



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

CENTRO DE ASISTENCIA PSICOLÓGICA “VITALMENTE”

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Empresas**

**SANDRA ELIZABETH REATEGUI MONGE
(0000-0002-7538-6417)**

**SANDRA MERCEDES TIRAVANTI DÍAZ
(0000-0003-0047-8541)**

Chiclayo - Perú

2023

Dedicatoria

Agradecer a mis padres que siempre me motivaron ha seguir adelante, a mi hija Amylee y mi esposo que siempre me dan toda la energía necesaria para nunca darme por vencida, a mi hermana que siempre ha estado a mi lado apoyándome a seguir adelante haciéndome recordar que este momento llegaría; les doy gracias a cada uno de Uds ya que son la pieza fundamental en mi vida.

Dedico esta tesis a mis padres, pues sin ellos no habría logrado llegar hasta aquí, a mi hijo que me enseñó el significado de valentía fue de quien tome las fuerzas para no rendirme; gracias por acompañarme a dar este gran primer paso.

Índice general

Dedicatoria.....	2
Índice General.....	3
Índice de Tablas.....	4
Resumen ejecutivo	5
Introducción	6
Capítulo I: Definición del Negocio	8
Idea de Negocio	8
Capítulo II: Diagnóstico del plan de negocio	16
Análisis del Microentorno	16
Clientes	16
Competidores	16
Competencia directa	16
Competencia indirecta	20
Proveedores.	21
Sustitutos	22
Análisis del Macroentorno	23
Factores: Económico	23
Cultural y Social	24
Político	26
Geográfico – Demográfico	27
Tecnológico	27
Capítulo III: Planeamiento estratégico	29
Misión	29
Visión	29
Valores.....	29
Objetivos Estratégicos	30
Matriz FODA.	
Estrategia Genérica de Porter	34
Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt) Realizarlo	36
Capítulo IV: Estudio de mercado.....	38

Oferta	38
Capítulo V: Plan de Comercialización	50
Mercado	50
Marketing Mix	51
Formulación Estratégica	60
ANSOFF Proyección de Ventas	60
Capítulo VI: Plan técnico.....	62
Localización de la Empresa	62
Tamaño del Negocio	63
Necesidades	65
Proceso de servicio u Operación	71
Certificaciones Necesarias	73
Impacto en el Medio Ambiente	73
Capítulo VII: Plan organizacional, de personal y legal	74
Constitución de la Empresa	74
Obligaciones	77
Estructura Organizacional	77
Descripción de Funciones	78
Capítulo VIII: Plan económico – Financiero	86
Inversiones	86
Recomendaciones	97
Referencias Bibliográficas	99
Anexos	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Frecuencia de atención psicológica después de la pandemia	15
Tabla 2. Modelo Canvas “Vitalmente, Centro de asistencia psicológica” (2022)	15
Tabla 3. Llamadas según el motivo de consulta a la línea 113 del 2020	25
Tabla 4. Matriz FODA	32
Tabla 5. Diagrama de Gantt.....	36
Tabla 6. Análisis de la competencia directa de la empresa “Vitalmente” (2022)	39
Tabla 7. Análisis de la competencia indirecta de la empresa “Vitalmente” (2022)	40
Tabla 8. Matriz de Muestra.....	42
Tabla 9. Proyección.....	47
Tabla 10. Investigación de Mercado	49
Tabla 11. Evaluación de marcas comerciales de la empresa Mercadeando S.A. (2018)	54
Tabla 12. Evaluación de marcas comerciales de la empresa “Vitalmente” (2022).....	54
Tabla 13. Formulación Estratégica	60
Tabla 14. Proyección de ventas de la empresa “Vitalmente” (2022)	61
Tabla 15, Calificación	64
Tabla 16. Requerimiento de equipos de la empresa “Vitalmente” (2022).....	66
Tabla 17. Obligaciones de legislación tributaria para la empresa “Vitalmente” (2022)	78
Tabla 18. Planilla de personal administrativo de la empresa “Vitalmente” (2022).....	79
Tabla 19. Inversión Total.....	88
Tabla 20. Inversión en Equipos de Cómputo	88
Tabla 21. Gastos de Constitución	89
Tabla 22. Gastos de Inscripción.....	89
Tabla 23. Gastos de Pre- Inversión.....	90
Tabla 24. Gastos de Certificación.....	90
Tabla 25. Ingresos por ventas	92
Tabla 26. Estructura de Costos y Gastos	92
Tabla 27. Financiamiento de las inversiones	94
Tabla 28. Estructura de Financiamiento	95
Tabla 29. Flujo de Caja	96
Tabla 30. Estado de Ganancias y Pérdidas	97
Tabla 31. Valor Neto y tasa interna.....	98
Tabla 32. Beneficio-Costo.....	98
Tabla 33. Indicadores Financieros	94

Resumen ejecutivo

En el presente proyecto de innovación posee como objetivo la asistencia social mediante los cuidados, atenciones, tratamientos hacia la salud integral emocional o mental de las personas, con la cual contribuye en poder reducir la tasa de estrés y los problemas psicosociales del contexto sociocultural circundante de la localidad de Chiclayo en la región Lambayeque. Conforme a las particularidades del proyecto se consolida entre una línea de investigación e innovación de desarrollo de bidireccional hacia la atención a los clientes para poder resolver sus problemas psicológicos, siendo ellos los mayores y únicos beneficiarios de este servicio. Conforme a las actividades que comprende a la entidad empresarial “Vitalmente” se caracteriza por una fuente de ingresos a través de 3 tipos de servicios en ofrecer una ayuda social para contribuir a al tratamiento y solución de los problemas psicológico de las personas, aquellas que han sufrido un pasaje de despido laboral, enfrentamiento con otras personas o su contexto, de acuerdo al tipo de servicio se emplearán distintos canales como la atención presencial ubicada en nuestra estadía en Av. Chinchaysuyo 340, Chiclayo 14008. De igual manera se ofrecerá mediante servicio en línea o a distancia mediante los aplicativos Zoom o Meeting y por último se ofrecerá el teleservicio de asistencia psicológica, de acuerdo a estas actividades diurnas se espera atender a personas donde oscilen sus edades de 18 a 65 años edad, debido que estas personas están expuestas a estar frecuentes a situaciones que peligren su salud mental. Asimismo, se ha reconocido que se requiere una inversión mínima, desde lo anterior, se presencia que el modelo de negociación determinado por el proyecto es rentable y viable. Por ello, el presente proyecto contribuye a minorar los problemas psicosociales de nuestra localidad.

Introducción

Según las fuentes de información proporcionadas por Instituto Peruano de Economía (IPE), (2022) El fuerte impacto que ha generado la pandemia provocada por el Covid-19 en los diferentes sectores del mundo y del territorio peruano ha sido de consideración, uno de los tantos mencionados, enfatizamos el sector económico, el cual reporta durante el desarrollo del segundo trimestre del año 2021 se registraron una pérdida de más de 6 millones de trabajos y en cuanto a la población netamente activa se disminuyó a un 39,7%; asimismo el Producto Bruto Interno (PBI) se manifestó una reducción de 30,5% dentro del mismo periodo, por tal motivo, las esperanzas de lograr un crecimiento sostenible para todos este sector pasaron a reconocerse con una lenta recuperación entre cifras regularmente significativas como el 2% y el 3,5% a inicios del 2022.

Es por tal razón que nuestro objetivo de nuestro proyecto de innovación es consolidar un centro de atención psicológica denominado “Vitalmente, Centro de asistencia psicológica”, la cual está enfocada hacia las personas de todo tipo de edades, las cuales particularmente han sido víctimas de los estragos provocados por la pandemia, asimismo de asistir de manera terapéutica frente a los problemas emocionales que pueda presentar nuestros pacientes, mediar sus emociones, regular sus patrones conductuales adversos, todo esto a través de una atención personalizada en diferentes áreas para cada tipo de persona, con la finalidad de asistir pertinentemente sus problemas psicológicos.

Por otro lado, uno de los mayores propósitos de este proyecto es consolidar que las personas con problemas emocionales tengan conocimiento de nuestra asistencia psicológica diferenciada y personalizada, por ello, se buscará las diversas viabilidades para ser aceptados por diversas personas de distintas edades mediante las herramientas digitales de publicidad y promoción, las cuales nos solventarán a determinar nuestras metas propuestas.

Al inicio se realizará un estudio sobre el entorno circundante de la empresa “Vitalmente, Centro de asistencia psicológica”, tanto en los aspectos del Macro como lo propio en lo Micro del contexto, asimismo se empleará herramientas como el FODA, Fuerzas de Porter, Matriz de Competidores, matriz PEST para estudiar el panorama actual dentro y fuera de la empresa.

Capítulo I: Definición del Negocio

1.1. Idea de Negocio

Esta idea de negocio, la de implementar un centro de asistencia psicológico, nace a raíz de todos los problemas que surgieron durante la pandemia, las autoras de este proyecto no fueron ajenas a todos los cambios drásticos que se presentaron con la emergencia sanitaria; el confinamiento, el cambio de vida, la convivencia, la disminución de los recursos, estrés, la pérdida de empleo, depresión, aburrimiento, la incertidumbre, el alejarnos de nuestros seres queridos, de amigos, la pérdida de personas queridas, o conocidas entre otros factores, afectaron muchísimo a toda la población; sin embargo unos supieron sobrellevar mejor estas condiciones que otros.

Los problemas psicológicos causados por los temas antes mencionados, se incrementaron drásticamente, y ahora que estamos en esta nueva normalidad, el retorno a los trabajos presenciales, clases presenciales, el recuperar nuestros empleos y reestablecer nuestra economía, seguimos teniendo los problemas que antes de pandemia ya existían y que afectan el estado psicológico de las personas como por ejemplo la inseguridad ciudadana, violencia familiar, familias disfuncionales, etc; es por todo lo dicho que nació esta idea de negocio, instaurar un centro de ayuda psicológica que brinde soporte a todas las personas que sufrieron o que sufren de algunas de las condiciones que hemos mencionado.

La idea de negocio contempla también brindar servicios de relajación a través de clases de yoga que serán gratuitas para nuestros pacientes, además de brindar charlas y talleres de ayuda vocacional, autoestima entre otros.

El Ministerio de Salud estima que dos de cada 10 peruanos padecen de algún trastorno mental. (6,5 millones de personas). Lo más preocupante es que aproximadamente 5,2 millones no reciben atención (Infobae 10-oct-2021).

Seis de cada 10 (61.5%) personas mayores de 18 años padece de algún tipo de malestar emocional, 34.9% presenta síntomas vinculados a la depresión moderada a severa y 13.1 % tiene ideas suicidas (Infobae 10-oct-2021).

El MINSA, reportó haber atendido a más de 300 mil casos de depresión en el año 2021. El director de Salud Mental del Minsa, Yuri Cutipé, precisó que en el 2021 se atendieron más de 1 300 000 casos de problemas vinculados a la salud mental. "La mayor parte de estos casos son de personas, de todas las edades, con desordenes depresivos o trastornos de ansiedad, pero también con trastornos mentales severos. (Plataforma oficias noticias del MINSA).

Para tener datos actualizados y poder establecer mejores planes de acción que el ministerio de salud en la región Lambayeque, de setiembre del 2022 a enero del 2023, el Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi, en acuerdo con la Gerencia Regional de Salud Lambayeque, aplicará encuestas a familias para evaluar la prevalencia y factores asociados con trastornos mentales y problemas psicosociales.

Por ello, "Vitalmente, Centro de asistencia psicológica" se origina al presenciar esta realidad adversa en el aspecto emocional de los pobladores de la ciudad de Chiclayo, tenemos que tener en cuenta, que en nuestra ciudad como a nivel nacional no se cuenta con la cantidad suficiente de centros de atención psicológica o centros dedicados a la salud mental que cubran las necesidades de la población. Por ello, primero se determinarán cuáles son los propósitos generales y el alcance de nuestro

servicio como componentes limitantes; seguido, se desarrollará una descripción del servicio de atención psicológica.

1.2. **Justificación del Plan de Negocio** (Análisis de la Oportunidad)

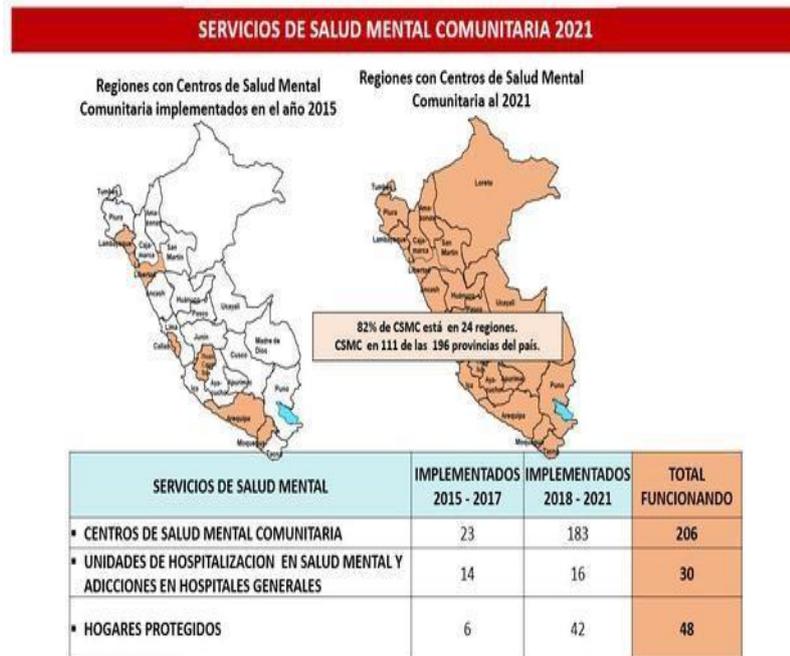
Este proyecto se basa en la gran necesidad que existe de centros de ayuda y soporte psicológico, actualmente existe una gran demanda de este tipo de centros, la salud mental en nuestro país está muy descuidada, no existen la cantidad de centros para tratar los casos relacionados con la salud mental; si bien es cierto el gobierno ha hecho grandes esfuerzos por disminuir esta brecha, aún estamos muy lejos de cubrir esta demanda.

En su último reporte, el Minsa dio a conocer que de enero a agosto del presente año se han brindado un total de 4 millones 140 mil 802 atenciones en salud mental a un millón 16 mil 811 pacientes. Al finalizar el año, se proyecta que las atenciones superen los 6 millones de citas. según el reporte del MINSA (Infobae 10-set-2022).

Al respecto, el Dr. **Carlos Bromley Coloma**, médico psiquiatra de la Dirección de Salud Mental, sostuvo que en el Perú, la ansiedad es el problema de salud mental más diagnosticado con un 28.81% del total, seguido de la depresión con un 17.57% y en tercer lugar el síndrome del maltrato con un 15.12%.(Infobae 10-set-2022).

Imagen 01

Servicio de salud mental comunitaria 2021

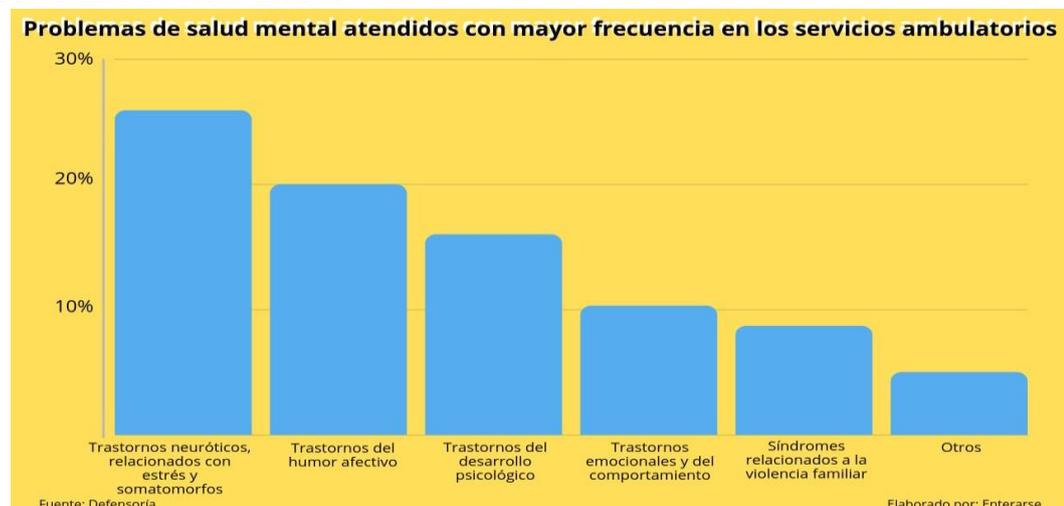


Fuente: (Ministerio de Salud (MINSa), 2019)

En la imagen número uno podemos observar el incremento de centro de atención de salud mental a nivel nacional, aunque las cifras son bastante alentadoras, no cubre la demanda de la población respecto a estos servicios.

