ATMIRE

Title	Un día Nuevo : Aplicativo de ayuda para la salud emocional
Item Type	info:eu-repo/semantics/masterThesis
Authors	Casildo Canedo, Roxana Iris
Publisher	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)
Rights	info:eu-repo/semantics/openAccess
Download date	2026-11-26 23:57:35
Item License	http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/
Link to Item	http://hdl.handle.net/10757/653181



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

ESCUELA DE POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN Y DOCENCIA EN ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

Un día Nuevo : Aplicativo de ayuda para la salud emocional

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado académico de Maestro en Gestión y Docencia en Alimentación y Nutrición

AUTOR(ES)

Casildo Canedo, Roxana Iris 0000-0002-2694-4339

ASESOR(ES)

Cárdenas, Solís Celia Hermelinda 0000-0002-0013-8179

Lima, 17 de Agosto del 2020

DEDICATORIA

A mis hijas por su amor, paciencia durante este proceso y en especial a mi esposo por su apoyo incondicional y alentarme a seguir adelante.

RESUMEN

Este plan de negocios busca aportar en una problemática a nivel mundial, la cual va aumentando en el número de afectados cada año, la salud mental. La OMS afirma que las funciones mentales están interconectadas con el funcionamiento físico, mental y con el estado de salud, donde por ejemplo la depresión constituye un factor de riesgo en el cáncer o en los trastornos cardiovasculares, la ansiedad puede afectar un tratamiento físico de manera sustancial.

La ausencia de salud mental ha traído grandes consecuencias como suicidios en jóvenes y adultos, debido a que no fueron tratados a tiempo ya sea por el poco conocimiento de su relevancia o por el costo alto que esta enfermedad conlleva.

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es por todo ello que a través de este trabajo se propone un aplicativo de ayuda para la prevención, alivio y mejora de estados emocionales que pueden perjudicar nuestra salud. ¨Un día nuevo¨ app es una propuesta con programas especializados que brindará herramientas de manera integral, que acompañarán diariamente al usuario, abarcando los temas de alimentación, deporte y mente, pensamientos. Ofreciendo también un Chatbot las 24 horas para que el usuario puede encontrar alivio cuando lo necesite, a través de actividades adecuadas a las necesidades que este requiera.

Para este plan de negocios nos hemos enfocado en las mujeres de 15 años a 55 años de edad, de niveles socioeconómicos A, B y C. Debido a que existe una diferencia entre géneros en cuanto a la salud mental, las mujeres son más propensas en padecer trastornos de ansiedad o depresión debido a la internalización de estos estados emocionales y como responde el cuerpo ante estas emociones a diferencia de los hombres.

Con una inversión de **S/128,090** proyectado a 5 años en un escenario esperado, muestra indicadores de rentabilidad con un valor neto actual (VAN) de **S/740401.48** y una tasa interna de retorno (TIR) de **48%** estos valores concluyen que a nivel económico el proyecto es viable y rentable.

Palabras claves: Salud mental, bienestar, estilo de vida, salud integral, aplicación móvil.

ABSTRACT

This business plan aims to address a worldwide problem, which is increasing in the number of people affected each year, and that is mental health. The WHO states that mental functions are interconnected with physical and mental functioning and health status, where, for instance, depression is a risk factor in cancer or cardiovascular diseases, anxiety can significantly affect physical treatment.

The absence of mental health has brought great consequences such as suicides in young people and adults, since they were not treated on time either because of poor knowledge of its relevance or its high cost.

Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of diseases or illnesses. Therefore, through this plan, an application is proposed to help prevent, relieve and improve any emotional state that may be harmful to our health. "Un día nuevo" app is a proposal with specialized programs that will provide tools in a comprehensive manner, which will accompany the user daily, addressing the topics of food, sports and mind, and thoughts. It also offers a 24-hour chatbot so that the user can find relief when needed through activities that meet their needs.

For this business plan, our focus is on women from 15 to 55 years old from A, B and C socioeconomic levels. Since there is a gender difference in mental health, women are more likely to suffer from anxiety disorders or depression due to the internalization of these emotions and the way their body responds to these emotions unlike men.

With an investment of S/**128,090** planned for 5 years in an expected scenario, it shows indicators of profitability with a net present value (NPV) of S/**740401.48** and an internal rate of return (IRR) of **48%.** These values conclude that, at an economic level, the project is viable and profitable.

Key words: Mental health, well-being, lifestyle, comprehensive health, mobile application.

