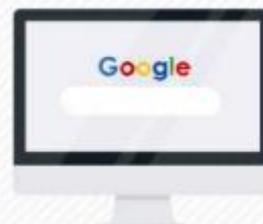
IMAGENES PERSONALIZADAS

Personalizamos tus imágenes para el sitio web. Además, si no cuentas con fotografías te apoyamos para generar un sitio visiblemente profesional.



FORMULARIOS DE CONTACTO

Instalación de formulario de contacto. Cada vez que alguien te contacte, te llegará un aviso al correo que configures.



INSCRIPCIÓN DEL SITIO EN GOOGLE

Indexamos manualmente el sitio web en Google para estar dentro de los registros.



OPTIMIZACIÓN PARA BUSCADORES

Sitio diseñado para que Google lo rastree en forma correcta.



POSICIONAMIENTO ORGÁNICO OPTIMIZADO

Optimizamos inicialmente imágenes, contenidos, etiquetas y aspectos técnicos. Puntos que interfieren directamente en el posicionamiento orgánico.



INTEGRACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

Plataforma que ayuda a visualizar las visitas que se han generado en tiempo real, los canales y medios desde donde se han generado, etc.



CASILLAS DE CORREO ILIMITADAS

Creamos las Casillas de correos que necesites para tu empresa, haciendo que este se vea más profesional.

Ej: contacto@n2o.cl



CERTIFICADO SSL (SITIO WEB SEGURO)

Solución que proporciona un protocolo criptográfico que entrega autenticación y comunicación segura en internet. Este se identifica a través de un "candado amarillo o verde" y la sigla "https" en la barra de direcciones.



RESPALDOS DIARIOS

Realizamos respaldos diarios de tus bases de datos y archivos, para poder restaurar tu sitio web a una fecha anterior si lo deseas.

EJEMPLOS DE SITIOS EN TU CATEGORIA

<https://paulashes.com>

<https://www.hotelneruda.cl/>



SIGUENOS   

www.n2o.cl



TIEMPOS DE ENTREGA SITIO WEB

Entrega de prototipo: 4 días hábiles tras envío de información solicitada.

Entrega final para aprobación: 25 días hábiles tras aprobación de Prototipo inicial.

Migración a dominio definitivo: 1 día hábil tras aprobación de Entrega final.

FORMAS DE PAGO

Sitios web: 50% para iniciar el proyecto, 40% al tener todo el contenido y funcionalidades operando y 10% al finalizar proyecto para poder subir el sitio web al hosting correspondiente.

Valor por sitio: \$2.100.840 +IVA (\$2.500.000)

50% inicial \$850.000
 40% completo \$680.000
 50% sitio publicado \$170.000

Medios de Pago:

Transferencia o depósito a la cuenta:

Nombre: Digital Marketing Co y Cia Ltda
 Rut: 76.570.992-k
 Banco SANTANDER
 Cuenta Corriente número 70499320
 Correo: ventas@n2o.cl



ES IMPORTANTE QUE:



- El hosting que n2o Digital entrega gratuitamente por un año corresponde al **Plan de hosting Basic, cuyo valor anual es de \$44.990 iva incluido (Este valor no está incluido en el valor del desarrollo del sitio.)** el cliente puede decidir si contratar este servicio una vez finalizada la promoción entregada, o bien migrar su sitio web con otro proveedor de hosting. Luego de un mes de hosting gratis con nosotros, se realizará análisis y si el sitio sobrepasa los niveles de recursos del servidor, se recomendará el cambio a otro plan superior que requiera costo.
- Es de responsabilidad del cliente contar con el nombre de dominio debidamente inscrito.
- Una vez entregado el sitio web, se le entregará al cliente un tutorial con las instrucciones básicas para auto-administrar el sitio.
- Una vez finalizado el proyecto cuenta con 10 días de soporte para cambios en el sitio, luego de eso para futuros cambios o actualizaciones del sitio web se evaluarán los cambios que se necesiten mediante una cotización.
- Optimización del sitio para el posicionamiento es sólo crear el sitio con las condiciones mínimas para que sea detectado por Google y no significa aparecer inmediatamente o a largo plazo en la primera página de Google necesariamente.

Se despide atentamente

Equipo de Ventas
Ejecutivo Comercial
N20 Digital

ANEXO 4 – Formato entrevista centro de terapias

En nuestra plataforma buscamos visibilidad de manera seria, clara, transmitiendo confianza al consultante. Queremos transmitir la mayor información del terapeuta, con fotografías, videos, certificaciones. Ofrecer reserva y pago online. Actualmente tenemos nuestro sitio zendazone.com funcionando y estamos en proceso de cambio.