Gráfico 01

Problemas de salud mental

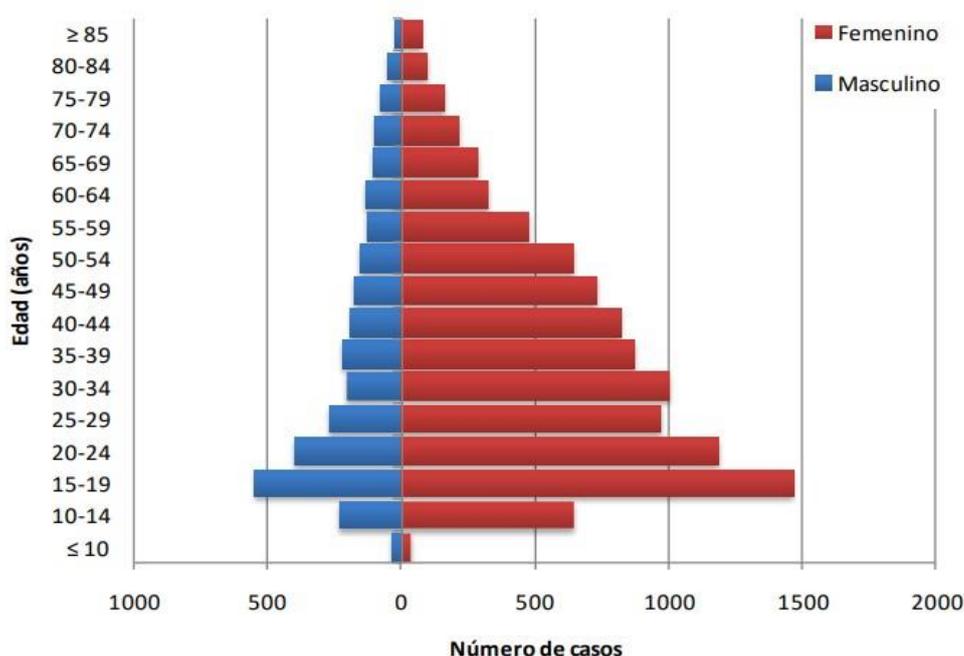


Fuente: (Ministerio de Salud (MINSa), 2019)

En el gráfico número 1 se puede observar e identificar cuáles son los trastornos de salud mental más recurrentes en la población, tenemos que un 25% presentan trastornos neuróticos relacionados con el estrés y somatomorfo, el 20% presentan trastornos del humor afectivo el 10% presenta trastornos emocionales y de comportamiento 8% tiene síndromes relacionados a la violencia de familiar.

Gráfico 02

Episodio depresivo moderado y grave por edad y sexo. Periodo 2016 – 2021



Fuente: Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades - MINSA

En el gráfico número 2 según fuentes del MINSA, se detalla por la moneda los episodios depresivos moderados y graves, nos damos cuenta que en los 15 y 19 años y donde más casos se han presentado, y entre los 15 y 44 años se han registrado la gran mayoría de casos.

Tabla 1. Frecuencia de atención psicológica después de la pandemia

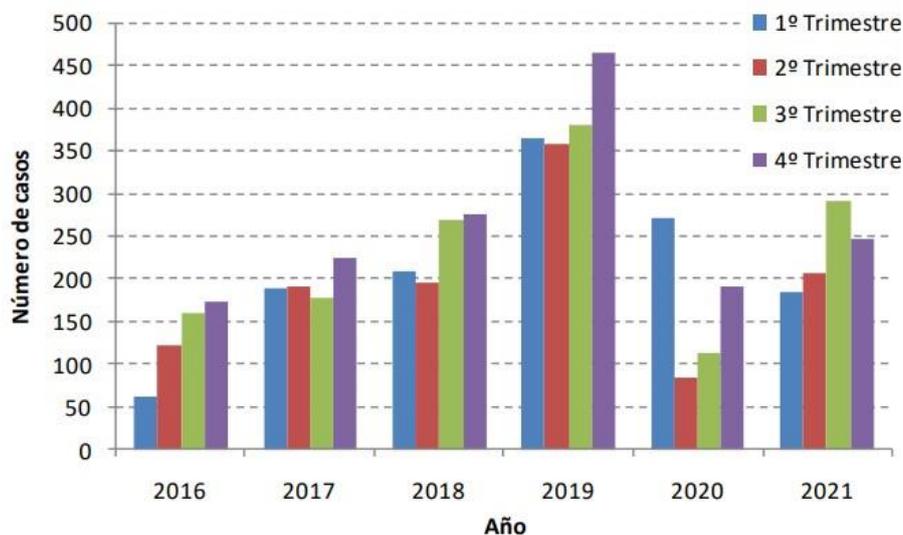
CONSULTA DE PROBLEMAS EMOCIONALES Y DE CONDUCTA	% A/	IC 95%		N
EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES SU HIJO(A) TUVO PROBLEMAS EMOCIONALES Y DE CONDUCTA				
No	76,8	73,7	79,7	648
Si	23,2	20,3	26,3	193
DÓNDE O CON QUIÉN SE LLEVÓ LA CONSULTA				
NO RECIBIÓ ATENCIÓN ALGUNA	84,6	78,6	89,1	162
PUESTO O CENTRO DE SALUD	2,6	1,2	5,8	6
POSTA O POLICLÍNICO ESSALUD	0,4	0,1	3,1	1
HOSPITAL GENERAL MINSA	1,4	0,4	4,3	3
HOSPITAL DE LAS FFAA Y POLICÍA NACIONAL	0,5	0,1	3,7	1
CONSULTORIO MÉDICO PARTICULAR	1,4	0,5	4,4	3
CONSULTORIO PSICOLÓGICO PARTICULAR	2,8	1,1	6,8	5
CLÍNICA PARTICULAR	4,8	2,4	9,3	9
GRUPOS DE AUTO-AYUDA	0,4	0,1	2,8	1
OTRO	1,0	0,2	3,9	2
TIEMPO (DÍAS) ENTRE EL INICIO DEL PROBLEMA Y LA PRIMERA CONSULTA				
1 A 30	58,0	39,8	74,3	18
31 A 60	17,9	8,1	35,0	6
61 A 90	24,0	11,6	43,2	7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	31

Fuente: (Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi”, 2020)

En la tabla número tenemos el detalle de atenciones psicológicas post pandemia, observamos que un 23,2% presentaron problemas de conducta y emocional, se presenta el detalle de dónde fueron atendidos.

Gráfico 03

Intento de suicidio por trimestre y año. Periodo 2016 – 2021



Fuente: Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades

- MINSA

Nuestra región no es ajena a estas carencias, existen esfuerzos que se están haciendo en aras de brindarle a la población mejor trato respecto al tema de la salud mental; el ministerio de salud reportó más de 8.000 casos de salud mental de consultas en Lambayeque en el 2021 (reportes del MINSA 18 sept 2021).

Durante el 2022, la plataforma informativa Infosalud del Ministerio de Salud (Minsa) atendió 2.3 millones de llamadas a través de la línea 113, brindando orientación e información sobre diversas enfermedades a los ciudadanos, la mayoría de las consultas fue sobre infecciones respiratorias, síntomas depresivos por estrés y/o ansiedad, métodos de planificación familiar, entre otros. (Andina agencia peruana de noticias 01 enero 2023).

El origen de este proyecto de innovación nace de la demanda y predominancia de poder estructurar un servicio de asistencia social, el cual tiene como finalidad afianzar, guiar, monitorear y resolver problemas relacionados con trastornos emocionales, ansiedades, estrés y otras situaciones más provocadas por los estragos de la pandemia sobre todo al sector de ocupación laboral. Nuestro rubro se caracteriza por brindar una atención personalizada y renovadora mediante su enfoque constructivista hacia nuestros clientes.

Vitalmente, Centro de asistencia psicológica” estará conformado por un equipo de profesionales en la especialidad de psicología y otro de actividades de yoga, quienes darán soporte y ayuda psicológica, contribuyendo al bienestar psicológico y emocional de nuestra comunidad.

Tabla 2. Modelo Canvas “Vitalmente, Centro de asistencia psicológica” (2022)

<p>Socios claves</p> <p>Emprendedores. Gerentes de Talleres, fabricas, molinos. Proveedores</p> 	<p>Actividades claves</p> <p>Planificar Selección de personal Desarrollo de cursos Determinar servicios brindar Acondicionamiento de local Crear alianzas estratégicas</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Asistencia psico vocacional Asistencia psicológica con profesionales A1 y métodos modernos. Espacios de relajación y clases de yoga como parte de la consulta psicológica. Infraestructura adecuada para cada servicio. Precios accesibles. Personal empático y servicio de excelencia.</p>	<p>Relación con el cliente</p> <p>Redes sociales. Trato directo en clínica</p> 	<p>Segmentos de clientes</p> <p>Personas entre los 20 a 65 años. Nivel socio económico AB C. Personas con estrés. Personas que sufren ansiedad. Personas con secuelas psicológicas post pandemia. Personas con problemas de autoestima. Personas que necesitan ser motivadas. Personas que requieren asistencia vocacional. Personas que necesitan espacios de relajación.</p>
<p>Estructura de coste</p> <p>Pagos de servicios fijos (agua, luz, internet, móvil) Pago de planillas Pagos de materiales Pagos de mantenimiento Pagos de las plataformas digitales (página web y zoom)</p>			<p>Fuente de ingreso</p> <p>Por servicio de asistencia psicológica. Por talleres motivacionales Talleres de asistencia vocacional.</p> <p>Medios de Pago</p> <p>Pagos en efectivo Pagos mediante cuentas bancarias: Banco de la Nación, BCP, BVVA Pagos mediante aplicativos: Yape, Plin, Tunki.</p>	

Capítulo II: Diagnóstico del plan de negocio

2.1. Análisis del Microentorno

2.1.1. Clientes:

Nuestro servicio de asistencia psicológica se enfoca hacia el público integrado por los miembros de la familia peruana, en especial aquellos que tienen entre 20 a 65 años de edad y que pertenecen al nivel socioeconómico AB C. y que necesitan ayuda psicológica o de orientación vocacional nuestra clínica está capacitada para tratar temas de inestabilidad emocional, estrés ansiedad soledad inseguridad maltrato, pero además se enfoca en ayudar a las personas a integrarse mejor a la sociedad, afrontar problemas como la falta de empleo, la inseguridad y los demás problemas relacionados con temas post pandemia y problemas que normalmente se desarrollan en nuestra sociedad.

Los informes clínicos en los pacientes con problemas de inestabilidad emocional o psicológica, se particularizan por la presencia de comportamientos presenciados por: nivel alto de ansiedad, gran depresión, sentimientos de desolación, abandono personal y cierta sintomatología relacionada a diversos órganos o sistema de modo diverso.

2.1.2. Competidores

2.1.2.1. Competencia directa

“AGLAS”: Es una entidad privada la cual desde 5 años viene contribuyendo a la comunidad chiclayana el servicio de atención psicológica para el público en general en sus diferentes edades; por tal motivo, su especialidad de asistencia mental tiene el propósito de optimizar la integridad psíquica de sus clientes, por ello, brindan un

servicio especializado, con diferentes profesionales para cada tipo de problema (problemas de familia, de pareja, regulación de estrés, terapia infantil, terapia hacia adolescentes, manejo de emociones y deberes hacia los adultos, entre otros servicio más).

Una de las particularidades de esta empresa es que los propietarios del centro también ejercen la profesión de psicólogos. Brindan sus servicios de modo presencial y virtual además cuentan con una página de Facebook.

En cuanto al personal, laboran 4 profesionales egresados de la carrera de psicología, los cuales son expertos en atención psicológica por covid-19, atiende a problemas de aprendizaje, control de adicciones, casos de estrés, crisis de ansiedad, depresión, dependencia emocional, crisis para afrontar problemas relacionados con la pandemia, etapa difícil de duelo y crisis de pareja.

Imagen 02

Competencia directa “AGLAS”



En la imagen 2 vemos el logotipo del centro de orientación psicológica Aglas.

COGNITIVA: Es una empresa privada que cuenta con 3 años de servicio, contribuyendo a la comunidad chiclayana y al todo el Perú mediante el servicio de

atención psicológica para el público en general en sus diferentes edades; su especialidad de asistencia psicológica tiene el propósito a través de sus asistencia especializada el poder optimizar la integridad mental de la población chiclayana, por ello, brindan un servicio personalizado y especializado, con diferentes profesionales para cada tipo de problema (problemas de familia, de pareja, regulación de estrés, terapia infantil, terapia hacia adolescentes, manejo de emociones y deberes hacia los adultos, entre otros servicio más).

Esta empresa frente a la coyuntura implementó diversos tipos de servicios como presencial y virtual. Cuenta con una página en Facebook, la cual representa el medio para promocionar constante y diurno sobre los diversos servicios que ofrecen como también para poder separar y reservar algunas citas.

Cuenta con 10 profesionales, expertos en atención psicológica por covid-19, atiende a problemas de aprendizaje, control de adicciones, casos de estrés, crisis de ansiedad y depresión, dependencia emocional, etapa difícil de duelo y crisis de pareja. Ubicado en Calle Francisco Cabrera #703.

Imagen 03

Competencia directa “COGNITIVA”



En la imagen Nro. 03 vemos el aviso de “Cognitiva”.

Centro Asistencial “Inspira”: se desempeña mediante un sistema de terapia de asistencia psicológica particular, para personas que están en un momento álgido emocional, los psicólogos responsables mediante el enfoque cristiano están a disposición de asistir, dispones, escuchar y monitorear el proceso de tratamiento y curación.

El propósito central de esta entidad es brinda una ayuda emotiva, individual y colectiva hacia los clientes, para optimizar su calidad de vida y la interacción social, mediante la evaluación formativa, orientación y en ciertas situaciones con la intervención profesional. Para complementar y desarrollar este servicio la entidad cuenta con 12 profesionales egresados de la carrera profesional de psicología.

En cuanto a su atención brinda una asistencia psicológica a través de psicoterapia de la Reconciliación, un abordaje terapéutico cuyas bases están en la doctrina cristiana.

Se brindan estrategias para que la persona avance en la reconciliación consigo mismas y la sanación de sus heridas.

Imagen 04

Competencia directa “INSPIRA”



En la imagen número 4 vemos el logotipo de inspira centro de ayuda psicológico y terapéutico.

2.1.2.2. Competencia indirecta

Clínica para niños: esta competencia indirecta se caracteriza por sólo atender casos de asistencia psicológica para los infantes y adolescentes entre las edades de 0 a 18 años, muy diferente al servicio de la presente investigación debido que el servicio de atención se ofrece para el público en general y diferentes circunstancias. Por ello, esta entidad atiende problemas de aprendizaje, discapacidad motriz, psicológica o sensible las cuales reconocen como un peligro por su entorno social y familiar.

Competencia indirecta “CLÍNICA DE NIÑOS”



La imagen número 05 nos muestra el logotipo de clínica de niños de doctor Tapia.

2.1.3. Proveedores.

Contamos con diferentes tipos de proveedores según los requerimientos que necesita la empresa entre los que podemos mencionar están:

Imagen 06

Tiendas Makro:



En la imagen 06 se ve al logotipo de tiendas Makro, esta entidad nos provee de artículos de limpieza, agua, bebidas y snacks.

2.1.4. Productos

Los productos que ofreceremos son 3:

- Asistencia psicológica que marca todo lo mencionado anteriormente.
- Clases de yoga, estas son complementarias a los tratamientos psicológicos que reciben nuestros pacientes, tienen el carácter de gratuito y son programadas en coordinación con el que.
- Charlas motivacionales y vocacional, con estas charlas lo que se pretende es ayuda a la recuperación psicológica y nuestros clientes, darles seguridad y guiarlos en el tema de qué carrera quieren estudiar o en qué se quieren especializar.

2.1.5. Sustitutos

En esta capital podemos mencionar por ejemplo a las redes sociales como (Facebook, Instagram, Whatsapp) que se convierten como los principales medios de interacción para enfatizar el cuidado y atención a los malestares psicológicos, por ello representan una intervención indirecta.

También podemos nombrar a los servicios de relajación, que también ofrecen servicios antiestrés, muchos de estos centros no cuentan con las certificaciones ni garantías exigidas por ley.

3.1. Análisis del Macroentorno

3.1.1. Factores: Económico

De acuerdo a las fuentes como Banco Mundial (2022) El producto bruto interno del Perú en el año 2021 ha presentado un crecimiento proporcionado entre un 13,6%

conforme al 2020. Se comprende mediante una tasa de 246 décimas mayores a diferencia por el año 2020. Las cuales resultaron en un -11%.

Se estima que el PIB aumentará en un 2,7% durante el año 2022, valoración la cual es constante por debajo de la tendencia frente al desarrollo de la pandemia. Se tiene la esperanza que las actividades económicas se consideren respaldadas por un incremento frente a las exportaciones mineras, no obstante, incluso cuando se presente una desaceleración constante de la demanda interior. Es seguro que la inversión extranjera se mantenga en pausa debido que la seguridad comercial es irregular a la inestabilidad política e institucional. Es por ello, que la restauración de trabajos de alta calidad, dependerán más de la inversión exterior, por ello, se estima su parsimonia, lo cual limita a los ingresos de los obreros como sus optimizaciones referentes a la producción. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2021).

Imagen 07

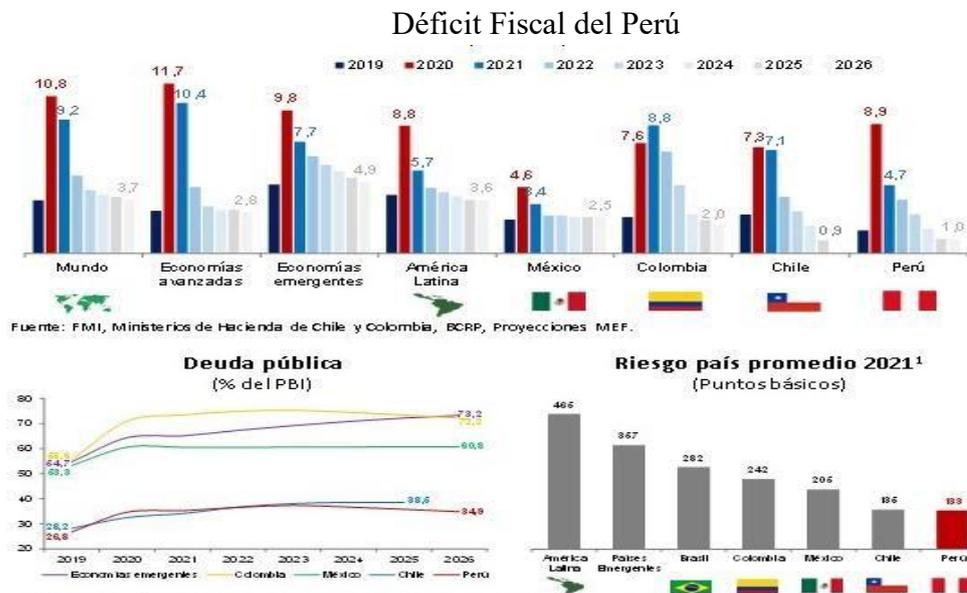


Fuente: INEI, BCR, proyecciones del MEF

El producto bruto interno hace referencia a la cantidad de bienes y servicios que produce un país en un determinado; en la imagen número 07 Podemos observar con claridad el producto bruto interno en el Perú ha ido creciendo de forma constante eso de

nuestra que el Perú económicamente hablando tiene un crecimiento constante que ya abarca más de 15 años.