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS VIII

ÍNDICE DE FIGURAS IX

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 3

ANÁLISIS DEL NEGOCIO 3

1.1. IDEA DEL NEGOCIO 3

1.2. CONCEPTO DE NEGOCIO 4

1.3. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DEL PLAN DE NEGOCIO 5

1.4. LIMITACIONES 6

1.5. MODELO DE NEGOCIO 6

1.6. ESTRATEGIA DE NEGOCIO 7

CAPÍTULO II 9

ANÁLISIS ESTRATÉGICO 9

2.1. VISIÓN, MISIÓN Y VALORES 9

2.2. ANÁLISIS INTERNO 10

2.2.1. Análisis FODA 10

2.2.2. FODA cruzado 12

2.3. VENTAJA COMPETITIVA 14

2.4. ANÁLISIS EXTERNO 15

2.4.1. Análisis PESTEL 15

2.4.2. Análisis político, legal. 16

2.4.3. Económico y financiero 16

2.4.4. Análisis social, cultural y demográfico 17

2.4.5. Análisis tecnológico 19

CAPÍTULO III 21

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA 21

3.1. LAS 5 FUERZAS DE PORTER 21
3.1.1. Amenaza de productos sustitutos (media) 21
3.1.2. Amenaza de Nuevos Competidores (alta) 22
3.1.3. Poder de Negociación de los Proveedores (baja) 23
3.1.4. Poder de Negociación de los compradores (media) 23
3.1.5. Rivalidad entre competidores existentes (baja) 24
3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS COMPETIDORES 25
3.2.1. Competidores directos: 25
3.2.2. Competidores Indirectos 28
CAPÍTULO IV 30
INVESTIGACIÓN DE MERCADO 30
4.1. PÚBLICO OBJETIVO 30
4.2. CARACTERÍSTICAS DE MUESTREO Y ENCUESTA 30
4.3. RESULTADOS 30
4.4. CONCLUSIONES 36
CAPÍTULO V 37
PLAN DE MARKETING 37
5.1. OBJETIVOS DEL MARKETING 37
5.2.1. Público objetivo 39
5.2.2. Posicionamiento 39
5.2.3. Crecimiento 41
5.3. MARKETING MIX 41
5.3.1. Producto 42
5.3.2. Precio 43
5.3.3. Plaza 44
5.3.4. Promoción 45
5.4. PRESUPUESTO DE MARKETING 46
CAPÍTULO VI 48
PLAN OPERATIVO 48
6.1. DISEÑO DE LOS PROCESOS 48

6.1.1. Mapa de procesos 48
6.1.2. Procesos Estratégicos 49
6.1.3. Procesos Operativos 49
6.1.4. Procesos de apoyo 52
6.2. UBICACIÓN Y EQUIPAMIENTO **53**
6.3. PRESUPUESTO DE ACTUALIZACIONES **53**
CAPÍTULO VII 55
RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN 55
7.1. ORGANIGRAMA **55**
7.1.1. Descripción de puestos 55
CAPÍTULO VIII 59
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO 59
8.1. DATOS PARA LA EVALUACIÓN FINANCIERA **59**
8.2. SUPUESTOS DE VENTAS Y DE PROYECCIÓN **59**
8.3. INVERSIÓN INICIAL **60**
8.3.1. Activos fijos 60
8.3.2. Gastos pre operativos 61
8.3.3. Capital de trabajo 62
8.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS **62**
8.5. EBITDA **63**
8.5.1. Estados Financieros 64
8.5.2. Estado de resultados 65
8.6 . INDICADORES DE RENTABILIDAD **65**
8.6.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD **66**
CONCLUSIONES 67
REFERENCIAS 69
ANEXOS 72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precios 44
Tabla 2. Presupuesto de Marketing 47
Tabla 3. Actividad mensual 54
Tabla 4. Actividad de actualización dos veces al año 54
Tabla 5. Presupuesto de Recursos Humanos 58
Tabla 6. Activos Fijos 60
Tabla 7. Activos Intangibles 61
Tabla 8. Gastos Preoperativos 61
Tabla 9. Gastos de inversión 62
Tabla 10. Capital de trabajo 62
Tabla 11. Gastos administrativos y operativos 63
Tabla 12. EBITDA 64
Tabla 13. EBIT 64
Tabla 14. Estructura de Financiamiento 65
Tabla 15. Estado de resultados 65
Tabla 16. Indicadores de rentabilidad 65
Tabla 17. Escenario Optimista 66
Tabla 18. Escenario negativo 66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Matriz Canvas 7
Figura 2. Análisis Foda 10
Figura 3. La salud mental de los peruanos 11
Figura 4. Tips para la buena salud mental 15
Figura 5. Alimetación y vida saludable en Lima 18
Figura 6. Las 5 fuerzas de Porter 21
Figura 7. Apicativo Remente 26
Figura 8. Aplicativo Calm 27
Figura 9. Apicativo MoodSpace 28
Figura 10. Pregunta 1: Edades de encuestadas 31
Figura 11. Pregunta 2: Uso de aplicativos 31
Figura 12. Pregunta 3: Emociones 32
Figura 13. Pregunta 4: Definiendo emociones 33
Figura 14. Pregunta 5: Actitudes ante emociones 33
Figura 15. Pregunta 6: Gusto del aplicativo 34
Figura 16. Pregunta 7: Temas que valorarían del aplicativo 34
Figura 17. Pregunta 8: Pago por aplicativo 35
Figura 18. Pregunta 9: Cuánto pagaría 35
Figura 19. Lugar de uso de Internet 38
Figura 20. Actividades en Internet 38
Figura 21. Uso de aplicativos y redes sociales 40
Figura 22. Logo de "Un día Nuevo" 42
Figura 23. "Un día Nuevo" 43
Figura 24. Promoción de "Un Nuevo Día" 45
Figura 25. Página Web de "Un día Nuevo" 46
Figura 26. Mapa de Procesos 48
Figura 27. Planes de "Un nuevo día" 50
Figura 28. Otros programas de "Un nuevo día" 50
Figura 29. Programas gratuitos de "Un nuevo día" 52
Figura 30. Organigrama 55
Figura 31. Modalidades de trabajo 58

INTRODUCCIÓN

Este plan de negocio está sustentado en una problemática la cual va incrementando en el Perú y en el mundo, se trata de la salud mental. Según la OMS la salud mental es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

Es por ello que estados emocionales como son: depresión, ansiedad, stress, etc. pueden ser perjudiciales al no ser tratados a tiempo, afectando también nuestra salud física, generando problemas como los cardiovasculares, digestivos o afectando a nuestro sistema inmunológico. Inclusive, se podría llegar a adquirir un trastorno mental debido a las alteraciones de pensamientos y emociones.

