



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADM. DE EMPRESAS /
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN APLICATIVO DE
SERVICIOS PSICOLÓGICOS CALM APP A NIVEL NACIONAL**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Adm. de
Empresas / Gestión Administrativa**

MILY KARINA CUERVO ANGULO

(0009-0008-3157-373X)

SAYURI VICTORIA ROJAS BALDEÓN

(0009-0006-2996-9191)

Lima – Perú

Año 2024

Dedicatoria

A nuestros padres.

Índice General

Resumen Ejecutivo	10
Introducción	11
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	13
Objetivo	13
Objetivo Específico	13
Descripción de la Idea de Negocio	13
Propuesta de Valor	15
<i>Matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>15</i>
<i>Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>16</i>
Capítulo II: Análisis Interno y Externo	27
Factores que Determinan el Éxito	27
Organización	28
Matriz de los Factores Internos MEFI	29
Análisis PESTEL	32
<i>Factores Legales y Políticos</i>	<i>32</i>
<i>Factores Financieros y Económicos</i>	<i>33</i>
<i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos</i>	<i>33</i>
<i>Factores Tecnológicos y Científicos</i>	<i>34</i>
<i>Factores Ambientales y Ecológicos</i>	<i>34</i>
Análisis de las 5 Fuerzas de Poder	35
<i>Poder de Negociación con los Clientes</i>	<i>35</i>
<i>Poder de Negociación con los Proveedores</i>	<i>35</i>
<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos</i>	<i>36</i>
<i>Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores</i>	<i>37</i>
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i>	<i>37</i>
<i>Grado de Atracción de la Industria o Sector</i>	<i>38</i>
Matriz de los Factores Externos MEFE	38
Capítulo III: Planteamiento Estratégico	40
Misión	40

Visión	40
Valores	40
Objetivo Estratégico	40
FODA	41
<i>Fortalezas</i>	41
<i>Debilidades</i>	42
<i>Amenazas</i>	43
<i>Oportunidades</i>	44
<i>Estrategia FO</i>	45
<i>Estrategia DO</i>	45
<i>Estrategia FA</i>	45
<i>Estrategia DA</i>	46
Matriz FODA	47
Ventaja Competitiva	48
El Mapa Estratégico	49
Indicadores para Medir las Estrategias	49
Diagrama de Gantt	51
Capítulo IV: Análisis de Mercado	53
Análisis de Mercado	53
<i>Mercado Meta</i>	53
<i>Prototipo para la Encuesta</i>	54
<i>Método de Investigación</i>	59
<i>Muestra</i>	59
<i>Resultados de la Encuesta</i>	59
Estimación de la Demanda	62
<i>Demanda en Unidades</i>	62
<i>Proyección de Ventas</i>	62
Capítulo V: El Plan de Marketing	63
Variables de Segmentación del Consumidor	63
Mapa de Experiencia del Cliente	64
Marketing Mix	64

<i>Estrategia del Producto o Servicio</i>	65
<i>Estrategia de Precio</i>	66
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i>	66
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i>	66
Costos del Marketing	67
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas	69
Selección de la Ubicación del Negocio	69
Proceso de la implementación del Servicio	69
Plan de Producción	71
<i>Equipos e Infraestructura</i>	71
<i>Tiempo de Producción</i>	71
<i>Capacidad de Producción</i>	72
<i>Nro. de Personas Necesarias para la Producción</i>	72
<i>Diagrama de Procesos</i>	73
Gestión de Calidad	74
Costo de las Operaciones Productivas	75
<i>Costo del personal operativo periodo 1</i>	76
<i>Costo del personal operativo periodo 2</i>	76
<i>Costo del personal operativo periodo 3</i>	76
<i>Costo del personal operativo periodo 4</i>	77
<i>Costo del personal operativo periodo 5</i>	77
Capítulo VII: La Gestión Logística	78
Gestión de las Compras	78
<i>Identificación de los Proveedores</i>	78
Gestión del Almacenamiento	78
Costo de la Gestión Logística	78
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	79
Organigrama	79
Requerimiento de los Cargos	79
Funciones y Responsabilidades	80
<i>Gerente Administrativo</i>	80