Imagen 08



Fuente: INEI, BCR, proyecciones del MEF

El déficit fiscal hace referencia a la falta de recaudación de un país para cubrir sus gastos, el Perú como promedio de déficit fiscal es uno de los más bajos de la región, esto es importante porque demuestra economía de Perú es estable y a pesar de todos los problemas se mantiene en un lento crecimiento estable ya por muchos años.

3.1.2. Cultural y Social

El factor sociocultural en nuestro proyecto es de suma importancia, no solo por el incremento de problemas de factores psicosociales y de trastornos psicológicos, también por la presencia de patrones conductuales los cuales a su tiempo se vuelven complejos para la persona y el entorno circundante.

Otro factor a tomar en cuenta es el creciente porcentaje de personas que quieren tener y llevan vidas saludables, qué quieren estar a tono con la naturaleza y por supuesto cuidan su salud.

Tabla 3. Llamadas según el motivo de consulta a la línea 113 del 2020

Motivo	Nº	%
Estrés	20,425	82.35
Síntomas ansiosos y/o depresivos	3,144	12.68
Síntomas y/o diagnóstico psiquiátrico	520	2.10
Conflicto	378	1.52
Sentimental	96	0.39
Habilidades sociales (autoestima, asertividad, toma de decisiones)	75	0.30
Problemas del comportamiento	42	0.17
Violencia familiar	42	0.17
Desarrollo	37	0.15
Sexualidad	16	0.06
Violencia contra la mujer	16	0.06
Total general	24,802	%

Fuente: Ministerio de Salud. Aplicativo de INFOSALUD. Mayo 2020.

Según la tabla número 03 vemos las llamadas realizadas a la línea 113 en mayo de 2020, como sabemos esta línea está habilitada por el gobierno para las personas que necesitan ayuda en temas de salud y psicológicos, en total de las llamadas realizadas ese mes fueron de 24802, y 82.35 por ciento de estas llamadas se debieron a temas relacionados con el estrés, entonces como 68% tenían síntomas de ansiedad o depresión, los problemas sentimentales autoestima violencia familiar problemas de comportamiento violencia contra la mujer representan en promedio 2,6%.

Con la información vista y la tabla anterior podemos aseverar que existe una gran necesidad de centros de apoyo y ayuda psicológica.

3.1.3. Político

Mediante las bases legales impuestas por el Estado Peruano en el desarrollo de la pandemia y actualmente se mencionan las siguientes resoluciones:

- Resolución Ministerial N° 356-2018/MINSA, que aprueba el Documento Técnico: “Plan Nacional de Fortalecimiento de Servicios de Salud Mental Comunitaria 2018-2021”.
- Resolución Ministerial N° 935-2018/MINSA, que aprueba el Documento Técnico: Lineamientos de Política Sectorial en Salud Mental Resolución Ministerial N° 166-2020-MINSA, que aprueba el Documento Técnico: Orientaciones para el cuidado integral de la salud mental de las personas con Trastorno del Espectro Autista.
- Resolución Ministerial N° 180-2020-MINSA, que aprueba la Guía Técnica para el cuidado de la salud mental del personal de la salud en el contexto del COVID-19.
- Resolución Ministerial N° 186-2020-MINSA, que aprueba la Guía Técnica para el cuidado de la salud mental de la población afectada, familias y comunidad, en el contexto del COVID-19.

El gobierno está bastante preocupado por la salud mental que está tan descuidada en nuestro país, existe una gran brecha entre la demanda y oferta de este tipo de centros psicológicos y de soporte.

Esto es una gran oportunidad que tiene este proyecto para tener la cantidad suficiente de clientes que puedan garantizar su rentabilidad.

3.1.4. Geográfico – Demográfico

Chiclayo ciudad cuenta con una población de 588400 personas según los reportes de CPI 2022. Chiclayo está ubicada geográficamente en un punto estratégico que une costa con sierra y selva y si esta condición que hace de Chiclayo un centro comercial muy importante pero también un centro de migración muy alto, en esta ciudad convergen diferentes tipos de cultura tanto interna como externa si nos referimos a la migración extranjera con esos índices tan altos que tiene actualmente.

La adaptabilidad de las personas a nuevos entornos no siempre es sencilla, en la mayoría de los casos tiene consecuencias psicológicas como estrés, falta de adaptabilidad, incertidumbre, desesperación, que tienen que ser tratados por profesionales para que puedan adaptarse con mayor facilidad.

Otro factor muy importante es el crecimiento de la población y el crecimiento de la ciudad, la gran mayoría de casos se hace de forma desordenada, sin planificación contribuyendo al desorden y al caos, consecuencia de esto es la generación de empleo informal, incremento de la delincuencia, sensación en la población de inseguridad, factores que necesitan ser tratados.

3.1.5. Tecnológico

El uso de la tecnología en la actualidad para el buen funcionamiento de cualquier negocio es un imperativo, nuestro centro contará con tecnología actualizada tanto para hacer conocer su negocio a través de las redes sociales como para brindar asistencia y soporte psicológico, además de las charlas y conferencias motivacionales que se dará en forma presencial y virtual.

De acuerdo al estudio, la penetración de los smartphones entre las familias peruanas pasó de 66,3 % en 2016 a **88,4 %** en 2021, lo que representa un salto de más de 22 puntos porcentuales en apenas cinco años (Osiptel 19 jul 2022).

Con estas cifras es fácil entender por qué es necesario digitalizar nuestros negocios, crear sistemas que nos ayuden a gestionar y controlar las empresas.

En relación a la influencia de la tecnología se reconoce como una viabilidad de poder alcanzar a diversos y todos los sectores del territorio peruano, en efecto, generan una maximización del servicio de atención de salud mental como es la tele-psiquiatría M-salud (m-salud mental) o salud móvil, E-salud, e-health, ciber salud, salud electrónica o salud digital para la creación y oportunidades viables para el desarrollo de la empresa “Vitalmente, Centro de asistencia psicológica.

Capítulo III: Planeamiento estratégico

3.1. Misión

Promover una atención integrada en relación con el cuidado, orientación y regulación de la salud mental de manera multidisciplinar, mediante un accionar eficiente, confiable, seguro, optimista, solidario, pertinente y con respeto a las diferentes situaciones adversas de nuestros clientes y pacientes para determinar una pronta y mejor recuperación, logrando su desarrollo autónomo.

3.2. Visión

Deseamos desempeñarnos mediante un servicio referente en la prestación de servicios de atención social para el cuidado y orientación a la salud psicológica en el sector privado, manteniendo como normativas básicas de nuestro accionar, respetar y optimizar la autonomía, la independencia y la integridad de los individuos, así como también el cumplimiento a la asistencia a nuestros clientes y pacientes, el entorno familiar y la sociedad circundante. Vitalmente, Centro de asistencia psicológica” pretende consolidar un servicio que enfatiza la investigación, el desarrollo constante, actividades innovadoras, optimizando el servicio profesional y garantizando el cuidado de la salud mental.

3.3. Valores

Responsabilidad: nuestro compromiso es cuidar por el gran interés de nuestros clientes desde la práctica de nuestro servicio mediante la dedicación.

Trabajo en equipo: este centro funcionará con “equipos” de trabajo, que tendrán totalmente definidas sus actividades y responsabilidades dentro del buen funcionamiento de nuestro centro.

Profesionalismo: todas las actividades y acciones que se realicen dentro de la clínica serán tratadas con profesionalismo, respetando la privacidad de las personas, siendo sinceros con nuestros clientes y cuidando todos los detalles para que nuestro servicio sea considerado el mejor de la región.

Honradez y constancia: y la honradez será una de nuestras prácticas más valorable refiriéndonos a ella en todos sus aspectos, también la constancia, esto significa que todo lo bueno que se esté haciendo debe perdurar en el tiempo, además dentro del marco de la mejora continua cada logro que se obtenga se debe mantener.

Mantenemos un pensamiento sociocultural sistematizado, enfocado en la optimización desde una gestión del cuidado mental a través de la transparencia, la formación y la responsabilidad.

3.4. Objetivos Estratégicos

Objetivo estratégico general:

- El objetivo estratégico general de este proyecto es establecer la viabilidad y rentabilidad de este centro de atención psicológica.

Objetivos estratégicos específicos:

- Construir un lienzo Canvas que ayude a explicar y entender el presente proyecto.

- Realizar un análisis foda que nos ayuden a entender las fortalezas y debilidades, así como establecer nuestras oportunidades y amenazas, y determinar las estrategias a seguir en este proyecto.
- Realizar un estudio de mercado Para identificar nuestro público objetivo y público efectivo.
- Identificar la competencia.
- Determinar la estructura organizacional de la empresa.
- establecer el MOF de la empresa.
- Realizar un análisis financiero para determinar los indicadores y establecer la viabilidad del negocio

Tabla 4. Matriz FODA

3.5. Matriz FODA.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor alcance de asistencias psicológicas mediante nuestros servicios a distancia, online y también del modo presencial. 2. Incremento de la conciencia en la población sobre la importancia de la salud mental. 3. Gran demanda en asistencias psicológicas a nivel local, regional y nacional. 4. Entidades del sector público y privado como escuelas, universidades, institutos, centros médicos y empresas que necesitan de establecimientos que realicen evaluaciones y brinden asistencia psicológica. 5. Incremento en los índices de depresión, estrés, aburrimiento soledad, inseguridad, etc. de la población 6. Estamos ubicados en un lugar de fácil acceso. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La situación problemática actual, debido a la inestabilidad política y social. 2. El alza de precios en los artículos de primera necesidad. 3. Ingreso de nuevas empresas que tienen servicios iguales o similares al que estamos proponiendo. 4. Ingreso de servicios sustitutos.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS OFENSIVAS (F-O)	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (F-A)
<p>F1: Brindar un excelente servicio. F2: Contar con profesionales calificados. F3: Infraestructura adecuada para los servicios brindados. F4: Hacer seguimiento de la evolución de nuestros pacientes fuera de nuestras instalaciones. F5: Estar a la vanguardia de los nuevos métodos y tecnologías utilizadas. F6: Brindamos servicios adicionales gratuitos. F7: precios accesibles.</p>	<p>F1,F2,F3:O1,O3,O5 Realizar campañas agresivas de marketing digital Ofertando nuestro servicio a nivel local regional y nacional.</p> <p>F4:O1,O4,O5 Cubrir el déficit que actualmente existe en asistencia psicológica.</p> <p>F3,F2,F7:O4 Establecer alianzas para brindar servicios tanto al sector público como privado.</p> <p>F7:O5,O3 Promocionar nuestros servicios y el precio de cada uno de ellos.</p> <p>F2,F3,F5,F6:O6,O2 realizar charlas instituciones públicas y privadas abordando temas de salud mental y promocionando nuestro servicios.</p>	<p>F1,F2,F3:A3,A4 Realizar campañas de fidelización de nuestros clientes</p> <p>F1:A3 Establecer actividades recreativas para promover el valor agregado de nuestro servicio.</p> <p>F1:A4 Mediante las redes y nuestra página se destacará el tipo de servicio personalizado.</p> <p>F1:A6 Realizaremos videos cortos de orientación psicológica mediante consejos y tips para el cuidado de la salud mental a través de la red social del momento como es Tik Tok y Facebook.</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVAS (D-O)	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (D-A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser una entidad nueva y poco conocida. 2. Contar con poco capital respecto a la inversión total. 	<p>D1:01 Utilizar las redes sociales para extender la información a futuros clientes y pacientes.</p> <p>D1:02,O3,O5 Promocionar el conocimiento de nuestra entidad mediante videos interactivos y formativos mediante las redes sociales.</p>	<p>D1: A1,A2 Realizar campañas de descuento para captar clientela</p>

	D2:03 Buscar socios estratega o inversores.	
--	--	--

Luego de realizar el análisis FODA, el equipo de trabajo ha identificado 2 estrategias que pueden implantarse en este proyecto para que tenga éxito:

Estrategia número uno: “Realizar campañas agresivas de marketing digital

Ofertando nuestro servicio a nivel local regional y nacional” Actividades para implantar la estrategia:

- Crear un logotipo y un slogan que identifica a la empresa.
- Crear cuentas en las redes sociales con el logotipo de la empresa.
- Crear cuenta de Facebook enlazada con WhatsApp para atención inmediata y personal.
- Crear contenido, fotos, vídeos e imágenes que se utilizarán como parte del marketing digital.
- Crear un fan page.
- Gestión de Google Business.
- Respuesta automática y descripción de nuestros servicios.
- monitoreo de comentarios e interacciones en nuestras redes sociales.
- creación de campaña publicitaria por Facebook ADS.

Estrategia número dos: “Establecer alianzas para brindar servicios tanto al sector público como privado”

Actividades para implantar la estrategia:

- Identificar aquellas instituciones públicas y privadas que necesitan de evaluaciones y soporte psicológico para sus integrantes.
- Establecer reuniones con las personas encargadas o responsables de la institución.
- Llegando a un entendimiento, establecer las actividades que se realizarán.

- Calendarizar esas actividades.
- Exponer nuestros servicios y en coordinación con los encargados realizar charlas informativas sobre los servicios que brinda la empresa.
- Realizar encuestas para determinar el número de posibles casos que requieran asistencia y soporte psicólogo.
- Establecer las pautas de cómo se brindarán los servicios a través de estas alianzas.

3.6. Estrategia Genérica de Porter

3.6.1. Poder de negociación de los compradores o clientes: El poder de negociación de los compradores es medio, porque en el mercado existen varias empresas dedicadas a este rubro (asistencia psicológica); sin embargo, no son suficientes para la demanda que se tiene.

3.6.2. Poder de negociación de los proveedores: el poder de negociación de los proveedores es bajo, actualmente existe en el mercado una gran cantidad de empresas que brindan los accesorios artículos que se necesitan en vitalmente.

3.6.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes: la amenaza de nuevos competidores es alta, en nuestro país y en concreto en nuestra región existen gran cantidad de psicólogos y profesionales relacionados con la salud mental, esto hace que puedan colocar consultorios o clínicas particulares que terminen por ser nuestra competencia directa.

3.6.4. Amenaza de productos sustitutos: consideramos que la amenaza de productos sustitutos es media, existen actualmente muchos sitios en la red que ofrecen asistencia y soporte psicológico; sin embargo, en su mayoría son genéricos y no hay la garantía de que sean llevados por profesionales.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1. Oferta

Por ello se estima una población entre 18 a 65 años, la cual es la edad promedio donde las personas puedan ejercer un puesto laboral tanto en las entidades públicas como privadas. Por tal motivo, se halló un beneficio en proporcionar un servicio de atención de servicio social en cuanto al cuidado y orientación a la salud mental de nuestros futuros pacientes o clientes. ¿Quién serán nuestros competidores concretos?, entre los competidores potenciales se representan por aquellas entidades empresariales durante al desarrollo del tiempo han determinado posicionarse en cuanto a su servicio como también su marca dentro del mercado. Dentro del mercado nacional una de las potentes marcas en el servicio de atención psicológica es “Aglas”, “Cognitiva”, en cuanto a que esta entidad ofrece a sus pacientes gran apoyo y asistencia frente a sus problemas emocionales tanto de ellos y los miembros de su familia.

En relación a la competencia indirecta se representa por la entidad “Centro de Asistencia Inspira”. Estas empresas se particularizan como nuestras competencias tangibles frente a nuestro desarrollo y servicio. ¿Qué ofrecen estas empresas? Ofrecen un servicio continuo, comprometido, diverso y especializado en todas las atenciones posibles para el cuidado y regulación de la salud mental; manteniendo la confiabilidad y responsabilidad de los clientes.

Competencia Directa:

Tabla 6. Análisis de la competencia directa de la empresa “Vitalmente” (2022)

		
Calidad del servicio	Servicio personalizado y comprometido a las diversas situaciones del cliente.	Servicio responsable al cuidado y mejoría a la salud mental de sus clientes.
Precio del servicio de atención	De S/ 100 a S/250	De S/ 120 a S/270
Reconocimiento del servicio	Excelente servicio, reconocido al nivel nacional, con un personal especializado.	Excelente servicio, reconocido al nivel local y nacional, con un personal especializado.
Servicio al cliente	Bueno, están predispuestos a la atención de sus clientes a partir de lunes a viernes, por ello su prestación puede solicitarse por diversos medios.	Bueno, están predispuestos a la atención de sus clientes a partir de lunes a domingo, por ello su prestación puede solicitarse por diversos medios.
Disponibilidad del servicio	De lunes a viernes de 9 am a 4 pm.	De lunes a sábado de 8 am a 5pm.
Formas de pago	Dinero efectivo, dinero de plástico, tarjetas de débito, crédito.	Dinero efectivo, dinero de plástico, tarjetas de débito, crédito.
Ubicación	Urbanización Ingeniero II, Chiclayo, Perú - AGLAS. AsistenciaPsicologica@gmail.com	Mz f lt 14 4 de noviembre Cercado de, Chiclayo

Tabla 7. Análisis de la competencia indirecta de la empresa “Vitalmente” (2022)

		
Calidad del servicio	Servicio personalizado y comprometido a las diversas situaciones del cliente.	Servicio responsable al cuidado y mejoría a la salud mental de sus clientes.
Precio del servicio de atención	De S/ 80 a S/ 120	De S/ 120 a S/200
Reconocimiento del servicio	Excelente servicio, reconocido al nivel nacional, con un personal especializado.	Excelente servicio, reconocido al nivel local y nacional, con un personal especializado.
Servicio al cliente	Bueno, están predispuestos a la atención de sus clientes a partir de lunes a viernes, por ello su prestación puede solicitarse por diversos medios.	Bueno, están predispuestos a la atención de sus clientes a partir de lunes a domingo, por ello su prestación puede solicitarse por diversos medios.
Disponibilidad del servicio	De lunes a viernes de 9 am a 4 pm.	De lunes a viernes de 8 am a 5pm.
Formas de pago	Dinero efectivo, dinero de plástico, tarjetas de débito, crédito.	Dinero efectivo, dinero de plástico, tarjetas de débito, crédito.
Ubicación	Cristóbal Colón 669, Chiclayo 14001	La Victoria, Chiclayo, Perú

4.2. Demanda

4.2.1. Objetivo

En relación al contexto población entre las personas consideradas como “Activas o Pasivas” en el ámbito laboral, el objetivo frente a la demanda, es consciente, debido que ciertas personas en su gran mayoría según los estudios y los datos estadísticos corroborados anteriormente más del 65% de los pobladores de Chiclayo y al nivel nacional, han sufrido y se encuentran en un estado emocional el cual requiere un tratamiento, monitoreo e intervención psicológica para resolver sus problemas emocionales, por ello, el objetivo de nuestra empresa serán contrarrestar este nivel alto de personas que sufren este mal emotivo. Por ello, deberán estar equipado, especializado, poseer un servicio flexible, con una diversidad de atenciones para brindad un mejor servicio.