Estos estados emocionales son muy comunes y a pesar que se muestran tanto en mujeres como hombres, su prevalencia se encuentra en el sexo femenino. En el mundo, la depresión representa el tercer lugar de los problemas más comunes de salud mental. En el Perú se ha atendido 183,311 casos de depresión solo en el año 2017 según MINSA. Por otro lado, la ansiedad en el mundo representa 264 millones y en el Perú es el trastorno más atendido llegando a los 246,000 casos atendidos solo en el año 2017 según MINSA.

El Ministerio de Salud actualmente cuenta con un plan de fortalecimiento de Servicio de Salud mental debido a la gran necesidad y a la poca accesibilidad que tienen los peruanos a esta ayuda en los diferentes hospitales y centros.

Estos estados emocionales pueden estar presentes en el día a día y pueden generarse por diferentes motivos como exceso de trabajo, problemas familiares, exceso de información negativa, violencia, etc. Hoy en día estamos enfrentando situaciones difíciles debido al COVID-19, muchas personas que se encuentran en sus hogares con temor, con ansiedad y diferentes estados emocionales debido a la incertidumbre laboral, de salud, por la pérdida de un ser querido y en general al futuro, ya que es una situación que nadie lo esperaba y está afectando a todo el mundo.

Por todo lo mencionado este plan de negocio desea aportar en la mejora de la salud mental con un aplicativo para mujeres que brinde diferentes herramientas de ayuda para poder manejar estas emociones o estados a tiempo, brindado mensajes motivacionales, consejos

sobre alimentación, ejercicios y herramientas de inteligencia artificial para agendar tus avances basados en metas diarias que te ayudarán a disfrutar y encontrar bienestar físico y mental.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL NEGOCIO

1.1. Idea del Negocio

La idea de negocio se origina debido a la necesidad y a la importancia que tiene la salud mental de las personas en el Perú y en el mundo, sobre todo en las mujeres, con la mayor cantidad de atenciones debido a estados emocionales como son la depresión, ansiedad, estrés o soledad, los cuales se presentan por diferentes motivos a los cuales la mujer está expuesta.

Así mismo, la tecnología hoy en día a dado un avance acelerado. Según el World Economic Forum la tecnología ya tiene un impacto mayor en el mundo debido a los acontecimientos del Covid 19. Como son las compras de internet, pagos digitales, trabajos remotos, educación a distancia, entretenimiento en línea y en general todo lo que pueda facilitar al usuario los servicios que pueda necesitar, brindando un servicio ágil, rápido y efectivo. Anterior a esta pandemia, la tecnología ya estaba presente y su crecimiento era constante, pero lo que ha ocasionado esta pandemia es acelerar los servicios y la necesidad de la tecnología.

El desarrollo de aplicativos ya tenía un crecimiento de 50 millones anuales desde el 2018, ya que comenzó a aumentar la rentabilidad de las empresas a un 30%, 40%. Diez de cada nueve personas ve su celular 150 veces solamente antes de acostarse, entonces que se puedan ofrecer servicios por este medio es muy efectivo. Según Julio Ramón Gerente General de la empresa consultora digital Perú Apps.

Por otro lado, debido a la experiencia personal de trabajar con adolescentes y jóvenes mujeres con problemas alimenticios, depresión, ansiedad entre otros problemas en una casa refugio, como directora ejecutiva, he podido ver de cerca como estos estados emocionales pueden convertirse en un gran problema si no se tiene la ayuda necesaria. Estados que comenzaron con pensamientos negativos debido a situaciones difíciles en casa, de manera social o también debido a la información constante de prejuicios, etiquetas que las redes sociales informan sobre prototipos físicos de mujeres perfectas. También puedo decir que luego del tratamiento que éstas chicas reciben, necesitarían y resultaría beneficioso una guía o un acompañamiento para seguir aplicando lo aprendido, para la toma de buenas decisiones, donde creo que este aplicativo sería beneficioso para ellas también.

Es por todo ello, que se vio muy adecuado realizar un aplicativo de ayuda para los estados emocionales, así evitando mayores daños en las mujeres.¨ Un día nuevo¨ no es un aplicativo de tratamiento, pero es un aplicativo que acompañará en el día a día con buena información, realizada por profesionales de la salud, que motivará a la toma de buenas decisiones, con consejos sobre alimentación, deporte, a través de inteligencia artificial la cual hará de este aplicativo dinámico e inteligente para recordar retos agendados, o brindar sugerencias para manejar momentos difíciles y hacer tu día productivo y beneficioso.

1.2. Concepto de Negocio

¨Un día nuevo¨ es un aplicativo (app), que brindará su servicio de manera virtual al 100%. El cual brindará herramientas abarcando: salud mental, física y emocional.

El nombre ¨Un día nuevo¨ quiere recordar, darle importancia y a la vez el descanso a cada una de nuestras usuarias que día a día pueden construir nuevos hábitos y que diariamente se pueden tomar mejores decisiones que las de ayer y tomar cada día como una nueva oportunidad, nunca es tarde para tomar nuevas y buenas decisiones.