<i>Administrador</i>	80
<i>Ingeniero de Infraestructura</i>	81
<i>Desarrollador de Software</i>	81
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal	82
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal	83
Costo del Personal	84
Requisitos para Constitución del Negocio	84
Costos de Constituir el Negocio	84
Capítulo IX: Plan Financiero	85
Consideraciones Iniciales	85
Financiamiento de la Inversión	86
<i>Flujo de devolución anual.</i>	86
Estructura de Costos	88
<i>Costos Variables</i>	88
<i>Costos Fijo</i>	88
Proyección de Ventas	89
Análisis del Punto de Equilibrio	90
Inversión y el Capital de Trabajo	90
Estados Financieros	91
Evaluación Financiera	94
Conclusiones y Recomendaciones	95
Referencias Bibliográficas	97

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Matriz MEFI</i>	31
Tabla 2. <i>Factores políticos y legales</i>	32
Tabla 3. <i>Factores financieros y económicos</i>	33
Tabla 4. <i>Factores sociales, culturales y demográficos</i>	33
Tabla 5. <i>Factores tecnológicos y científicos</i>	34
Tabla 6. <i>Factores ambientales y ecológicos</i>	34
Tabla 7. <i>Poder de negociación con los clientes</i>	35
Tabla 8. <i>Poder de negociación de proveedores</i>	36
Tabla 9. <i>Amenaza de sustitutos</i>	36
Tabla 10. <i>Amenaza de entrantes</i>	37
Tabla 11. <i>Rivalidad de competidores</i>	37
Tabla 12. <i>Grado de atracción de la industria o sector</i>	38
Tabla 13. <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	39
Tabla 14. <i>Mercado meta</i>	53
Tabla 15. <i>Fuente de financiamiento</i>	87
Tabla 16. <i>Flujo de financiamiento neto</i>	87
Tabla 17. <i>Demanda estimada</i>	89
Tabla 18. <i>Capital de trabajo</i>	90
Tabla 19. <i>Estado de resultados</i>	91
Tabla 20. <i>Estado de flujo efectivo</i>	93
Tabla 21. <i>Resumen de flujo de caja</i>	94
Tabla 22. <i>Resultados del VAN y TIR</i>	94

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Matriz FODA</i>	47
Figura 2. <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	49
Figura 3. <i>Indicadores</i>	50
Figura 4. <i>Diagrama</i>	51
Figura 5. <i>Mapa de experiencia del estudiante</i>	64

Resumen Ejecutivo

Calm App es una plataforma digital diseñada para ofrecer servicios psicológicos accesibles a nivel nacional. A través de un modelo de economía colaborativa, conecta a usuarios con psicólogos certificados, facilitando sesiones en línea y acceso a contenido educativo sobre salud mental. La propuesta de valor radica en su accesibilidad, flexibilidad y confidencialidad, respondiendo a la creciente demanda de atención psicológica en Perú, el mercado objetivo incluye adolescentes, jóvenes y adultos que enfrentan problemas como ansiedad, estrés y depresión, con dificultades para acceder a servicios tradicionales. Se proyecta una demanda inicial de 10,368 sesiones en el primer año, con un crecimiento progresivo del 5% anual. La principal competencia la conforman plataformas similares y consultorios presenciales, aunque Calm App se diferencia por su alcance digital y precios accesibles, financieramente, el proyecto proyecta un VAN de S/ 277,433.54 y una TIR del 77%, con una recuperación de inversión en dos años. Aunque el flujo de caja es negativo inicialmente, se espera rentabilidad a partir del segundo año. La estrategia de marketing digital y alianzas con influencers potenciarán la adopción de la plataforma.

Palabras clave: Psicología, aplicación móvil, asesoramiento, bienestar emocional, telepsicología.