4.2.2. Metodología

En relación a la metodología desarrollada en el presente proyecto de innovación empresarial se particulariza por optar por un estudio de tipo básico, bajo un enfoque cualitativo de corte transversal, por tal motivo entre la su proceso de recolección hacia la unidad de datos se empleará el instrumento de investigación de cuestionario complementado por la técnica la encuesta para poder, cotejar la realidad de nuestros futuros clientes y también poder observar el desarrollo de nuestro mercado laboral frente a la inserción de nuestra entidad de atención social hacia la salud psicológica.

En relación a las fuentes de información primarias:

APEIM: se empleó debido que nos ayuda a reconocer nuestra población de acuerdo al rango de edad, el porcentaje de nuestros clientes en Chiclayo y el número de cantidad de personas, de acuerdo a su nivel socioeconómico.

INEI: mediante esta entidad se podrá reconocer el número real de cifras del PBI.

En relación a las fuentes de información primarias:

Libros: son aquellas fuentes secundarias de particularidad proporcional, en relación a la información, nociones, conceptos, teorías, datos estadísticos, opiniones, realidad contextual; las cuales nos sirven para la consolidación y diseño de nuestro proyecto de innovación empresarial.

Artículos: son aquellas fuentes que nos proporcionarán la base y unidad de datos estadísticos, mediante los esenciales artículos, periódicos de nuestra nacionalidad y localidad.

Diagnóstico Socio Económico Laboral de la Región Lambayeque

Grupo de edad	Total	Urbano			Rural		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Total Absoluto	1 260 650	1 036 201	498 308	537 893	224 449	113 996	110 453
Total relativo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Menor de 15 años	27,1	25,6	27,0	24,3	34,2	34,7	33,8
De 15 a 29 años	26,8	26,8	27,5	26,1	27,0	27,5	26,5
De 30 a 44 años	20,5	21,0	20,1	21,8	18,2	17,5	18,9
Mayor de 45 años	25,6	26,6	25,4	27,8	20,6	20,4	20,8

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

En síntesis, Vitalmente tendrá como público general y potencial el número total de 799 mil 675 personas que se encuentran en el rango ideal para llevar un tratamiento de asistencia psicológica.

Determinación de la muestra

Matriz de tamaños muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza en una población finita.

Tabla 8. Matriz de Muestra

Confianza Z	99,0%	97,0%	95,0%	90,0%
Valor Z	2.58	2.17	1,96	1,64

Número del tamaño de la muestra	799 mil 675
P (probabilidad de ocurrencia)	0,5
Z	1,96
E	0,05

Fórmula empleada	Fórmula	Operación	Resultado
------------------	---------	-----------	-----------

$N =$	$\frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$	$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 65,833}{(0.05)^2 \times (65,833-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$	382 personas
-------	--	--	--------------

Desarrollando la fórmula, se obtiene como resultado una muestra compuesta por un total de 382 personas.

De acuerdo a nuestro instrumento de investigación como es el cuestionario, el cual se encuentra dirigido al público, por ello, se enfatiza que se desarrolló un total de 382 de encuestas en las diversas calles, zonas propias de Lambayeque, de manera digital a través del aplicativo de Google, “Google Forms”, estas encuestas fueron compartidas por grupos de WhatsApp. A través de esta encuesta digital se pretende lograr los datos como la frecuencia del servicio de los clientes los cuales necesitan una orientación psicológica, como también relativo al precio estimado por pagar a este tipo de servicios y otros detalles.

4.2.3. Resultados 4.2.4. Interpretación

- 1) Se pudo evidenciar que 36% logró posicionarse como la edad frecuente obteniendo una oscilación entre 56 a 64 años de edad.

- 2) Se corroboró en primer lugar la población localizada en Chiclayo, obteniendo un 62%

- 3) Una gran cantidad de nuestros encuestado lograron posicionarse en un 53% manifestando estar actualmente desempleados, debido a la gran recesión económica, la inflación que se está sufriendo, asimismo, por la escasez de puestos de trabajo

debido a la falta de inversión nacional como también extranjera, sumando por las ineficientes políticas de estado por parte del Ministerio de Trabajo.

- 4) Se logró obtener un 60%, afirmando estar laborando o prestando sus servicios a entidades de origen privado, debido que pueden obtener una posibilidad de estabilidad y rentabilidad, además, que ingresar a ser parte de un personal por el estado requiere diversos criterios los cuales no están facultados para postular.
- 5) Nuestros actantes de la muestra de manera mensual, lograron manifestar en un primer lugar poder recibir un salario que oscila entre los S/ 0 soles hacia los S/1050 en un 64%.
- 6) En un primer lugar, logró obtener un 69% afirmar que consecuentemente ha sufrido los efectos de un nivel alto de estrés, ansiedad, aburrimiento, tristeza entre otros sentimientos negativos hacia la salud; asimismo, se enfatiza que todos estos casos se han provocado e intensificado en el desarrollo de la pandemia y además por la situación económica la cual es causante de esta situación.
- 7) Se evidenció que el 44% manifestaron, haber asistido a entidades o servicio de atención social hacia el cuidado integral de la salud psicológica o mental, por ello, han necesitado este tipo de servicio de categoría nacional o privada, de tal manera, para contrarrestar estas situaciones han asistido a estos establecimientos.
- 8) La cantidad de frecuencia de los encuestados han recurrido o asistido hacia entidades de asistencia psicológica, por lo cual se pudo corroborar en diferentes categorías como “A veces” logrando un 64% manifestando que regularmente concurren a estos

establecimientos para regular y orientar algunos problemas psicológicos, como también alguna duda.

- 9) La opción de preferencia que podría optar nuestra muestra para confiar en un servicio de atención psicológica, por lo cual se pudo evidenciar en un grupo en la alternativa de “Privada” obteniendo un 53%, además manifiestan que estas entidades encuentran un servicio más especializado, con una atención de mayor celeridad a los casos de atención psicológica, además que estos espacios brindan una atención segura y omitiendo situaciones de larga espera, lo cual se vuelve aún más tedioso.

- 10) Relacionado por las características que puede ofrecer el servicio de atención psicológica “Vitalmente”, se logró observar entre los encuestado, determinar en su gran mayoría las particularidades entre un 57% en la escala de “Muy importante” afirmando que entre estos criterios se considera el precio, el tipo de atención, el personal que sea especializado para brindar este servicio.

- 11) El tipo de servicio que deseen recibir en una futura cita con nuestro servicio de asistencia social del cuidado hacia la salud psicológica en nuestro establecimiento “Vitalmente”. Se logró evidenciar entre los encuestado, un 63% prefieren un servicio de manera presencial, debido que la intervención psicológica se particulariza por ser directa y propia para afrontar los adversos momentos en cuanto a la regulación de sus emociones.

- 12)** La cantidad estimada que podría pagar para adquirir el servicio de atención psicológica, por ende, los encuestados respondieron según sus posibilidades y situación económica, por ello, el 63% creen conveniente poder pagar una cantidad de S/80 nuevos soles para llevar un tratamiento de orientación y cuidado psicológico.
- 13)** Les interesaría adquirir el servicio de orientación y cuidado psicológico de la empresa “Vitalmente”, donde el indicador con mayor presencia fue el “Sí” obteniendo un 69% afirmando que necesitan desde hace mucho tiempo poder llevar un tratamiento especializado en cuanto a la asistencia psicológica, por ello, creen que es conveniente y necesario ser partícipe de este servicio.
- 14)** El medio de preferencia entre los encuestados para el lanzamiento de este servicio de asistencia psicológica “Vitalmente”, por lo cual, entre el medio de mayor relevancia, extensión y mejor comunicación en cuanto a su celeridad automática se representa con un 68% las redes sociales, por ser un medio de mayor uso actualmente, asimismo la información es de mayor acceso y facilidad para el público en general.
- 15)** Los encuestados creen si el cuidado de la salud mental influye en el desempeño de sus funciones laborales y personales. Por lo tanto, entre las respuestas se logró obtener una mayor predominancia en un “Sí” con un 69%, afirmando que el cuidado de la salud mental ellos, es esencial para poder desempeñar sus funciones laborales, como también incide en sus relaciones e interacciones sociales entre sus más allegados como familiares.

16) Relacionado por si confía si nuestro servicio podrá ayudarle en sus problemas emocionales como también los de sus integrantes de su familia. Por lo tanto, los encuestados respondieron en la categoría “Quizás” con un 48%.

4.2.5. Proyección de la demanda

Tabla 9. Proyección

1. Cálculo del número de habitantes de la zona		
Número de personas		
2. Cálculo del número de habitantes de la Zona		
Zona de los distritos de Lambayeque, Chiclayo y Ferreñafe		
NSE B 58.10%		
Total, de habitantes de la zona		219443.70
3. Cálculo del número de habitantes que tienen 25 a 45 años		
25 a 39 años		
40 a 45 años		
Total, porcentajes por edades		
Total, de habitantes de Chiclayo entre 25 a 45 años		
4. Tamaño de la muestra: n		
Chiclayo		
n=	63226.118	381.9
84	3706	
165.540675		

Las respuestas para los mercados siguientes son en base a las encuestas

CÁLCULO DEL MERCADO POTENCIAL

Se desarrolla una pregunta relacionada a la opción de optar por el servicio de atención psicológica “Vitalmente”

Optarían por adquirir el servicio de atención	Sí	No	Quizá s	Total
	28%	24%	48%	100
	107	90	185	382

Mercado Potencial 58.10%

38,249

CÁLCULO DEL MERCADO DISPONIBLE

¿Le interesaría adquirir el servicio de atención psicológica de la empresa “Vitalmente”?	Sí	No	Total
	69%	31%	100%
	265	117	382

88.20%

Mercado Disponible 33,736

CÁLCULO DE MERCADO EFECTIVO

¿Cuánta es la cantidad estimada que podría pagar para adquirir el servicio de atención psicológica?	S/ 80	S/ 120	S/ 160	Total
	63%	26%	11%	100%
	239	99	44	382
85.60%				
Mercado Efectivo	28,878			

CÁLCULO DEL MERCADO OBJETIVO

En función a la capacidad instalada, la inversión Ofrecido, de acuerdo con el precio.	1444
Mercado objetivo a atender en el proyecto	1444

Tabla 10. Investigación de Mercado

Investigación del mercado	Encuestas				
Frecuencia del servicio	382	Cantidad de clientes	Veces de servicio	Atención del servicio	Porcentaje
Quincenal	2%	23	24	554	13,82%
Mensual	3%	38	12	450	11,23%
Trimestral	24%	349	4	1398	34,85%
Semestral	40%	575	2	1149	28,65%
Anual	32%	459	1	459	11,45%
Total	100%	1,444	43	4011	100%
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA “VITALMENTE”					
	2022	2023	2024	2025	2026
	4011	4147	4289	4434	4585

Capítulo V: Plan de Comercialización

5.1. Mercado

De acuerdo al público objetivo se particulariza por estar comprendido por una población de diferentes edades, como también en sus diversos géneros (mujer u hombre), sin embargo, el factor común relacionado entre ellos se enfoca en los problemas psicológicos que enfrentan estos clientes, lo cual lo hace propicio para ser atendido por este servicio

“Vitalmente”. Otro factor reconocible entre ellos, consideran la intervención psicológica como un apoyo esencial para poder desempeñar sus funciones laborales como también diurnas, por ello, buscan a los mejores especialistas en esta área para regular y repotenciar sus emociones. Por ello, nuestro público se estimada desde los 18 años de edad hacia los 65, debido que son personas que se encuentran laborando en diferentes entidades.

Criterios de segmentación.

Segmentación Geográfica:

Conforme a la noción sobre la segmentación relacionada por la fuente de los componentes geográficos se secciona entre el mercado laboral de acuerdo:

Región: por ello, la empresa “Vitalmente” se enfocará en la región de Chiclayo, en determinadas zonas céntricas de esta ciudad que componen a la gran metrópoli, por ello, siendo relevante las zonas próximas de la Victoria, Santa Victoria y el centro de Chiclayo.

Segmentación Demográfica:

Entre los componentes demográficos que solventan la segmentación propicia de un negocio sobre el mercado potencial, se puede reconocer indicadores importantes para su

lanzamiento y desarrollo como las edades, el tipo de sexo del cliente, el número de miembros de la familia, la cantidad y el flujo de ingresos, la ocupación laboral, el tipo de religión que profesan o creen, el tipo de raza, los factores socioculturales, el desarrollo del ciclo de la vida que concierne a la familia.

Según los criterios propios de nuestro proyecto serán:

- a) Género: servicio de atención psicológica para ambos sexos
- b) Edad: las edades para acceder a la atención psicológica oscilan entre los 18 a 65 años.
- c) Ingresos: el propósito del proyecto se enfoca en personas empleadas como desempleadas entre un nivel socioeconómico B.

5.2. Marketing Mix

5.2.1. Servicio

Vitalmente se particulariza por ser una empresa la cual ofrece a la población general un servicio comprometido hacia el cuidado, regulación y monitoreo de la salud psicológica o mental de nuestros pacientes, por ello, esta labor está comprendida por una constante predisposición y responsabilidad en cada pacientes, por ello, mediante las diversas terapias, tomando en cuenta: el tipo de problema que afecta nuestro cliente, la edad que posee nuestro servidor, la cualidades subjetivas que posee nuestros pacientes; con la finalidad de ofrecer un servicio único y personalizado para garantizar una afable experiencia en nuestra entidad empresarial. Este servicio se secciona en un espacio para atención infantil, otro departamento para adolescentes, seguido de uno para atender problemas familiares y finalmente un servicio dedicado para atención hacia la salud laboral. De tal manera, este

servicio contribuirá de manera social hacia el cuidado de su salud mental y regular los problemas psicosociales de la localidad de Chiclayo.

5.2.2. Atributos del servicio

Nuestro servicio tiene un propósito constante y renovador el cual se adapta a las diferentes necesidades psicológicas de nuestros clientes y pacientes; por ello, es indispensable contar con un equipo de profesionales expertos y con experiencias en terapias hacia personas con problemas o adversidades psicológicas, por tal motivo, se cuenta con una atención en diferentes edades, infantil, adolescente, familiar y laboral. Además, para regular aún más sus emociones de nuestros usuarios, podrán contar con un servicio de yoga y también de habilidades recreativas como un curso de bisutería para optimizar sus capacidades intrínsecas complementadas con las terapias psicológicas.

- El tiempo de atención de nuestras terapias psicológicas se determinan de acuerdo a la necesidad y problema que confrontarán nuestros clientes, con ello, se logrará poder consolidar y regular sus emociones de manera pertinente y oportuna.
- El servicio de terapias y atención psicológica mantiene un monitoreo constante por nuestro personal, por ello, estos estarán en constante contacto por diversos medios como los digitales para corroborar el avance y mejoramiento de nuestros pacientes.
- Para la ayuda extra emocional y potenciando las habilidades físicas como mentales se ofrecerá un servicio de ejercicios de yoga, con la finalidad para lograr consolidar la orientación y regulación completa de estas emociones adversas que aquejan a nuestros pacientes.