Queremos brindar programa o módulos aplicados a 4 diferentes emociones: stress, ansiedad, depresión y soledad. Los cuales pueden tomarlos de manera mensual y de manera anual, registrando avances y diferentes técnicas que ayudarán a mejorar estos estados.

Adicional a ello, programas para el cuidado de la salud, siempre abarcando mente, cuerpo y emociones. Para aquellas mujeres que en general deseen mejorar su estilo de vida.

Con esta aplicación se desea ir renovando e incrementando ayuda actual que pueda ser de beneficio para las usuarias, como una guía para afrontar la pandemia, guías para trabajar desde casa con hijos, ayuda adicional que iría de manera gratuita al tomar nuestros paquetes.

Finalmente, queremos brindar acceso gratuito limitado de herramientas que las usuarias podrán acceder al obtener la app, los cuales pueden funcionar como ¨cebo¨ para que las visitantes puedan animarse a comprar los programas y ser usuarias de la aplicación ¨Un día a la vez¨.

Abarcamos cuerpo y mente por los siguientes motivos:

Según la doctora neuróloga, Caroline Leaf, nuestros pensamientos producen fruto, nuestras palabras y acciones son una construcción de nuestra mente. Es por ello que podemos decir que es el gran inicio del cómo nos podemos sentir. Donde sólo el mismo ser humano determina y es responsable de que decisión tomar. Nosotras creamos destino con nuestras decisiones. Es por ello que queremos abarcar mente en esta aplicación, educando y animando con las diferentes técnicas que brindaremos a través de la inteligencia artificial, información realizada con una psicóloga, especialista en estos temas.

El cuerpo va a responder correctamente si este está bien alimentado y ejercitado. Es por ello que abarcaremos el tema de alimentación, Según el doctor Markhyman los alimentos modulan toda nuestra biología, afectan nuestras hormonas, nuestro cerebro, el estado nutricional y otras funciones biológicas. Existen además alimentos que pueden aliviar nuestras emociones, como también pueden perjudicarlas, como es el exceso de azúcar, comidas ultra procesadas, que pueden causar inflamación generando dolores de cabeza, musculares, etc. Por el contrario, existen alimentos que nutren, desinflaman y pueden ayudarnos a darnos bienestar, energía, etc.

Está comprobado que el ejercicio reduce el stress, mejora el bienestar cerebral, reduce el riesgo de enfermedades crónicas, desintoxica, etc.

Por todo ello, creemos que ¨Un día a la vez¨ será una gran alternativa para mujeres en este tiempo, en el cual estamos bombardeados de información y no necesariamente correcta o acertada, donde tampoco sabemos por dónde comenzar. Esta aplicación no sólo brindará información, te ayudará a aplicarla, te ayudará a ordenar tu día, te recordará horarios y metas, los cuales facilitarán y ayudarán a que tu día cuente.

1.3. Justificación y Objetivo del plan de negocio

Este plan de negocio tiene como Objetivos los siguientes:

Objetivo principal

-El objetivo principal es evaluar la viabilidad del negocio, un aplicativo para mujeres que apoya al bienestar mental, físico y emocional.

Objetivos secundarios

-Cuantificar la demanda potencial para el aplicativo ¨Un día nuevo¨.

-Identificar los factores valorados por el consumidor para este aplicativo.

-Determinar la viabilidad económica, financiera del negocio propuesto.

-Definir las estrategias más favorables para el éxito del negocio.

1.4. Limitaciones

Este aplicativo podrá llegar a nivel latinoamericano y de habla hispana, debido a que tiene o engloba un tema el cual es universal, la salud mental. Así mismo al estar en idioma español y ser una app móvil podrá facilitar su llegada para estos países. Al ser una herramienta tecnológica no tiene límites en cuanto al alcance que puede tener, es por ello que se puede llegar a un gran mercado, pero para este plan de negocios, se evaluará su factibilidad en el departamento de Lima. Enfocando las estrategias, publicidad, a las mujeres entre 15 a 55 años de edad de NSE A, B Y C, para luego proceder al crecimiento del negocio en el país y fuera de este.

1.5. Modelo de Negocio

El modelo del Negocio hoy en día es conocido también como Fremium, uno de los modelos más exitosos en el rubro de aplicativos, donde le brindas al usuario acceso al aplicativo de manera gratuita y acceso al programa de manera limitada, para que pueda probar solamente y si desea la versión completa o acceder a mayor información este tendrá que realizar el pago. El pago podrá realizarse con tarjeta de crédito o débito y automáticamente el servicio estará libre para su uso.

Así mismo, para describir el modelo de negocio, se ha desarrollado el modelo Canvass el cual permitirá ver y moldear en un solo folio cual es el modelo de negocio.