Te queremos invitar a ser parte de Zenda, con el objetivo de derivar tráfico a tu Centro, a través de la visibilización de cada uno de los terapeutas certificados que trabajen en tu centro y que quieren ser publicados en Zenda

- 1.- ¿Estarías dispuesto a que publiquemos a tus terapeutas en zendazone.com, haciendo uso de tu capacidad ociosa y derivando tráfico a tu Centro? ¿Por qué?
- 2.- ¿Estarías dispuesto a que publiquemos el lugar de atención, logo centro, comunicando a tu centro como lugar de atención? ¿Por qué?
- 4.- ¿Estarías dispuesto a darnos 3 horas fijas por terapeutas a la semana, para que las publiquemos como siempre disponibles? ¿Por qué?
- 5.- Si no, ¿cuántas horas fijas estarías dispuesto a darnos?
- 6.- ¿Los terapeutas de tu centro han sido validados de cierta forma (estudios, experiencia, certificados) para ser parte del Centro?
- 7.- ¿De qué forma?
- 8.- ¿Te gustaría agregar algo más?

ANEXO 5 – Formato entrevista centro de terapias

Entrevista Centros - Semi estructuradas

Análisis cuantitativo y cualitativo (codificación)

Hola, somos Zenda, proyecto que nace con el objetivo de conectar a terapeutas complementarios con consultantes que están pasando por momentos de stress, ansiedad, dolores físicos o que buscan un regalo para su alma.

En nuestra plataforma buscamos visibilidad de manera seria, clara, transmitiendo confianza al consultante. Queremos transmitir la mayor información del terapeuta, con fotografías, videos, certificaciones. Ofrecer reserva y pago online.

Actualmente tenemos nuestro sitio zendazone.com funcionando y estamos en proceso de cambio.

Te queremos invitar a ser parte de Zenda, con el objetivo de ser aliados, validar a tu escuela como sello de calidad de terapeutas y a la vez transmitir confianza a los consultantes.

PREGUNTAS PROPUESTA VALOR

- 1.- ¿Cuáles son las terapias que enseñan en este instituto?
- 2.- ¿Cuáles son los requisitos de entrada para los estudiantes?
- 3.- ¿En qué consiste la malla de estudios (contenidos, duración, hrs. de práctica)
- 4.- ¿Cuentan con alguna validación internacional? ¿Cuáles?
- 5.- Los alumnos que finalizan los estudios, ¿cuentan con alguna certificación especial?
- 6.- ¿Cuál es el alcance de la certificación entregada?
- 7.- ¿Existe algún otro centro en Chile que validado para impartir las terapias que ofrecen?
- 8.- Desde el punto de vista normativo, en Chile. ¿Su instituto debe ser acreditado o autorizado por alguna entidad regulatoria de Chile?

PREGUNTAS SOCIOS CLAVE

- 1.- ¿Estarías dispuesto a que publiquemos tu logo en nuestro sitio como parte de sello confianza en terapeutas de tu escuela?
- 2.- ¿Estarías dispuesto a ayudarnos a confirmar que terapeutas estudiaron en tu escuela si que ellos lo dicen?
- 3.- ¿Estarías dispuesto a ayudarnos a enviar información a tus estudiantes y/o egresados sobre Zenda?
- 4.- ¿Estarías dispuesto a que podamos ir a eventos de tu escuela con pendones Zenda?
(Sí / No) ¿Por qué?
- 5.- ¿Te gustaría agregar algo más?

ANEXO 6 – Formato entrevista terapeutas

Entrevista Terapeutas - Semi estructuradas

Análisis cuantitativo y cualitativo (codificación)

PREGUNTAS PROPUESTA DE VALOR

1.- ¿Qué aspectos consideras más importantes a la hora de decidir sumarte a un sitio web que disponibilice información sobre la terapia que ofreces?

2.- ¿Conoces algún sitio similar?

PREGUNTAS MODELO NEGOCIO

Asumiendo que estás dispuesto a pagar un costo por estar publicado en la plataforma Zenda...

Beneficios del pago

¿Qué debe entregarte Zenda para que estés dispuesto a pagar un plan mensual o comisión?

Plan mensual

¿Estarías dispuesto a pagar un plan mensual o trimestral por estos beneficios? ¿Por qué?

¿Cuál sería el máximo precio que estarías dispuesto a pagar por un plan que te entregue todos estos beneficios?

Comisión

¿Estarías dispuesto a pagar una comisión por cada venta?

¿Con qué probabilidad estarías dispuesto a aceptar una comisión de 20%? (1 a 100%)

¿Con qué probabilidad estarías dispuesto a aceptar una comisión de 15%? (1 a 100%)

¿Con qué probabilidad estarías dispuesto a aceptar una comisión de 10%? (1 a 100%)

Mixto

¿Qué opinas de un pago mixto, que involucre una membresía semestral baja para acceder a nuestros beneficios y estar en Zenda, sumado a comisión por venta?

¿Cuál es lo máximo que estarías dispuesto a pagar por el derecho a estar en nuestra plataforma y obtener los beneficios?

¿Te gustaría agregar algo más?