- Se ofrece un servicio enfocado por un taller de bisutería para el desarrollo de las habilidades artísticas de nuestros clientes.

a) la marca:

En referencia a nuestra marca que posee el proyecto empresarial, la cual llevará la denominación “Vitalmente”, un servicio de atención social al cuidado de la salud mental, para consolidar a esta, emplearemos una herramienta de análisis de diversas marcas comerciales a través de la entidad empresarial Mercadeando S.A (CITEMARKETING)

Imagen 10



Vitalmente (2022)

Tabla 11. Evaluación de marcas comerciales de la empresa Mercadeando S.A. (2018)

VARIABLE	PN D.	RANGOS DE EVALUACIÓN				RE S.
CORTA	2	2 SÍLABAS	3 SÍLABAS	4 SÍLABAS	5 SÍLABAS	A
PRONUNCIABLE	3	FÁCIL	REQ. FUERZA	REQ. MEMORIA	COMPLEJA	B
f(x) MERCADO	5	VINCULA	RELACIONA	REFIERE	NO EMPATE	C
f(x) PRODUCTO	1	VINCULA	RELACIONA	REFIERE	NO EMPATE	D
DIFERENCIACIÓN	4	ALTA	RELATIVA	BAJA	COMÚN	E
ASIGNACIÓN DE VALOR	120	8	6	4	2	\sum (A. ...E)

Fuente: Mercadeando (2018) Indicador de eficiencia= $\sum / 120$

De acuerdo a esta valoración y puntuación en referencia del cuadro obtenido lo siguiente:

Tabla 12. Evaluación de marcas comerciales de la empresa “Vitalmente” (2022)

VARIABLE	PN D.	RANGOS DE EVALUACIÓN				RESUL TS.
CORTA	2	2 SÍLABAS	3 SÍLABAS	4 SÍLABAS	5 SÍLABAS	8
PRONUNCIABLE	3	FÁCIL	REQ. FUERZA	REQ. MEMORIA	COMPLEJA	24
f(x) MERCADO	5	VINCULA	RELACIONA	REFIERE	NO EMPATE	40
f(x) PRODUCTO	1	VINCULA	RELACIONA	REFIERE	NO EMPATE	8
DIFERENCIACIÓN	4	ALTA	RELATIVA	BAJA	COMÚN	24
ASIGNACIÓN DE VALOR	120	8	6	4	2	104

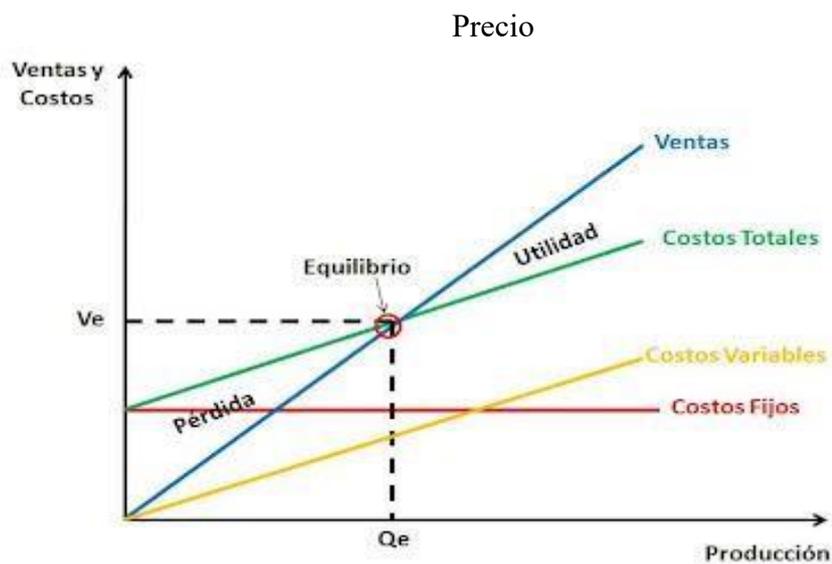
Fuente: “Vitalmente” (2022)

5.2.3. Precio

Para consolidar la determinación y fijación del precio el cual será el coste para adquirir al servicio de orientación y ayuda psicológica mediante una sesión compuesta por terapias, por ello se tomará en consideración diferentes métodos: costos más utilidad, análisis de la oferta como la demanda, la evaluación de las condiciones de las empresas de competencia tanto directa como indirecta.

La fijación del tratamiento terapéutico “Vitalmente” está enfocada en el método de costo más utilidad, tomando en cuanto la sumatoria total de los costos fijos y también de los costos variables. En la consolidación del precio del servicio, la entidad empresarial deberá inicialmente estimar sus costos generales para después agregar una utilidad estimada. Un componente esencial en el análisis de los costos de la empresa es el foco de sostenibilidad.

Imagen 11



$$I (\text{ingreso}) = CT (\text{costo total})$$

$$CT = CF (\text{costo fijo} + \text{costo variable}) \quad P \times Q = CF + CV$$

Para consolidar el precio se empleará la fórmula siguiente:

$$P = \text{Costos} + \text{Gastos} + \text{Utilidad}$$

Costos+ Gastos (unitarios) = S/44

Utilidad = S/36

P= S/ 44 + S/36

P= 80

Nota: margen de utilidad al 82%

5.2.4. Análisis de precio de la competencia

Es una entidad privada la cual desde 5 años viene contribuyendo a la comunidad chiclayana el servicio de atención psicológica para el público en general en sus diferentes edades; por tal motivo, su especialidad de asistencia mental tiene el propósito de optimizar la integridad psíquica de sus clientes, por ello, brindan un servicio especializado, con diferentes profesionales para cada tipo de problema (problemas de familia, de pareja, regulación de estrés, terapia infantil, terapia hacia adolescentes, manejo de emociones y deberes hacia los adultos, entre otros servicio más). Asimismo, cuenta con el servicio presencial y virtual. Cuenta con una página en Facebook, la cual representa el medio para promocionar los diversos servicios que ofrecen como también para poder separar y reservar algunas citas. Por ello sus precios oscilan desde los S/ 100 soles por cita hasta los S/150.

En consideración al contexto mercantil el precio que determina la empresa “Vitalmente” a diferencia de nuestra competencia directa como es “Aglas”, el costo de una cita mediante una terapia psicológica el costo estará abordando los S/80 nuevos soles, con el propósito de ofrecer un precio asequible y accesible hacia la comunidad, en efecto, generar mayor afluencia de nuestros futuros clientes.

5.2.5. Tácticas de precio

En relación a la táctica sobre el precio que empleará “Vitalmente” serán los costos a partir de un descuento que podría abordar el 20% al 45% de descuento, siendo estos

ofrecidos por el nuevo lanzamiento del servicio de atención psicológica en la comunidad chiclayana, asimismo estos descuentos estarán relacionados al mayor número de visitas que tengan nuestros clientes, a mayor citas con nosotros menor será el precio de atención terapéutica, además si nuestros clientes refieren a otros más, también tendrán un descuento extra.

Otra modalidad que se empleará serán los sorteos vía Facebook Live, los cuales nuestras promotoras cada quincena del mes, abrirán un espacio por esta red social, para desarrollar un sorteo hacia las personas que ayuden a compartir nuestra información de la página “Vitalmente”, a mayores reacciones, mayores oportunidades de acceder al descuento del 50% de nuestro servicio.

5.2.6. Plaza

. Por ello mediante los resultados estadísticos se evidenció que el 69% de nuestros encuestados afirmaron que la asistencia psicológica es tan importante para desarrollar plenamente sus actividades diurnas, por ello, este resultado refuerza la idea de determinar distintos canales de atención como también las particularidades y el precio que deban tener.

Cabe recalcar que nuestra página digital contara con diversas secciones, para mostrar y ejemplificar el tipo de servicio que podremos brindar, asimismo, se recalca nuestra razón social, además de evidenciar los casos y las personas a quien gradualmente iremos atendiendo. Al igual, estas redes sociales serán un medio de separar sus respectivas citas y también de atender diferentes consultas de nuestros clientes o personas interesadas por el servicio. Asimismo, los pagos y las compras se realizarán en línea mediante el uso de tarjetas de crédito o débito Mastercard, Visa, apoya a la atención a distancia hacia los clientes.

En efecto, este proyecto contará como sede principal de atención psicológica en la calle Chinchaysuyo 340 – Villarreal, Frente al paseo Yortuque, el cual será el lugar de atención, donde también se gestionará el servicio en línea como también contestar las consultas por las redes sociales, además en este espacio los clientes podrán encontrar los talleres de habilidades de emprendimiento como también una zona de relajamiento a través de ejercicios de yoga.

Imagen 12

Redes sociales “Vitalmente”



5.2.7. Promoción

Mediante la promoción, de la entidad empresarial denominada “Vitalmente” evidencia hacia los clientes, público objetivo, por ende, buscará de promover como generar la oferta de atención psicológica.

Objetivos:

- Promover la consolidación y posterior del posicionamiento de la entidad empresarial de servicio psicológico “Vitalmente”.
- Gestionar la atención responsable mediante la de la entidad empresarial de servicio psicológico “Vitalmente”.

- Promover la actividad constante para consolidar el reconocimiento de la entidad empresarial de servicio psicológico “Vitalmente”.
- Consolidarse como una próspera empresa de servicios y atenciones psicológicas, reconocidos por nuestros buenos resultados.
- Gestionar la creación de una comunidad de clientes como respaldo a nuestro servicio de atención.
- Administrar y gestionar la promoción de atención que se desempeñen de manera constante y gradual mediante el desarrollo del tiempo. Para el presente proyecto se determina una gestión entre dos periodos: una gestión de diagnóstico y otra de lanzamiento.

De acuerdo al periodo de gestión será durante tres meses (diciembre, enero y febrero) por lo cual, se considera entre estos meses las actividades de gestión de lanzamiento debido a que los clientes se encuentran en vacaciones, más holgados, posteriormente de las demandas y gastos por las celebraciones navideñas, donde se muestran mayor receptivos en relación a su salud mental.

Campaña intriga: en este periodo se buscará promover ciertas expectativas a nuestros clientes objetivos. Asimismo, durante esta fase se accionará mediante las redes sociales y publicaciones a través de entornos digitales como las páginas web y aplicativos.

Promoción para todos los años:

De acuerdo a las actividades a realizar para gestionar la promoción anual, en efecto esta nos permite desarrollar y aumentar la predisposición de nuestro público objetivo de acuerdo a nuestro servicio de atención social como la asistencia psicológica. Así tal cual se promoverá la atención del servicio responsable en relación a la salud y cuidado mental. Conforme a la publicidad la cual está basa en el uso de los canales digitales, por ende, todas nuestras actividades se enfocarán al afianzamiento de estos canales.

5.3. Formulación Estratégica

Reconocida como desarrollo, por la matriz de consistencia denominada Ansoff1 mediante un diseño nos es útil para argumentar la influencia entre el crecimiento del servicio de atención al cliente mediante la empresa “Vitalmente” y los circundantes mercados. Por lo cual, nos expresa la senda a continuar mediante el reconocimiento de oportunas vías metodológicas en relación a nuestro servicio de asistencia psicológica.

Tabla 13. Formulación Estratégica

		Productos	
		Existentes	Nuevos
Marcados	Existentes	PENETRACIÓN DEL MERCADO De acuerdo a la estrategia que será empleada en busca del crecimiento gradual de servicio de atención de la empresa “Vitalmente”, decida ofertar y brindas sus novedosos y contemporáneos servicios bajo óptimas prácticas, por lo cual afirma crecer su servicio variado a diferentes situaciones o casos.	DESARROLLO DEL SERVICIO En última instancia, si se consolidara mediante una estrategia de diversificación, se optaría ofertar un nuevo servicio de atención psicológica para un nuevo mercado, en efecto “Vitalmente” decide abrir ciertos talleres para optimizar la calidad de servicio. Ejemplo: taller de habilidades de emprendimiento y ejercicios de yoga

Nuevos	DESARROLLO DEL MERCADO	DIVERSIFICACIÓN
	En el primer estudio, “Vitalmente” propone consolidar la inserción en el mercado, debido que decide extender el servicio de atención psicológica, es decir, ahora se iniciará a desarrollar las actividades de publicidad por las redes sociales para captar más clientes.	Se propondrá que para aumentar y consolidar, se puede incursionar una nueva sucursal, es decir, “Vitalmente” optará por ingresar a nuevos mercados.

5.4 ANSOFF Proyección de Ventas

La entidad denominada “Vitalmente” se comercializará a través de tres tipos de atención, siendo estas la atención presencial, atención en línea y la tele atención, de los cuales se anhela consolidar para el primer año en referencia a la demanda, el primer tipo de atención con un total de 750, para el segundo tipo de atención en línea con un total de 828 clientes, mientras que en la tele atención un total de 384 de servicios atendidos. Por ello en el segundo año en el total de tipos de servicios que comprende (atención presencial, en línea y tele atención) en el segundo año se proyecta una atención a 2067 clientes entre diferentes casos de tratamientos psicológicos; por otro lado, el tercer año se comprenderá un total de 2154 de personas y finalmente con un total de 2328 de casos atendidos.

Tabla 14. Proyección de ventas de la empresa “Vitalmente” (2022)

Concepto	Atención Presencial	Atención En Línea	Tele Atención	Cantidad De Servicios Atendidos
Preferencia	63%	23%	14%	100%
Enero	35	36	10	81
Febrero	40	42	14	96
Marzo	45	48	18	111
Abril	50	54	22	126
Mayo	55	60	26	141
Junio	60	66	30	156
Julio	65	72	34	171
Agosto	70	78	38	186
Setiembre	75	84	42	201

Octubre	80	90	46	216
Noviembre	85	96	50	231
Diciembre	90	102	54	246
Total	750	828	384	1962
Año 2	800	846	421	2067
Año 3	853	866	435	2154
Año 4	906	886	449	2241
Año 5	959	906	463	2328

Capítulo VI: Plan técnico

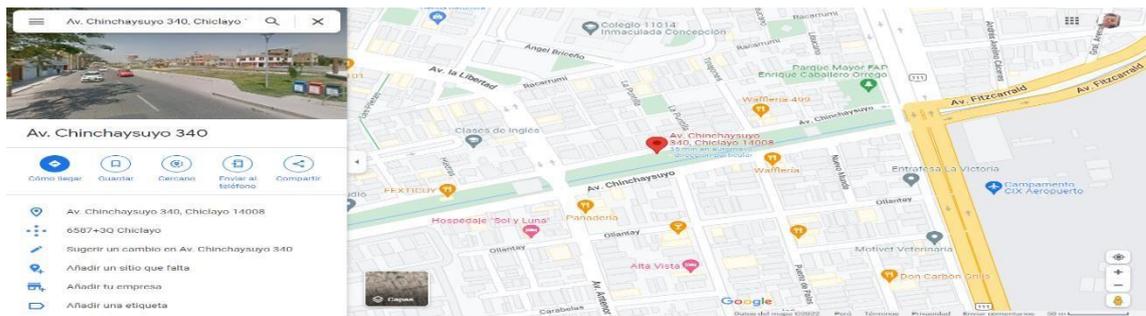
6.1. Localización de la Empresa

En esta parte se procede a evidenciar cuales son los componentes esenciales para el servicio de atención psicológica. En primera instancia se expondrá cual es el proceso de atención de nuestros diferentes servicios de atención psicológica, con el propósito de estudiar los requerimientos necesarios en cada proceso de esta.

La empresa de atención psicológica se encuentra localizada en el distrito de Chiclayo, en el mismo se ubica en el área posterior de la localidad de Chiclayo en la Av. Chinchaysuyo 340, Chiclayo 14008. Esta zona se particulariza por el incremento gradual de todo tipo de negocios en sus respectivos rubros, a escala distrital con tendencias a consolidar y permanecer su carácter residencial y sociocultural.

Imagen 13

Localización de la Empresa



De acuerdo a los componentes esenciales se puede manifestar: comunicación y transporte, disponibilidad de trabajadores y servicio básicos estos elementos se han consolidado de acuerdo a las acciones de la empresa “Vitalmente”, los cuales se analizarán a continuación:

- Comunicación y transporte: se reconocerá las vías de acceso, como también la posible disponibilidad del servicio de transporte, para el ingreso y salida de nuestros clientes a nuestras instalaciones, este componente es necesario, debido que la empresa se encuentra en una zona de recurrente tránsito, asimismo, cuenta con diversas vías de acceso lo cual la convierten en una zona de sencillo tránsito e ingreso. En efecto, estas particularidades afianzan el reconocimiento de la empresa.
- Disponibilidad de trabajadores: se posee un selecto equipo de trabajo, los cuales se particularizan por ser profesionales de alta calidad académica, como también personal, psicólogos comprometidos en la asistencia de la salud mental para ser atendida en nuestros distintos servicios a través de un buen clima laboral.
- Disponibilidad de servicios básicos: en el distrito de Chiclayo en la gran mayoría de sus zonas y alrededores se cuenta con los servicios de luz, agua, alcantarillado, teléfono, internet y cable. Lo cual propicia al desarrollo diario de nuestras actividades de atención.

Tabla 15, Calificación

Calificación del 1 al 5	
Excelente	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

6.2. Tamaño del Negocio

De acuerdo al proyecto empresarial, la capacidad manifiesta no en conceptos cuantitativos de servicio que logren obtenerse, sino en función de la calidad del servicio que se ofertará. Frente a la capacidad incorporada no se empleará el 96%, la superficie del proyecto, es un elemento esencial en conceptos logísticos, debido que este debe desempeñarse de manera basta para poder atender a diversos casos y clientes.

Componentes que determinan el tamaño del proyecto:

Capacidad técnica: es el componente que nos sostiene a reconocer si la viabilidad del proyecto empresarial en relación a su capacidad tecnológica les permite consolidar un servicio y desarrollo entre sus actividades en relación a satisfacer las necesidades de la entidad empresarial y del mercado actual.

Tamaño del espacio y el personal: en cuanto a la infraestructura de la empresa en donde se realizará los distintos servicios debe poseer la capacidad para cumplir la demanda del servicio de atención psicológica, considerando la gradualidad de la demanda de acuerdo a los mercados donde se amerite. En relación al contrato de nuestro personal será de manera paulatina o gradual, en consideración a la demanda de nuestro servicio, a mayor demanda, mayor será el personal a contratar.

Tamaño, dimensión y particularidades del mercado: de acuerdo a la dimensión comprendida, se revela que es mediana, debido que el número de personal joven en sus distintos géneros entre edades donde oscilan entre los 25 a 40 años, se reconoce como un porcentaje significativo de la población actual.

Imagen 14

LAYOUT DE “VITALMENTE”



De acuerdo a la capacidad máxima que permite el aforo en nuestra empresa física equivale a 15 personas. Es predominante manifestar, que, frente al aumento de la demanda, durante los siete primeros meses del desarrollo del proyecto empresarial, no se llega a

responder con el máximo de su capacidad de la empresa, en efecto, no habrá necesidad de poder ampliarlo.

6.3. Necesidades

En cuanto a la atención de nuestro servicio psicológico se ha precavido mantener el desarrollo en solo lugar como también una sola persona quien administre y gestione sus actividades diurnas, con la finalidad de no poder la capacidad de control como también sus gestiones administrativas y laborales. Donde su atención se realizará durante los cinco días de semana con horarios de 9 am con un descanso a la 1:00 pm, y posteriormente la siguiente atención desde las 2:30 hasta las 6:00 pm.