Modelo de Negocio Canvass

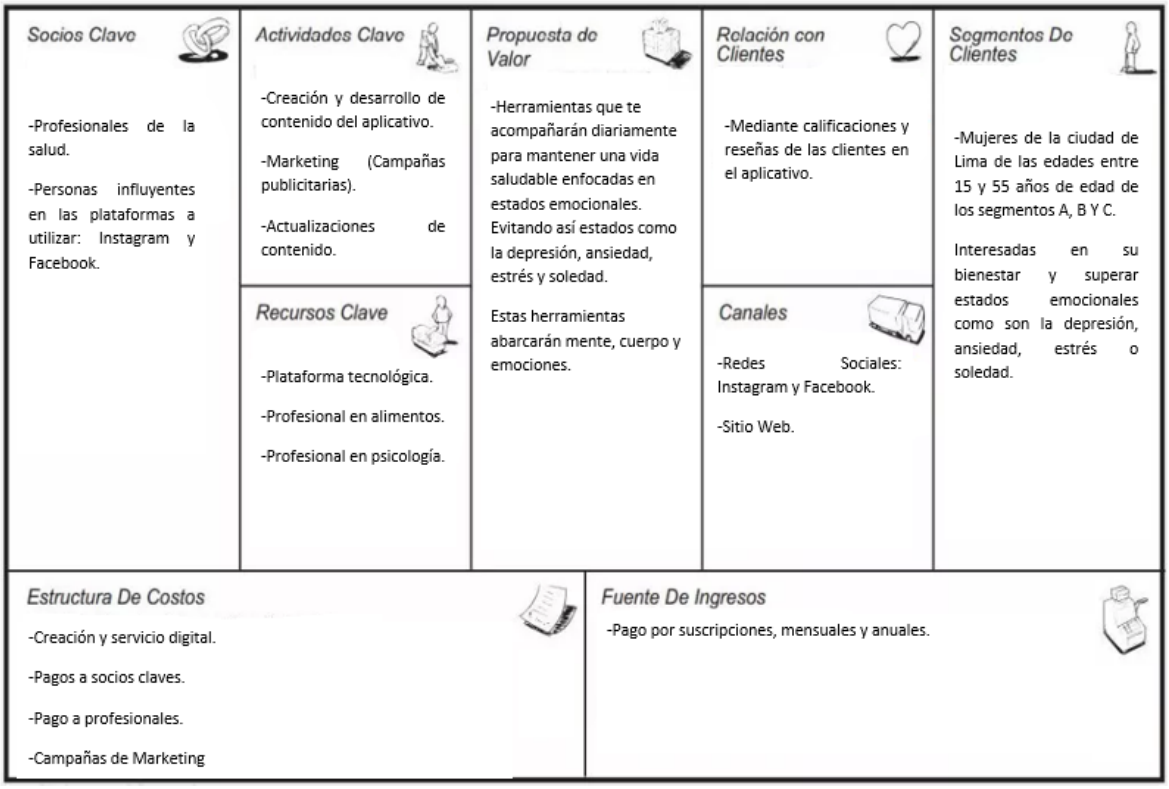


Figura 1. Matriz Canvas

Fuente: Elaboración Propia

1.6. Estrategia de negocio

La estrategia que se implementará es de diferenciación.

El aplicativo ¨Un nuevo día¨ buscará diferenciarse de otros aplicativos a modo de estrategia, primero por el tema relevante y necesario que afrontan todas las mujeres del Lima- Perú. Hoy vivimos una nueva realidad, buscando aislamiento para evitar contagio del virus Covid-19, el cual ha llevado al cambio de estilo de vida dando un giro el cual nadie esperaba, ni estaba preparado.

Hoy muchas mujeres se encuentran en casa no sólo al cuidado de los hijos, también con teletrabajo, con las labores de casa, encargadas de la cocina, limpieza e inclusive colegio en

casa para los hijos, además de mantener una buena relación con el cónyuge y la familia en general.

Existe casos de mujeres con parientes infectados con el virus o que han fallecido debido a este. Mujeres asustadas, paralizadas debido a todos los acontecimientos, cuidados y temores de no contagiarse ella o los suyos.

Éstos son sólo algunos ejemplos de mujeres con estados emocionales diversos aplicados a la situación actual, pero existen diferentes tipos de situaciones que pueden desencadenar estados emocionales como son la ansiedad, stress, depresión y soledad y pueden deberse a carga laboral, inseguridades, problemas personales, etc.

Este aplicativo busca traer herramientas y apoyar durante este proceso a cada mujer que lo necesite o que quiera mejorar su salud o estado emocional.

El Instituto de Salud Mental, Noguchi, recomienda el hacer ejercicios, el buscar la meditación, el alimentarse de manera saludable para poder manejar estas situaciones, además de tener consulta con un psicólogo si es necesario. ¨Un día nuevo quiere brindar herramientas que beneficien a la salud mental, abarcando mente y cuerpo, este aplicativo se diferenciará de otros aplicativos que quizás brindan ayuda abarcando sólo un tema como alimentos o solo meditación, este aplicativo buscará abarcar el cuidado integral de nuestros usuarios.

Nos diferenciaremos al ser en idioma español y así mismo, queremos brindar mayor cantidad de herramientas que puedan ser aplicadas a la realidad peruana, latinoamericana y actualizada a las circunstancias que se puedan presentar, con un precio atractivo para los usuarios. Así mismo, diferenciarnos por la calidad, queremos brindar un buen servicio virtual es por ello que se usará inteligencia artificial para que esta app sea dinámica y que no exista problemas en el seguimiento al usuario, brindando la ayuda óptima.

Este aplicativo contará con un Chatbot las 24 horas, realizado por profesionales para que los usuarios puedan tener esta ayuda cuando lo necesiten, lugar donde pueden realizar preguntas, o pedir ayuda, brindando así alguna herramienta para el caso específico.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1. Visión, misión y valores

Visión

Ser un aplicativo reconocido en el Perú y en los países de lengua hispana por ser una app con recursos de ayuda para las mujeres que deseen mejorar su salud mental, física y emocional.

Misión

Brindar herramientas que ayuden a las mujeres del Perú y de países de lengua hispana a superar estados emocionales que se puedan presentar en el día a día y encontrar bienestar mental, físico y emocional.

Valores

¨Un día nuevo¨ buscará que los valores se reflejen en la calidad y uso del aplicativo.

Responsabilidad: En brindar información y herramientas actualizadas. Esto implicará un gran beneficio para nuestros usuarios y un reto para nosotros en estar al pendiente de las mejores herramientas y situaciones que nuestras usuarias puedan necesitar.

Compromiso: Al ser un aplicativo para mujeres, como mujer, tengo el compromiso de brindar herramientas que funcionen, que realmente puedan marcar una diferencia en el día a día del usuario.

Confiabilidad: Brindando información validada por profesionales de la salud y así mismo cuidando la información que el usuario brinde al aplicativo.

Honestidad: Que nuestros usuarios reciban lo prometido a través de las redes sociales. Así como creemos importante que el aplicativo pueda recibir calificaciones que nos ayuden a mejorar día a día.

2.2. Análisis Interno

2.2.1. Análisis FODA

Se ha encontrado los siguientes factores que se aprovecharán para el beneficio del aplicativo:



Figura 2. Análisis FODA

Fuente: Elaboración propia

A partir de este análisis, se puede concluir que el aplicativo presenta importantes oportunidades debido a la necesidad y amplio mercado donde el aplicativo ¨Un día nuevo¨ utilizará sus fortalezas para lograr un crecimiento sostenido.

Existen oportunidades relacionadas con la demanda, debido a que la necesidad de la salud mental está en incremento, así como también el interés de mantener una vida saludable. Hoy en día, es más clara la relación que existe entre las emociones y nuestra salud física, en cómo estas emociones pueden bajar nuestras defensas siendo un riesgo para nuestro cuerpo. Según el doctor Colbert ¨las montañas rusas emocionales minan la salud física y psicológica, y a menudo dejan a la mente y el cuerpo casi sin energías ni fuerzas¨. Es por ello que podemos

decir que la mente y el cuerpo están relacionados. El modo en que nos sentimos emocionalmente puede determinar cómo nos sentimos físicamente. Entonces es posible inclusive prevenir enfermedades si comenzamos por nuestra salud mental, física y emocional.

Según el Minsa un cuarto de toda la población peruana pasa por un problema mental y el 80% de ellos no recibe ningún tratamiento, es decir no van donde un especialista porque no creen necesario ir a uno, porque no creen que estados emocionales puedan traer consecuencias, pero éstas pueden ocasionar desde tomar malas decisiones o no poder relacionarse socialmente hasta ocasionar un suicidio con un trastorno de depresión, etc.

Siendo la depresión y ansiedad los estados más comunes y en crecimiento cada año. Es por todo esto que este aplicativo quiere brindar ayuda, la cual acompañará diariamente con buenos consejos, herramientas que ayudarán con la salud mental, abarcando cuerpo y mente, trayendo así bienestar.

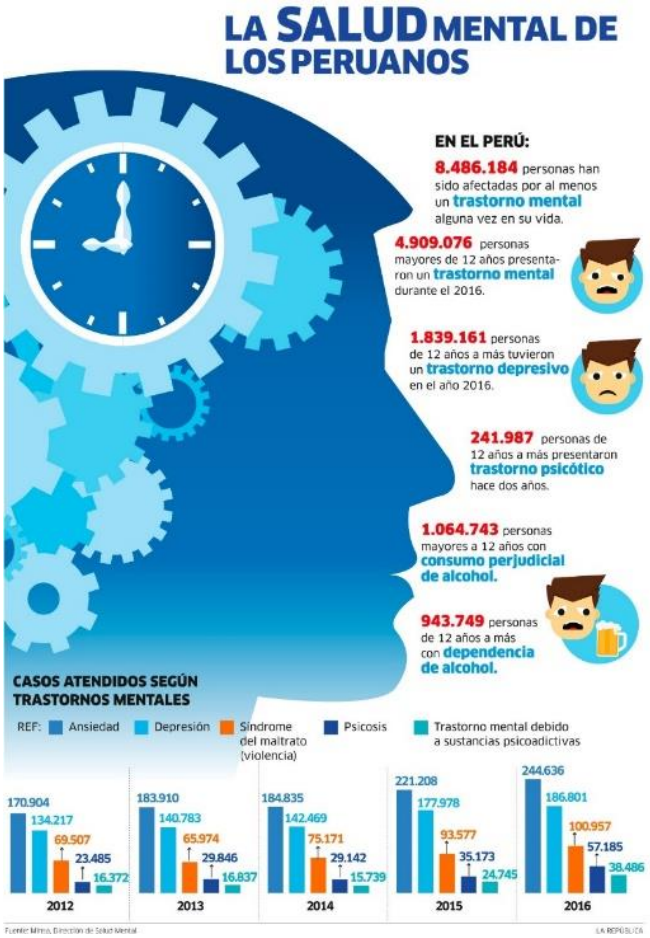


Figura 3. La salud mental de los peruanos

Fuente: Minsa. Dirección de Salud Mental

En el contexto de la Pandemia las personas están experimentando emociones negativas debido a la incertidumbre y peligro que hoy existe. Malestares como ansiedad, miedo, tristeza, preocupación, soledad, más aún si no tiene el soporte social o familiar que sirven de apoyo para estos momentos. Situaciones que necesitarán ser atendidas y cifras las cuales aún no se conocen, pero que donde la preocupación existe, es por ello que Minsa facilitó una línea de ayuda para todos estos casos.