Equipos:

Tabla 16. *Requerimiento de equipos de la empresa “Vitalmente” (2022)*

Descripción	Cantidad de inversión	Características técnicas
1) Escritorio de oficina		
	Nº: 4 Inversión S/ 269	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricado en MDP de gran durabilidad. • Cuenta con acabado en melamine. • Resistencia hasta 40kg. • Incluye manual y kit de armado.
2) Silla giratoria para oficina		
	Nº: 4 Inversión S/ 69	<ul style="list-style-type: none"> • Giratoria. • Excelente calidad. • Diseño moderno.
3) Estante London		
	Nº: 4 Inversión S/ 229	<ul style="list-style-type: none"> • 85cm Maple Metal • El estante es perfecto para colocar libros y distintos adornos en cualquier espacio dentro de la casa u oficina.
4) Silla giratoria Oficina Rialto Gris		

	<p>Nº: 8 Inversión S/ 169</p>	<p>Silla especialmente diseñada para tu comodidad en la casa u oficina. Se convierte en una muy buena opción para renovar tus ambientes. Garruchas o ruedas de plástico colocadas a presión. Base de metal. Pistón de aire regulable de 79 cm a 88 cm.</p>
<p>5) Futón Pita Rojo</p>		
	<p>Nº: 2 Inversión S/ 349</p>	<p>Marco De Madera (Eucalipto) + Patas Redondas De Plástico</p>
<p>6) Papelera Negra Mesh</p>		
	<p>Nº: 6 Inversión S/ 14</p>	<p>Papelera de metal para recoger la basura y los desperdicios en la oficina. Cuenta con paredes de rejilla alrededor de todo el producto y base sólida con 3 puntos que nos ayuda a evitar el contacto directo con el piso.</p>
<p>7) Ventilador de torre 31" Orange</p>		
	<p>Nº: 5 Inversión S/ 109</p>	<p>Altura Del Producto: 82 cm Ancho Del Producto: 16 cm</p>
<p>8) Organizadores para escritorio Mesh x3 piezas</p>		
	<p>Nº: 4 Inversión S/ 29</p>	<p>Set de oficina comprendido por 1 mini tacho, 1 caja organizadora y 1 separador de files hecho de metal pintado. Base sólida solo en el mini tacho</p>
<p>9) Caja de lapiceros</p>		
	<p>Nº: 4 Inversión S/ 24</p>	<p>25 unidades entre colores variados</p>
<p>10) Caja de lápices</p>		
	<p>Nº: 4 Inversión S/ 5.50</p>	<p>12 unidades de lápices 2b</p>

11) Caja de colores



Nº: 4
Inversión
S/ 6.30

12 lápices de todo color

12) Caja de papel bond



Nº: 1
Inversión
S/ 194

Una caja de 10 paquetes bond, cada uno contiene 500 hojas.

13) Hoja de colores



Nº: 1
Inversión
S/ 40

500 unidades de hojas de todo tipo de color

14) Agenda



Nº: 5
Inversión
S/ 15

- Presentación en termocontraíble.
 - Papel color Marfileño.
 - Resistente y elegante.
 - Tamaño: 14.5 X 21.1 cm
 - 352 páginas.
 - Imágenes referenciales.
-

15) Calendario



Nº: 6
Inversión
S/ 10

- Acabado UV
 - Formato: 22 x 16.5 cm
 - Imágenes referenciales.
-

16) Archivadores



Nº: 8
Inversión
S/ 7

- Tamaño Oficio
 - Lomo Ancho
 - Marca 100% peruana
-

17) Clips

	<p>Nº: 5 Inversión S/ 1.50</p>	<p>Presentación en caja con 100 unidades. Medida 33 mm Resistentes</p>
---	--	--

18) Perforador

	<p>Nº: 5 Inversión S/ 7</p>	<p>PERFORADOR ARTESCO 11H ESCOLAR M-01 AZUL</p>
---	-------------------------------------	---

19) Engrapador

	<p>Nº: 4 Inversión S/ 17</p>	<p>MINI ENGRAPADOR METAL 10 HOJAS NEGRO FABER CASTELL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Engrapa hasta 10 hojas. • Imágenes referenciales.
---	--------------------------------------	--

20) Tijeras

	<p>Nº: 5 Inversión S/ 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marca: Artesco • Tijera 5.5 para zurdos con rebote
---	-------------------------------------	---

21) Tajador

	<p>Nº: 5 Inversión S/ 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sacapuntas de metal doble. • Colores pasteles.
---	-------------------------------------	---

22) Impresora

	<p>Nº: 3 Inversión S/ 560</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Impresora Multifuncional de sistema continuo • Marca: Canon • Modelo: G2160 Negra • Fácil configuración, facilidad de uso, funcionalidad todo en uno. • Impresión, copiado y escaneo. • Velocidad: Bk 10.8 ipm • Color: 6.0 ipm
---	---------------------------------------	---

23) Computadoras de escritorio



Nº: 3
Inversión
S/ 1250

- Procesador Intel® Celeron®
- Windows 11 Home
- Unidad de estado sólido PCIe® TLC de 128 GB
- 4 GB

24) Parlante



Nº: 1
Inversión
S/ 300

Equipo de Sonido Sony Mhc- V02 Bluetooth Karaoke Hdm
Tipo torres musicales.
Medidas del producto largo x ancho x alto 30,6 cm x 28,1 cm x 50 cm

25) Balones de motricidad gruesa



Nº: 8
Inversión
S/ 40

Diámetro 100 cm. En PVC no tóxico. Sin látex

26) Colchonetas



Nº: 8
Inversión
S/ 50

Material Lona Oxford. Impermeable de muy excelente duración. Cierre para poder lavar con comodidad la colchoneta. Espuma de alta densidad. Relleno de espuma

Espejo de salón



Nº: 1
Inversión
S/ 250

Espejo de 1 metro de alto por 4 por ancho

Total: 12,390.70

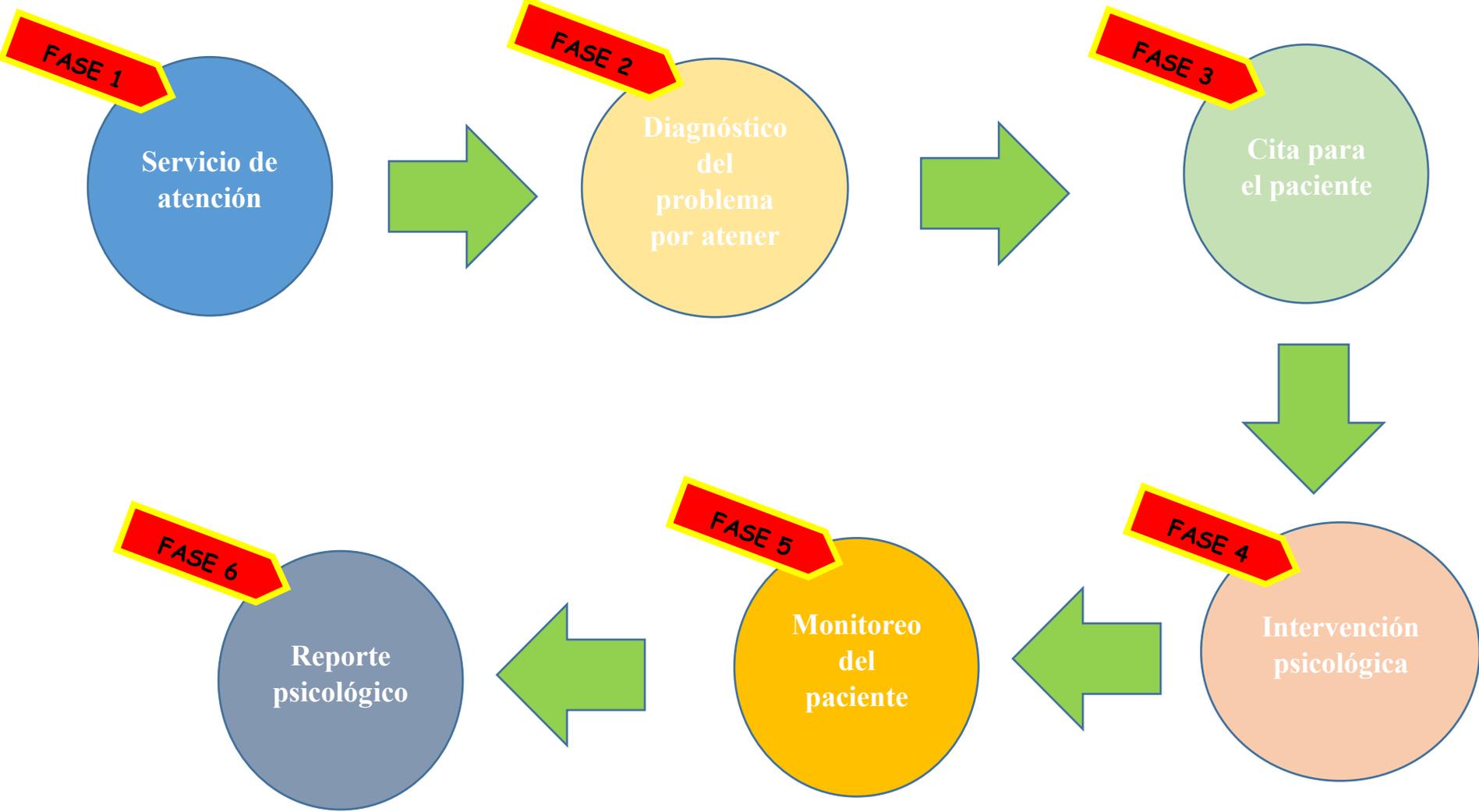
Mano de obra:

En relación a la mano de obra que compondrá nuestra empresa se tendrá a disposición 3 psicólogas, quienes estarán desarrollando de manera particular los tres tipos de servicio que oferta la empresa “Vitalmente” (presencial, en línea y tele servicio), asimismo se tendrá un instructor encargado para desarrollar actividades y ejercicios de yoga. Este personal

estará registrado en planilla con un sueldo de S/1200 soles le personal de atención psicológica, mientras que el instructor tendrá un sueldo por honorarios de S/750.

Destacando que por inicios de nuestra formalidad somos una entidad catalogada como microempresa y nos encontramos en el RER (Régimen especial).

6.5. Proceso de servicio u Operación



- **Fase N° 1:** Nuestro personal de atención psicológica están predispuestos entre sus áreas de trabajo con la finalidad de recepcionar los clientes en sus distintas modalidades (presencial, en línea y tele atención).
- **Fase N° 2:** en relación a la atención nuestro personal mediante sus instrumentos de evaluación como preguntas, pre test, evaluaciones personales, podrán detectar el problema que posee nuestros clientes con la finalidad de poder registrarlos en nuestra base de datos.
- **Fase N° 3:** posteriormente de haber detectado el problema se referencia y se cita al paciente en una fecha y horario indicado para la intervención y tratamiento hacia su problema que lo aqueja.
- **Fase N° 4:** el personal entre sus funciones inicia la acción de atención hacia los clientes en sus distintas modalidades (presencial, en línea y tele atención) por lo cual nuestros especialistas aplicarán todo tipo de instrumentos de tratamiento para cada paciente en relación a sus problemas
- **Fase N° 5:** posteriormente luego de haber atendido al paciente entre unos cinco días o semana nuestros especialistas, estarán al pendiente mediante llamadas telefónicas para saber el estado actual a nuestros pacientes, y corroborar si el tratamiento ha seguido su curso y sus efectos.

- **Fase N° 6:** finalmente luego de haber tratado a nuestros pacientes, como también la aplicación de diversos instrumentos como tratamientos, la especialista iniciará con la redacción final del reporte de cada paciente y corroborar su mejoría.

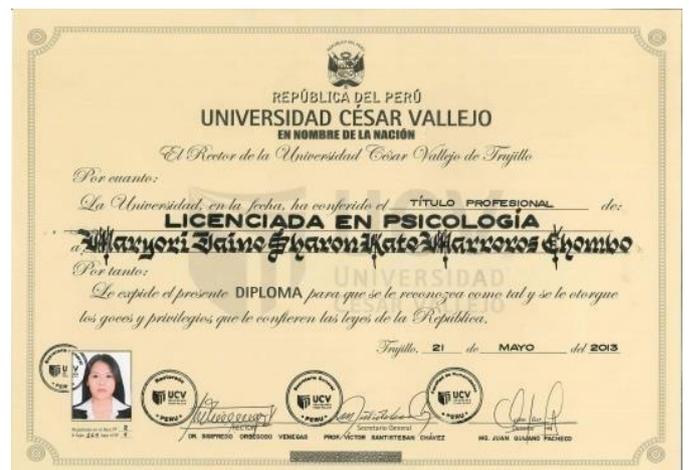
6.6. Certificaciones Necesarias

Es necesario que los miembros que conforma a la entidad empresarial de atención psicológicas denominada “Vitalmente” posean una certificación solo referida al manejo, o equipos, sino también se deben considerar ciertas certificaciones en la especialización de la atención psicológica de nuestros trabajadores, como también la documentación correspondiente de los bienes para laborar en un ambiente de armonía y respeto profesional.

Imagen 15

Formulario de solicitud de publicidad registral del SUNARP. El formulario contiene secciones para datos del solicitante, datos del bien, y datos del patrimonio. Incluye un número de identificación (017596546) y un código de barras.

Certificados



6.7. Impacto en el Medio Ambiente

La entidad empresarial “Vitalmente” apoya con la mejoría y el mantenimiento del estado positivo del medio ambiente desde la noción de sus implementos a emplear durante sus actividades, partiendo del pensamiento de fomentar el cuidado del entorno ambiental a través de productos que no dañen el ecosistema. Por ello, se utilizará necesariamente

materiales de origen reciclados para su actividad o accionar, en efecto, estas situaciones aportarán significativamente a minorar los residuos que generan una incidencia negativa hacia el medio ambiente.

Capítulo VII: Plan organizacional, de personal y legal

7.1. Constitución de la Empresa

Procesos

De acuerdo a los requerimientos que exhorta la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), expresa que, con anterioridad de empezar el procesamiento de constitución de una entidad empresarial o sociedad, se debe analizar la clase de rubro que desea emprender, como también el monto real de capital y el cómo se irá financiar, además de la acogida que posee entre los futuros clientes, y finalmente las obligaciones según el tributo que se deba asumir.

Asimismo, al desarrollar las actividades empresariales como una persona individual o en también como sociedad, debido que la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o como una de las clases societarios normalizadas durante la Ley general de Sociedades (Sociedad Anónima, de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima Cerrada, Sociedad Anónima Abierta, etc.) seguidamente se describe el proceso que se deberá continuar para consolidar una entidad empresarial.

Trámites

1. Búsqueda y reserva de nombre: en relación a reservar la denominación de la marca o nombre es el proceso anterior a consolidarse como una entidad empresarial o sociedad. No es una documentación imperativa, no obstante, se sugiere para agilizar la

inscripción empresarial o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. En cuanto a la calificación de la Reserva de Nombre, el registrador público posee que validar si presenta alguna similitud o plagio con otra denominación, ya sea abreviada o completa, o en los casos se presencia una entidad ya existente con la misma denominación o se encuentre como preferente entre los registros.

2. Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad: mediante esta documentación el titular de la entidad empresarial o los componentes de esta sociedad expresan su voluntad a consolidar la persona jurídica. El acto constitutivo se comprende mediante el pacto social y sus respectivos estatutos. Además, se menciona a los esenciales administradores, en relación a las particularidades de la persona jurídica.

3. Aporte de capital: podrá abonarse un monto económico, el cual se corroborará mediante una documentación expedida por una entidad o sistema financiero de contexto nacional; o también bienes (inmuebles o muebles, en estos finales se comprenden por los derechos de crédito) los que se constatan con la inscripción de la transferencia a favor de la entidad empresarial o sociedad, con la sugerencia de la transferencia entre la escritura pública o mediante el informe de valorización las cual se encuentre detallada y en cuanto al criterio usado para su valuación, de acuerdo a cada situación.

4. Elaboración de Escritura Pública ante el notario: asimismo, posteriormente de haber redactado el accionar constitutivo, es importante orientarlo hacia un proceso en una notaría para que una persona especialista en registros como un notario público analice y lo acredite a Escritura Pública. De este modo se promueve la Escritura Pública de constitución.

De acuerdo a esta documentación deberá tener sus respectivas rúbricas y sello por el notario, asimismo debe poseer la rúbrica de la persona titular o también de los socios incorporados como puede ser los cónyuges de ser oportuno. El estos y el periodo de gestionar el trámite dependerá de la notaria que pueda elegirse.

5. Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp: debido se presente sobre el Registro de Sociedades, para ciertas sociedades, abiertas, cerradas, sociedades comerciales de responsabilidad limitada; o también el Registro de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. En la Sunarp se obtiene un cierto registro de inscripciones de las entidades empresariales o sociedades como una verdadera persona jurídica. Este proceso usualmente es desarrollado por las personas especialistas como un notario. El periodo de calificación es de un día desde la presentación del título. Cabe recalca que la persona jurídica se manifiesta desde su inscripción entre los Registros Públicos.

6. Inscripción al RUC para Persona Jurídica: El Registro Único de Contribuyentes (RUC), en la numeración la cual se reconoce como una persona contribuyente. Por ello el RUC posee los detalles de reconocimiento de las acciones monetarias, económicas, por la cual serán emitidos por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

La entidad empresarial “Vitalmente” contará con un inmueble donde se desempeñará como un lugar de atención de servicios de orientación y monitoreo psicológico, por lo cual se gestionará la documentación para su funcionamiento, por lo cual la Municipalidad de Chiclayo, como reglamenta entre su estatuto, el monto real se efectúa a partir del 10% de

una UIT, la cual tiene el valor de 4,600 nuevos soles, por lo tanto da un valor de S/ 460 nuevos soles como trámite de licenciamiento.

7.2. Obligaciones

Las obligaciones tributarias que pide la empresa vitalmente estarán descritas en la tabla número 15.

Tabla 17. Obligaciones de legislación tributaria para la empresa “Vitalmente” (2022)

Legislación Tributaria		
Actividades	Conceptos	Porcentajes
Impuesto General a las Ventas (IGV)	De acuerdo a esta clase de impuesta grava a <u>los servicio</u> en cuanto a la mayoría de los bienes y servicios ofertados por la entidad empresarial, el cual se encuentra en 18%	18%
Impuesto a la Renta	Vitalmente, tiene como rubro y función a brindar el servicio de atención psicológica mediante sus modalidades presencial, virtual y tele atención, por lo cual le corresponde al impuesto de renta entre la tercera categoría de <u>acuerdo a</u> los estatutos del régimen especial.	1,5%

7.3. Estructura Organizacional

7.3.1 Organigrama de la empresa:

Figura Nro.

Organigrama de la empresa Vitalmente

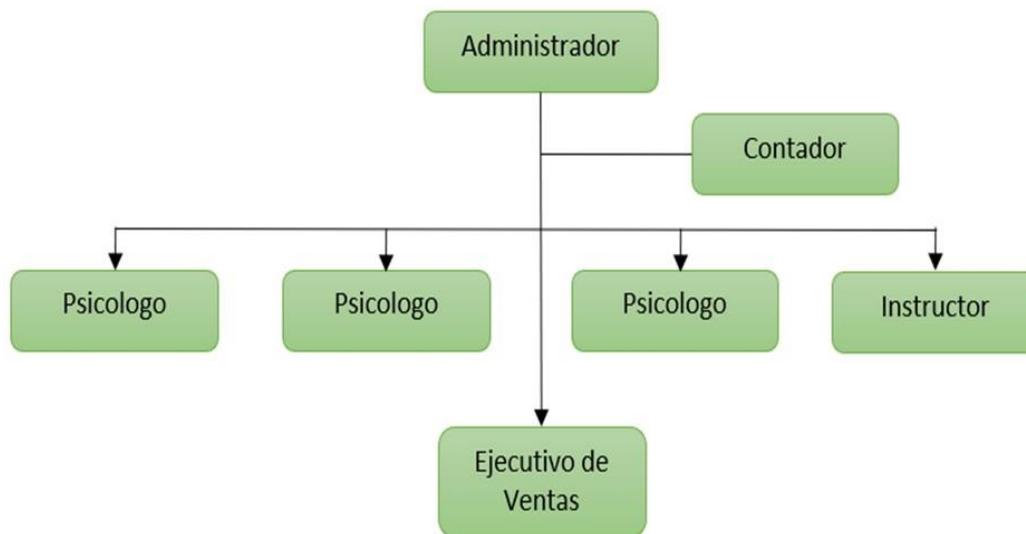


Tabla 18. Planilla de personal administrativo

Planilla del Personal						
Micro Empresa	Sueldo	SUB TOTAL	SIS	SUB TOTAL	Vacaciones	TOTAL/MES
Costo Operativo	3000.00	3000.00	45.00	3045.00	125.00	3170.00
Psicologo 1	1200.00	1200.00	15.00	1215.00	50.00	1265.00
Psicologo 2	1200.00	1200.00	15.00	1215.00	50.00	1265.00
Psicologo 3	1200.00	1200.00	15.00	1215.00	50.00	1265.00
Instructor	600.00	600.00	15.00	615.00	25.00	640.00
Gasto Administrativo	2200.00	2200.00	30.00	2230.00	91.67	2321.67
Administrador	1600.00	1600.00	15.00	1615.00	66.67	1681.67
Contador	600.00	600.00	15.00	615.00	25.00	640.00
Gasto de Ventas	1050.00	1050.00	15.00	1065.00	43.75	1108.75
Ejecutivo de ventas	1050.00	1050.00	15.00	1065.00	43.75	1108.75
TOTAL PLANILLA	6250.00	6250.00	90.00	6340.00	260.42	6600.42

7.4. Descripción de Funciones

Administrador, descripciones: para el desempeño de un administrador, se debe comprender ciertas competencias en distintas áreas para consolidarse como un genuino líder, el cual promueva a los trabajadores o empleados a repotenciar sus habilidades cognitivas y

emocionales. Este personaje se distingue de los demás, donde como propósito analice los logros mediante otros anteriormente obtenidos, y no solo se enfoque en lo que desarrolla particularmente, sino que involucre el crecimiento colectivo. Por otro lado, las críticas se diferencian según al nivel de responsabilidades esenciales sobre un gerente, con el fin de desempeñar una diversidad de actividades efectivas para consolidar la estabilidad durante un largo periodo entre una gerencia.

Requisitos:

- El administrador deberá tener como requisito primordial poseer su título, haber cursado y terminado una maestría en la especialidad de contabilidad o administración.
- El administrador debe tener la experiencia de haber laborado mediante el desempeño colectivo en una empresa.
- Esta persona debe destacar en funciones a su gestión y administración de actividades en una empresa.
- Debe mostrar eficiencia en cuanto a la estabilidad de una entidad empresarial
- Asimismo, debe tener la capacidad cognitiva sobre áreas de informática, ventas, administración y comercialización.
- Debe poseer como mínimo una experiencia que abarque los cuatro años constantes en trabajo como administrador.

Competencias:

- El administrador debe poseer una diferencia entre sus capacidades de control y gestión empresarial, y estas deberán ser concretadas durante su accionar en la entidad, asimismo, debe regular y sobrellevar ciertas cargas arduas de estrés y tensión.
- El administrador deberá mantener la habilidad de observar el entorno social circundante de su empresa, además de gestionar una metodología, la cual permite la proyección de

ciertas actividades y gestiones a favor de todos. Es necesario que logre detectar ciertas adversidades y posibilidades del servicio para meditar en cómo repotenciar y renovar este bien.

- Eficiencia comunicativa: el administrador deberá de tener la experiencia de encaminar e interactuar la información importante hacia los trabajadores de la empresa, asimismo a quienes conforman su trabajo de equipo, por ello, este deberá de gestionar oportunidades para incentivar el compromiso de sus trabajadores hacia la empresa donde laborar.
- Comprensión de las dinámicas del mercado: frente al crecimiento del estudio de diversos mercados y poseer la habilidad del análisis, el gerente de diferenciar si deberá incorporar la comprensión de la acción de servicio, asimismo deberá saber sobre las preferencias de sus clientes.
- Trabajo en equipo: de acuerdo al accionar del administrador deberá ser eficiente, solidarios, respetuoso, con predisposición hacia su labor y la empresa que dirige, además se considera importante la disponibilidad de laborar entre grupos interdisciplinarios y poder encaminarlos.
- El administrador, se reconoce como el eje de la empresa, por ello deberá de tener la capacidad de reconocer y afianzar los desempeños del colectivo y aprovechar su experiencia para bien de su entidad empresarial, refiere el resultado de su investigación.

Funciones:

- El administrador, deberá desempeñar la dirección del área administrativa, operacional y además de finanza de la entidad empresarial, en función con el estatuto de la propia, las capacidades ofrecidas por el Directorio y las normativas, las prácticas y como procesos que regulen el negocio.
- El administrador se desempeña como representante legal y judicial hacia la entidad empresarial accionado entre sus facultades generales y determinadas que le confiera de acuerdo a las normativas del directorio.

Psicólogos, descripciones: un profesional en psicología, se debe poseer ciertas competencias en distintas áreas para consolidarse como un genuino guía y soporte para sus pacientes.

Requisitos:

- El psicólogo debe ser titulado y registrado en el colegio de psicólogos de en su región.
- Tener experiencia de mínimo 3 años ejerciendo la profesión.
- No debe contar con impedimentos para ejercer la profesión.
- Debe mostrar eficiencia En las funciones que desempeña.

Competencias:

- Proactivo, intuitivo, informado.
- Preparado, actualizado.
- Eficiencia comunicativa: Los psicólogos tienen que ser muy eficientes a la hora de comunicarse tanto con sus pacientes como con la institución.

- Trabajo en equipo: Aunque el trabajo del psicólogo por lo general es de manera individual, este debe ser consciente que pertenece a un equipo de trabajo con el cual tiene que proyectarse en las actividades que tiene la institución; deben organizarse y planificar las acciones siguiendo los lineamientos de la empresa

Funciones:

- Diagnóstico clínico.
- Orientación y consejo.
- Tratamiento de problemas psicológicos (terapias y psicoterapias) ○ Tratamiento de problemas psicosomáticos.
- Tratamiento de problemas sexuales.
- Reeducción de problemas de aprendizaje.
- Evaluación, tratamiento o rehabilitación de minusvalías psíquicas.
- Estimulación precoz.
- Psicomotricidad.
- Terapia ocupacional.

- Psicoprofilaxis.
- Psicología comunitaria.

Instructor de Yoga, descripciones: un profesional de yoga evalúa las capacidades físicas y las necesidades de sus alumnos, y organizan sus clases a medida para satisfacer esas necesidades. Algunas clases se centran más en la respiración y la meditación, mientras que otras pueden resultar muy exigentes físicamente.

Requisitos:

- El instructor de yoga certificado.
- Tener experiencia demostrable de mínimo 3 años ejerciendo la profesión.
- No debe contar con impedimentos para ejercer la profesión.
- Debe mostrar eficiencia En las funciones que desempeña.

Competencias:

- Proactivo, intuitivo.
- Preparado, para cada sesión.
- Genera conexión con todos sus alumnos.
- Facilidad para compartir sus conocimientos.
- Atender las necesidades individuales de los alumnos, comprender y potencializar sus habilidades.
- Conocer las diferentes técnicas de esta disciplina para ofrecer un buen servicio.
- Dominar ejes fundamentales del yoga como el pranayama, que se centra en la inspiración, en la respiración y en la capacidad de proyección, el asana que se refiere a cada ejercicio corporal

y las técnicas de meditación y de relajación, para aprender a controlar las emociones o el estrés, y lograr la plena conciencia.

- Gran capacidad de adaptación, ya que cada persona tiene una serie de limitaciones físicas que podrían impedirle practicar ciertas posturas.
- Tener empatía, paciencia, comprensión y sensibilidad
- Trabajo en equipo: que el instructor de yoga también es parte de un equipo mayor, pertenece al equipo de trabajo de vitalmente y como tal debe alinearse a los objetivos de la empresa, emitir informes sobre los avances de sus alumnos i proponer mejoras en los todos los niveles.

Funciones:

- Planificar y organizar sus sesiones.
- Atender las necesidades de cada estudiante.
- Diagnosticar las necesidades de cada estudiante.
- Emitir informes de los avances y necesidades de cada alumno.
- Desarrollar sus sesiones de yoga según lo planificado por la institución.
- Cumplir con los protocolos y lineamientos establecidos por la institución.

Ejecutivo de ventas, El ejecutivo de la actualidad es una persona integral, resolutiva, con adaptabilidad al cambio y, sobre todo, con capacidad para innovar y liderar equipos. Es un trabajador que se involucra profesionalmente con sus los stakeholders.

Requisitos.

- Titulado en ventas, administración de negocio o afines.
- Dos años de experiencia en el rubro.
- Manejo de Excel.
- Manejo de redes sociales.
- Conocimientos de Marketing digital.

Competencias:

- Habilidades interpersonales.
- Comunicación asertiva.
- Solución de problemas.
- Persistencia y constancia.
- Competitividad.
- Buen manejo de la tecnología.
- Proactivo.
- Manejo de redes sociales.
- Ser empático.

Funciones:

- Realizar reuniones con los clientes
- Hacer demostración de productos o servicios

- Establecer nuevos negocios ○ Asistir a ferias o eventos comerciales ○ Negociar contratos o estrategias.

- Captar clientes.

- Realizar seguimiento y fidelización.

Capítulo VIII: Plan económico – Financiero

Conforme al siguiente capítulo se mostrarán el desarrollo del análisis desarrollado para evaluar, desde un enfoque financiero, la sostenibilidad de la entidad empresarial Vitalmente. Las proyecciones fueron desarrolladas tomado como fundamento un horizonte entre un periodo de cinco años.

8.1. Inversiones

La inversión total de este proyecto es de 30256.54 soles el detalle de esta inversión está en los siguientes cuadros:

Tabla 19. Inversión Total

MUEBLES Y ENSERES	DETALLE DE CONCEPTOS		
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Escritorios con silla giratoria	5	S/. 338.00	S/. 1,690.00
mesas con 4 sillas	5	S/. 220.00	S/. 1,100.00
Estantes	4	S/. 229.00	S/. 916.00
Futón Pita rojo	3	S/. 349.00	S/. 1,047.00
Otros	3	S/. 250.00	S/. 750.00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			S/. 5,503.00

En la tabla número 19 vemos el detalle en la inversión respecto a muebles y enseres el monto en este rubro es de 5503 soles.

Tabla 20. Inversión en Equipos de Cómputo

COMPUTADORAS E IMPRESORAS			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Computadora 1	4	S/. 1,250.00	S/. 5,000.00
Impresoras	2	S/. 560.00	S/. 1,120.00
Parlante	1	S/. 300.00	S/. 300.00
TOTAL COMPUTADORAS E IMPRESORAS			S/. 6,420.00

en la tabla número 20 podemos ver la inversión hecho en equipos de cómputo, el total de la inversión es de 6420 soles.

Tabla 21. Gastos de Constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Busqueda del nombre	1	S/. 5.00	S/. 5.00
Reserva del nombre	1	S/. 20.00	S/. 20.00
Elaboración de la minuta	1	S/. 350.00	S/. 350.00
Otros	1	S/. 50.00	S/. 50.00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			S/. 425.00

Los gastos de constitución están detallados en la tabla número 21 y ascienden a 425 soles.

Tabla 22. Gastos de Inscripción

GASTOS DE INSCRIPCIÓN			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Escritura pública ante notario	1	S/. 300.00	S/. 300.00
Partida Registral Certificada (Copia)	1	S/. 25.00	S/. 25.00
Inscripción en SUNARP	1	S/. 60.00	S/. 60.00
Otros	1	S/. 40.00	S/. 40.00
TOTAL GASTOS DE INSCRIPCIÓN			S/. 425.00

Los gastos de inscripción se detallan en la tabla número 22 y equivalen a 425 soles.

Tabla 23. Gastos de Pre- Inversión

GASTOS DE ESTUDIO DE PRE INVERSIÓN			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Estudio de mercado	1	S/. 500.00	500
Busqueda y selección de personal	1	S/. 200.00	200
Manual de marca	0	S/. 300.00	0
Fotos e impresiones	1	S/. 80.00	80
Encuestas	1	S/. 100.00	100
Movilidad	1	S/. 50.00	50
TOTAL DE ESTUDIO DE PRE INVERSIÓN			S/. 930.00

En la tabla número 23 está el detalle de los estudios de pre-inversión, los cuales ascienden a 930 soles.

Tabla 24. Gastos de Certificación

GASTOS DE CERTIFICACIÓN			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Licencia de funcionamiento y defensa	1	S/. 290.00	290
Certificado de Fumigación	1	S/. 120.00	120
Asesoramiento en SST	1	S/. 150.00	150
Registro de la marca (Indecopi)	1	S/. 450.00	450
Planos (ubicación, distribución, señal)	1	S/. 450.00	450
Otros	1	S/. 60.00	60
TOTAL DE ESTUDIO DE MERCADO Y ORGANIZACIÓN			S/. 1,520.00

Los gastos de certificación, asciende a 1520 soles y están detallados en la tabla número 24.

8.2 Ingresos.

Tabla 25. Ingresos por ventas

Proyección de Ventas AÑO 1													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Asistencia Psicológica	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	96000
Charlas y conferencias	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	2100	25200
IGV	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	1818	21816
Precio de Venta mensual	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	11918	143016

En la tabla número 25 está detallado los ingresos por ventas que tendremos en este primer año.

Tabla 26. Estructura de Costos y Gastos

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
COSTOS OPERATIVOS	S/. 54,006.50	S/. 54,585.43	S/. 55,187.16	S/. 55,812.67	S/. 56,462.96	S/. 276,054.72
Materia Prima	S/5,994.00	S/6,293.70	S/6,608.39	S/6,938.80	S/7,285.74	S/33,120.63
Tercerización	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Mano de Obra	S/38,040.00	S/38,040.00	S/38,040.00	S/38,040.00	S/38,040.00	S/190,200.00
Costos Indirectos	S/9,972.50	S/10,251.73	S/10,538.78	S/10,833.86	S/11,137.21	S/52,734.09
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 36,526.50	S/. 36,769.16	S/. 37,018.62	S/. 37,275.06	S/. 37,538.68	S/. 185,128.02
Personal en planilla	S/. 27,860.00					

Bienes	S/. 776.50	S/. 798.24	S/. 820.59	S/. 843.57	S/. 867.19	
Servicios	S/. 7,890.00	S/. 8,110.92	S/. 8,338.03	S/. 8,571.49	S/. 8,811.49	
Depreciación y Amortización	S/. 3,547.30	S/. 3,547.30	S/. 3,547.30	S/. 3,547.30	S/. 1,942.30	S/. 16,131.50
GASTOS DE VENTAS	S/. 21,579.00	S/. 21,810.67	S/. 22,048.83	S/. 22,293.66	S/. 22,545.34	S/. 110,277.50
Personal en planilla	S/. 13,305.00					
Bienes	S/. 384.00	S/. 394.75	S/. 405.81	S/. 417.17	S/. 428.85	
Servicios	S/. 7,890.00	S/. 8,110.92	S/. 8,338.03	S/. 8,571.49	S/. 8,811.49	
Gastos Financieros	S/. 1,409.57	S/. 990.16	S/. 423.95			
Intereses de préstamo	S/. 1,409.57	S/. 990.16	S/. 423.95			
TOTAL COSTOS MAS GASTOS	S/. 117,068.87	S/. 117,702.72	S/. 118,225.86	S/. 118,928.69	S/. 118,489.28	590,415.41

En la tabla número 26 está detallado los costos y gastos que tendrá la empresa durante los 5 primeros años, podemos observar los costos operativos administrativos los gastos de venta y los gastos financieros.