2.2.2. FODA cruzado

Estrategias ofensivas (FO):

E1. Ofrecer una aplicación móvil que ayude y apoye al bienestar mental, abarcando mente cuerpo y emociones, se brindarán cursos o bloques que brindarán herramientas sobre alimentos, ejercicios, meditación, recursos y el cual podrá registrar tus avances. (F1, F2, O1, O2, O3, O4, O5).

E2. Captar clientes a través de las redes sociales, para este trabajo tomando en cuenta las mujeres de Lima, para luego seguir abarcando el país y mujeres de habla hispana de todo el mundo, ya que también las redes sociales nos permiten llegar a diferentes países. Aplicando conocimientos de cada plataforma se podrá llegar a los segmentos que queremos llegar, de manera sencilla con hashtags, o inversión de influencers, por ejemplo. (F1, F2, F3,01,02,03, O4, O5).

E3. El aplicativo contará con información realizada por una psicóloga y una profesional de alimentos, ambos con experiencia de más de 5 años con jóvenes mujeres con problemas alimenticios, ansiedad, depresión y otros. Por ello, que se aprovechará e informará del contenido de calidad que tendrá este aplicativo en las diferentes redes sociales. (F2, 01, 03, 04, O5).

E4. Fidelización de clientes a través de información actualizada y acceso limitado gratis. Así mismo, pequeños cursos libres de manera gratuita para quienes pagan membresía anual. Recibiremos calificaciones de nuestros usuarios de manera virtual, así también podrán recomendar el aplicativo. Opción de compra de manera rápida y fácil. (F3,02,04).

E5. Los precios del aplicativo tendrán un costo accesible para los usuarios. Podrán adquirirlo de manera mensual y también anual, siendo los precios de 20 y 90 soles respectivamente. Esta será una estrategia que permitirá que los usuarios puedan acceder a los planes y a la vez obtener ganancias por la cantidad de usuarios que se inscriban. (F4, 02,03,04).

Estrategias re orientativas (DO):

E6. Establecer alianzas estratégicas con psicólogos, coachings, basándonos en que este aplicativo no va reemplazar una atención personalizada, pero puede ser de ayuda acompañando en el proceso del paciente, (D1, D2, O2, O3, O4, O5).

Estrategias defensivas (FA):

E7. Renovaremos el contenido cada tres meses o incluiremos nuevos cursos de interés para nuestros usuarios, lo cual permitirá fidelizar y buscar el liderazgo como aplicativo de salud mental, aplicativo que brinde bienestar, (F1, A1, A2).

E8. Aprovecharemos la circunstancia, la necesidad actual y nuestras fortalezas para diferenciarnos de los otros aplicativos, los cuales no están enfocados en la salud mental donde muchos de ellos tampoco se encuentran en idioma español. Así mismo el compromiso de publicitar el aplicativo diariamente a través de las redes sociales, no solo informando del aplicativo sino brindando herramientas de manera gratuita, lo cual ayudará a que nos puedan conocer y querer más herramientas a través del aplicativo, (F1, A1, A2).

Estrategias de Supervivencia (DA):

E9. Implementar un plan de comercialización y marketing agresivo, que contrarreste las debilidades identificadas y que ¨Un día nuevo¨ pueda ser conocida y captar la demanda potencial, (D1, D1, A1, A2).

Todas las estrategias presentadas, son claves para obtener los resultados esperados en el plan comercial de ¨Un día nuevo¨.

2.3. Ventaja Competitiva

La OMS afirma que la adolescencia es la etapa crucial de desarrollo y mantenimiento de hábitos emocionales, sociales, para el bienestar mental, como adoptar pautas para un sueño saludable o ejercicios, con un entorno familiar, escolar, saludables. Existen factores de riesgo como la violencia, etc. y mientras mayores sean estos factores habrá más riesgo en la salud mental. Muchos de estos casos no son detectados a tiempo, o no son tratados, entonces llega la adultez, donde en esta etapa, ya tienen un trastorno mental.

Por todo ello, este aplicativo quiere ayudar, acompañar, enseñar y prevenir problemas mentales. Abarcando a mujeres desde las edades de 15 a 55 años, donde la app tendrá contenido dirigido a este segmento, brindando un lenguaje sencillo y a la vez amigable.

En el mercado existen aplicativos para la ayuda de salud mental, emocional, pero estos en su mayoría brindan herramientas de meditación, buscando que las personas tengan tranquilidad en el momento que lo requieran, pero no abarcan herramientas que ayuden de manera integral como lo recomienda la OMS.

A través de los alimentos, los ejercicios, los pensamientos correctos o positivos, durmiendo bien y otras actividades, pueden aportar en nuestro bienestar, más aún si hacemos buenos hábitos, pues nuestras decisiones diarias darán buenos resultados a futuro.

El 95% de la serotonina se produce en el intestino entre otras funciones, regulando el estado de ánimo, emociones, apetito. Existen alimentos como los frutos rojos que pueden ayudar en el estrés o la ansiedad por su producción de dopamina y así podríamos hablar de diferentes alimentos que pueden aportar en tu salud mental.