8.3 Deuda.

Tabla 27. Financiamiento de las inversiones

FINANCIAMIENTO DE LAS INVERSIONES					
DATOS	Préstamo	S/. 5,000.00	necesidad de inversión		
	n	3	año	12	36
	Pagos	mensuales			meses
	TEA	35.00%	0.35		
	Seguro Desgravamen	0.08%			
Cronograma de pago de la deuda TEA					
Periodo	Amortización	Interés	Seguro Desgravamen	CUOTA	SALDO
1	S/. 86.70	S/. 126.62	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 5,000.00
2	S/. 88.90	S/. 124.42	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,913.30
3	S/. 91.15	S/. 122.17	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,824.40
4	S/. 93.46	S/. 119.86	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,733.25
5	S/. 95.83	S/. 117.50	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,639.79
6	S/. 98.25	S/. 115.07	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,543.96
7	S/. 100.74	S/. 112.58	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,445.71
8	S/. 103.29	S/. 110.03	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,344.97
9	S/. 105.91	S/. 107.42	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,241.67
10	S/. 108.59	S/. 104.73	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,135.77
11	S/. 111.34	S/. 101.98	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 4,027.18
12	S/. 114.16	S/. 99.16	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,915.84
13	S/. 117.05	S/. 96.27	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,801.68
14	S/. 120.01	S/. 93.31	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,684.63
15	S/. 123.05	S/. 90.27	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,564.61
16	S/. 126.17	S/. 87.15	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,441.56
17	S/. 129.37	S/. 83.96	S/. 4.00	S/. 217.32	S/. 3,315.39

18	S/.	132.64	S/.	80.68	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	3,186.02
19	S/.	136.00	S/.	77.32	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	3,053.38
20	S/.	139.44	S/.	73.88	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,917.38
21	S/.	142.98	S/.	70.35	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,777.94
22	S/.	146.60	S/.	66.73	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,634.96
23	S/.	150.31	S/.	63.02	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,488.37
24	S/.	154.12	S/.	59.21	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,338.06
25	S/.	158.02	S/.	55.31	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,183.94
26	S/.	162.02	S/.	51.30	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	2,025.92
27	S/.	166.12	S/.	47.20	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	1,863.90
28	S/.	170.33	S/.	42.99	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	1,697.78
29	S/.	174.64	S/.	38.68	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	1,527.45
30	S/.	179.07	S/.	34.26	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	1,352.81
31	S/.	183.60	S/.	29.72	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	1,173.74
32	S/.	188.25	S/.	25.07	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	990.14
33	S/.	193.02	S/.	20.31	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	801.89
34	S/.	197.90	S/.	15.42	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	608.88
35	S/.	202.92	S/.	10.41	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	410.97
36	S/.	208.06	S/.	5.27	S/.	4.00	S/.	217.32	S/.	208.06
TOTAL	S/.	5,000.00	S/.	2,679.67	S/.	144.00	S/.	7,823.67	S/.	0

Como ya mencionamos al inicio de este capítulo la inversión total de este proyecto es de 30256.54 soles, para la inversión nos apoyaremos con un préstamo bancario de 5000 soles cuyo cuadro de amortización lo detalla la tabla con número 27.

Tabla 28. Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO Y EN PORCENTAJE DEL PROYECTO.
--

RUBROS	SOCIOS		CAPITALES DE TERCEROS	
	APORTE			TOTAL
INVERSION TOTAL	25256.535	5000		30256.54
ESTRUCTURA FINANCIAMIENTO DEL	83.47%	16.53%		100.00%

En la tabla número 28 vemos la estructura de financiamiento en porcentajes respecto al aporte propio realizado por los socios y al préstamo bancario, el 83.47% representa aporte propio.

8.4 Flujo de Caja.

Tabla 29. Flujo de Caja

H. FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales		S/. 121,200	S/. 127,260	S/. 133,623	S/. 140,304	S/. 147,319
(-) Inversión total	-S/. 30,257					
(-) Costos totales		S/. 54,007	S/. 54,585	S/. 55,187	S/. 55,813	S/. 56,463
(-)Gastos administrativos		S/. 36,527	S/. 36,769	S/. 37,019	S/. 37,275	S/. 37,539
(-) Gastos de Ventas		S/. 21,579	S/. 21,811	S/. 22,049	S/. 22,294	S/. 22,545
(-)Impuesto a la Renta		S/. 413	-S/. 9,758	-S/. 8,035	-S/. 6,272	-S/. 4,073
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/. 30,257	S/. 8,675	S/.	S/. 27,404	S/.	S/. 34,845
	23,853			31,195		
(+) Préstamo	S/. 5,000					
(-) Intereses de préstamo		S/. 1,410	S/. 990	S/. 424		
(-) Amortización del préstamo		S/. 1,198	S/. 1,618	S/. 2,184		

FLUJO NETO FINANCIERO	-S/. 25,257	S/. 6,067	S/.	S/. 24,796	S/.	S/.
	21,245				31,195	34,845
(+) Aporte propio	S/. 25,257	utilidad neta				
FLUJO NETO	S/. 0	ganancia neta				

En la tabla número 29 podemos observar el flujo de caja por el estado para los 5 primeros años de funcionamiento de esta empresa como podemos observar el flujo neto financiero y el primer año es de 6067 soles para llegar en el año 5 con 34845 soles.

Tabla 30. Estado de Ganancias y Pérdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas totales	S/.121,200	S/.127,260	S/.133,623	S/.140,304	S/.147,319
(-) Costos totales	S/.54,007	S/.54,585	S/.55,187	S/.55,813	S/.56,463
UTILIDAD BRUTA	S/.67,194	S/.72,675	S/.78,436	S/.84,491	S/.90,856
Gastos administrativos	S/.36,527	S/.36,769	S/.37,019	S/.37,275	S/.37,539
Gastos de ventas	S/.21,579	S/.21,811	S/.22,049	S/.22,294	S/.22,545
Depreciación y Amortización acumulada	S/.3,547	S/.3,547	S/.3,547	S/.3,547	S/.1,942
UTILIDAD OPERATIVA	S/.5,541	S/.10,547	S/.15,821	S/.21,375	S/.28,830
Intereses de préstamo	S/.1,410	S/.990	S/.424	S/.0	S/.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/.4,131	S/.9,557	S/.15,397	S/.21,375	S/.28,830
Impuesto a la Renta	S/.413	-S/.9,758	-S/.8,035	-S/.6,272	-S/.4,073
UTILIDAD NETA	S/.3,718	S/.19,315	S/.23,432	S/.27,647	S/.32,903

En la tabla número 30 está reflejado el estado de ganancias y pérdidas proyectado de este trabajo, observamos que el primer año tendremos una utilidad neta de 3718 soles y en el año 5 llegaríamos a 32903 soles

8.5 Evaluación Económica y Financiera:

Tabla 31. Valor Neto y tasa interna

VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO				
VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	41603.14	TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	TIRE	58.54%
		A que tasa de descuento el VANE es cero	18.32%	
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	42048.35	TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	TIRF	62.16%
		A que tasa de descuento el VANF es cero	17.74%	

La tabla número 31 nos brinda 2 datos súper importantes el VAN económico que tiene un valor de 41603.14 soles, el VAN financiero que tiene un valor de 42048.35 soles; y tus valores son muy alentadores porque para cualquier proyecto un VAN mayor que cero es un indicador de que el proyecto tiene futuro.

Respecto al TIRE, este tiene un valor de 58.54% y el TIRF tiene un valor del 62.16%; estos valores nos indican que este proyecto es rentable.

Tabla 32. Beneficio-Costo

BENEFICIO/COSTO	BENEFICIO	
	ECONÓMICO	FINANCIERO
BENEFICIO	S/. 41,603.14	S/. 42,048.35
COSTO	S/. 30,256.54	S/. 30,257
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.38	1.39

La relación beneficio costo reflejada en la tabla 32 nos indica que por cada sol invertido ganaremos 0.38 soles económicamente hablando y 0,39 soles si hablamos desde el punto de vista financiero.

Tabla 33. Indicadores Financieros

KPIS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD BRUTA	55.44%	57.11%	58.70%	60.22%	61.67%
UTILIDAD OPERATIVA	4.57%	8.29%	11.84%	15.24%	19.57%
UTILIDAD NETA	3.07%	15.18%	17.54%	19.71%	22.33%

En la tabla 33 se detallan los indicadores obtenidos al hacer el análisis financiero de este proyecto como pudimos observar, tenemos indicadores que nos alienta a hacer realidad este proyecto si hablamos de la utilidad neta, como observamos empezamos con 3.07 en primer año con toda la inversión ya explicaba, y llegamos a tener una utilidad neta del 22.33% en el año 5.

Conclusiones

Una construcción de lienzo Canvas fue más fácil entender nuestra idea inicial de negocio lo versátil que es este tipo de negocio, podemos tener clientes de diferentes estratos sociales con diferentes problemáticas nuestra propuesta de valor nos diferencia del resto de centros psicológicos que tenemos como competencia hoy nuestros servicios incluyen además algunos gratuitos que son parte de dar un buen servicio a nuestro cliente y de fidelizarlos.

El análisis foda no sirvió para identificar los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que tiene este proyecto; luego de realizar el foda cruzado el equipo de trabajo identificó varias estrategias que se podrían utilizar en este proyecto, y las 2 estrategias con las que se va a trabajar son: organizar una campaña agresiva de marketing digital y crear

alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para brindar nuestros servicios.

Realizado el estudio de mercado podemos identificar nuestro mercado disponible de 33736 personas, un mercado efectivo es de 28878 personas; además hay un público con el cual se podría comenzar a trabajar correspondiente a 1444 personas.

En el desarrollo de este proyecto identificamos a la competencia directa, tiene sistemas de trabajo y de brindar servicios similares a la nuestra; pero aun así no está cubierta la demanda de tratamiento psicológicos, esto nos alienta a continuar dado que hay un mercado para este tipo de negocio.

Respecto a la estructura organizacional de la empresa, esta es muy simple, y tiene que serlo porque es un negocio funcional, de carácter transversal y está compuesto por un administrador, 3 psicólogos, un instructor, un ejecutivo de ventas y un contador

Establecer el MOF de la empresa.

Realizado el análisis financiero podemos concluir que este proyecto es rentable, por lo tanto, es viable; las cifras obtenidas fueron las siguientes:

VANE: 41603.14

VANF: 42048.35

TIRE: 58.54%

TIRF: 62.16%

B/C: 1.39

Recomendaciones

Posteriormente luego de haber determinado las oportunas conclusiones, se puede precisar las recomendaciones en los siguientes párrafos:

- Con respecto al ingreso del servicio “Vitalmente” se debe consolidar el presente proyecto mediante un plan estratégico del mercado actual donde permita un gran número de pacientes como clientes en un corto periodo.
- De acuerdo a la participación en relación de las utilidades que les pertenece a los socios, sea desde los tres años.
- En relación al personal que tendrá que contratar, estos deberán de pertenecer a la misma localidad, con el mismo propósito de afianzar el menor índice de desempleo presente en nuestra localidad de Chiclayo en la región Lambayeque, y de esta manera apoyará al desarrollo sostenible del sector social y económico de nuestro territorio peruano.
- Durante al iniciar las actividades del presente proyecto, será determinante reconocer los aspectos como la tasa de interés y los aumentos salariales presentes, todo ello con el objetivo de omitir posibles riesgos.
- Conforme al proyecto no es sensible un aumento positivo de los costos y una reducción necesaria de los ingresos, se debe prever estas situaciones para que el rendimiento de la entidad empresarial “Vitalmente” no logre afectar a los socios o futuros inversionistas.
- La entidad empresarial “Vitalmente” se debe estar siempre al resguardo con la prevención y mantenimiento del medio ambiente y por ello, para todo ser el cual esté

relacionado con nuestro servicio de atención psicológica. Donde prioricen la importancia del cuidado de la salud emocional, para la mejor convivencia e interacción entre las personas de su propia comunidad, logrando una estabilidad individual y colectiva. Por ello nuestra entidad empresarial deberá ser un ejemplo a seguir a los futuros emprendedores.

Referencias Bibliográficas

- Aleman, D. (2020). *Impacto de la pandemia COVID19 en la demanda de atención del servicio de emergencia en pacientes no COVID en un hospital MINSA, Arequipa, 2020*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12773/13453>
- Banco Mundial . (2022). *Perú Panorama general*. Grupo Banco Mundial. Grupo Banco Mundial. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Bera, J., & Diaz, R. (2019). *¿Qué es un competidor directo? Estudio para corroborar la percepción de competencia directa con base en tres factores*. SCIELO . SCIELO. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n1/v57n1a8.pdf>
- Cáceres, R. (2021). *Problemas psicosociales y características familiares, Chiclayo, 2021*. Universidad San Martín de Porras. Universidad San Martín de Porras. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1389/C%C3%A1ceres_rw.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47669/18/BP2021_Peru_es.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática . (2018). *Perú: Perfil Sociodemográfico - Informe Nacional* . INEI . Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1560/14TOMO_01.pdf
- Instituto Nacional de Salud. (2021). *Labor de psicólogo peruano para enfrentar la pandemia*. Instituto Nacional de Salud – Centro Nacional de Salud Ocupacional y Protección del Ambiente para la Salud. Instituto Nacional de Salud – Centro Nacional de Salud Ocupacional y Protección del Ambiente para la Salud. Obtenido de https://boletin.ins.gob.pe/wpcontent/uploads/2021/V27N5-6/a03v27n5_6.pdf
- Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi”. (2020). *Estudio epidemiológico de salud mental en niños y adolescentes en Lima metropolitana en el contexto de la covid-19 2020 informe general*. Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi”. Instituto Nacional de Salud Mental “Honorio Delgado - Hideyo Noguchi”. Obtenido de https://www.insm.gob.pe/investigacion/archivos/estudios/notes/EESM_Ninos_y_Adolescentes_en_LM_ContextoCOVID19-2020.pdf
- Instituto Peruano de Economía (IPE). (2022). *¿Cuál es la situación del mercado laboral peruano en tiempo de pandemia?* Instituto Peruano de Economía (IPE). Instituto Peruano de Economía (IPE). Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/covid-19-cual-es-la-situacion-delmercado-laboral-peruano-en-tiempos-de-pandemia/>
- López, M. (2020). *La salud mental digital. Una aproximación*. Rev. Asoc. Esp. Neuropsiq. SCIELO.

Obtenido de <https://scielo.isciii.es/pdf/neuropsiq/v38n134/2340-2733-raen-38-1340359.pdf>

Ministerio de Salud. (2021). *Plan de salud mental (2020-2021) en el contexto del COVID-19*.

Ministerio de Salud. Ministerio de Salud. Obtenido de <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/5092.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2021). *La economía peruana registrará uno de los mayores crecimientos a nivel mundial entre el 2021 y 2022 y fortalecerá sus cuentas fiscales*.

Ministerio de Economía y Finanzas. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7134&lang=es-ES

Ministerio de Salud (MINSA). (2019). *Gestión de Promoción de la Salud en Instituciones Educativas para el Desarrollo Sostenible*. Lima. Lima: Editorial Súper Gráfica E.I.R.L. Obtenido de

<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1782.pdf>

Organización Internacional de Trabajo. (2021). *El trabajo en tiempos de la COVID*. Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra. Obtenido de

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/--relconf/documents/meetingdocument/wcms_793281.pdf

Vela, L. (2020). *Análisis de la economía lambayecana usando la metodología del atlas de complejidad*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Escuela de Economía Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Obtenido de <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/vela-1.pdf>

Anexos

Encuesta de proyección de empresas innovadoras “Vitalmente”, nos caracterizamos por representar una empresa, la cual posee el rubro de atención psicológica hacia el público en general, asimismo brindamos un servicio en diferentes modalidades, presencial, virtual o a distancia y también de manera tele-psicológica. Además de brindar un servicio del cuidado de la integridad mental, también ofrece pequeños talleres de “Yoga” y “Bisutería” con la finalidad de desarrollar la capacidad artística y emocional de nuestros pacientes.

Marque la respuesta, la cual cree usted conveniente 1)
¿Cuántos años tiene usted?

a)	18 a 24 años
b)	25 a 35 años
c)	36 a 55 años
d)	56 a 65 años

2) ¿En qué distrito vive?

a)	Lambayeque
b)	Chiclayo
c)	Ferreñafe

3) ¿Actualmente se encuentra laborando?

a)	Sí
b)	No

4) ¿En qué tipo de entidad labora?

a)	Nacional
b)	Privada
c)	Independiente

5) ¿Cuál es la cantidad de salario que percibe al mes?

a)	S/0 - S/1050
b)	S/1500 a S/2000
c)	Más de S/2000

6) ¿Alguna vez ha enfrenta una crisis emocional, por problemas personales o laborales, carga excesiva de estrés, entre otras más?

a)	Sí
b)	No

7) ¿Cómo has podido regular tus problemas emocionales?

a)	Intervención médica y psicológica
b)	Mediante familiares
c)	Por sí solo

8) ¿Con qué frecuencia sueles acudir a centros de atención psicológica?

a)	Nunca
b)	Casi nunca
c)	A veces
d)	Casi siempre
e)	Siempre

9) ¿Qué tipo de entidad prefieres para una atención psicológica?

a)	Estatad
b)	Privada

10) ¿Qué particularidades buscas en el servicio de atención psicológica que recibe? Marca en los diferentes rangos de importancia en relación a las categorías del recuadro

Características	Nada importante	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante
Servicio					
Personal especializado					
Confianza					
Reconocimiento					
Seguridad					
Costo del servicio					

11) ¿De qué manera quisiera recibir el servicio de atención psicológica “Vitalmente”?

a)	Presencial
b)	Tele-psicología
c)	Virtual

12) ¿Cuánta es la cantidad estimada que podría pagar para adquirir el servicio de atención psicológica?

a)	S/80
b)	S/120
c)	S/ 160

13) ¿Le interesaría adquirir el servicio de orientación y cuidado psicológico de la empresa “Vitalmente”?

a)	Sí
b)	No

14) ¿Cuál es el medio de su preferencia para el lanzamiento de este producto?

a)	Revistas
b)	Periódicos
c)	Redes Sociales
d)	Radio
e)	Televisión

15) ¿Cree usted que el cuidado de la salud mental influye en el desempeño de sus funciones laborales y personales?

a)	Sí
b)	No

16) ¿Confía que nuestro servicio podrá ayudarle en sus problemas emocionales como también los de sus integrantes de su familia?

a)	Sí
b)	No
c)	Quizás