Por otro lado, los ejercicios eliminan el cansancio mental, aumenta la producción de glóbulos rojos los cuales oxigenan el cerebro, generan endorfinas que brindan bienestar. El dormir bien, evita el estrés y la depresión, previene enfermedades y mucho más. Podemos ver con estos ejemplos que todo aporta para nuestra salud, nuestro bienestar y mediante este aplicativo queremos abarcar todas éstas áreas.



Figura 4. Tips para la buena salud mental

Fuente: Organización mundial de la Salud. Organización panamericana de la Salud

Finalmente, hace 3 años existían 4 millones de peruanos con algún problema mental, cifra que ha ido creciendo cada año, hoy la situación a la que nos ha llevado el Covid-19 lamentablemente está generando más problemas emocionales, perjudicando no sólo la salud mental, sino también la baja de defensas, afectando el sistema nervioso, el sistema inmunológico, lo cual puede empeorar la salud.

Es una realidad y una necesidad no cubierta en el mercado de los aplicativos, es por ello que este aplicativo quiere aportar en la salud, brindando herramientas para así ayudar y prevenir trastornos mentales.

2.4. Análisis Externo

2.4.1. Análisis PESTEL

El análisis Pestel identificará los factores del entorno general que influenciaría a ¨Un día nuevo¨. Así mismo complementará el análisis FODA en el marco de la planificación estratégica. Se analizará el contexto en diferentes niveles que podrían afectar el negocio de

manera directo o indirecta, considerando situaciones actuales en el sector político, económico, cultural, social, tecnológico.

2.4.2. Análisis político, legal.

La salud mental está regulada por el MINSA, en este año 2020, han logrado implementar 152 centros de salud comunitarios. Sólo en el año 2019 se atendió más de 1.2 millones de casos de salud mental, entre ellos estrés, depresión, ansiedad y violencia contra la mujer y familiar. Así mismo, está estimado un presupuesto de 350 millones para implementar otros 50 nuevos centros de salud, fortalecer hospitales, establecimientos con profesionales de la salud. El interés por la salud mental en el país estos últimos años es evidente debido a la gran necesidad en el país. Todo esto debido a que el aumento anual en problemas de salud mental aumentaba 4millones por año donde solo el 20% es atendido debido a los pocos lugares de atención y también debido a la falta de información de parte de las mismas personas afectadas de las consecuencias que estados mentales pueden causar.

El año pasado también, el gobierno aprobó el etiquetado con octógonos para productos industrializados lo cual ha permitido que los peruanos conozcamos que estamos adquiriendo en estos productos y así realizar mejores decisiones en el momento de la compra. Así como la ley 30021 de promoción de alimentación saludable, que busca fomentar actividad física, mayor información, mejorando inclusive los quioscos de colegios, buscando así la disminución de enfermedades relacionadas con el sobrepeso.

Con todo esto podemos decir que existe interés en buscar la salud en el Perú y así mismo el peruano está buscando cuidar su salud, su bienestar, lo cual beneficia a todo negocio que aporte a ello, como nuestro aplicativo ¨Un día nuevo¨.

2.4.3. Económico y financiero

La crisis del Covid-19 tendrá un impacto importante, no solo en el Perú sino en el mundo, debido a la incertidumbre que existe. El Perú venía de un crecimiento el cual redujo las tasas de pobreza, pero el Fondo Monetario Internacional estima ahora una reducción del PBI en -6.5%.

Pero también se estima un inicio de recuperación de la economía en el tercer trimestre del presente año ya que poco a poco se retomarán las actividades económicas en el país. Así mismo, el director de salud mental del Minsa ha afirmado que en estos tiempos de pandemia lo que esta predominando también son las emociones como el miedo, ansiedad, depresión, los cuales traerán o van a experimentar descomposiciones o iniciar con trastornos los cuales tendrán que ser tratados.

Yuri Cutupé también afirmó que inclusive la recuperación o la reinserción a la vida diaria traerá consecuencias en la salud mental, debido a la incertidumbre por contagio, por temas laborales, por temas sociales. Por todo ello, afirmó que la salud mental sería la segunda ¨pandemia¨ a tratar.

Debido a la importancia y a la relevancia de este tema, a pesar que la economía peruana no tenga el mejor escenario. La inversión en la salud, el interés en la salud será necesaria.

Es por ello que el aplicativo ¨Un día nuevo¨ tiene oportunidades de ser un negocio factible, accesible para el segmento al cual nos dirigimos.

2.4.4. Análisis social, cultural y demográfico

Cerca al 20% de peruanos padece de trastornos de depresión, ansiedad, estrés, etc. (Minsa 2019). La OMS había estimado que para el 2020 la depresión sería la segunda discapacidad después de las enfermedades cardiovasculares en el mundo. La ansiedad y la depresión son estados que no solo preocupan por los efectos en relación de manera social sino en el área laboral, ya que presenta pérdidas de productividad laboral, Según Marsh (Líderes en consultoría de riesgos en el Perú).

Desde el 2015 hasta este año 2020 el Ministerio de Salud se ha encargado de implementar 154 centros de salud comunitarios donde pueden acercarse personas con cualquier problema como son la depresión y ansiedad. Esperan seguir implementando más de estos centros que brinden ayuda, asesoría, ya que años atrás la población no sabía o no tenía a donde ir para obtener este tipo de ayuda.

La mayoría de personas cree que salud mental es referido a una enfermedad mental, pero salud mental va más allá que una ausencia de enfermedad mental, la salud mental tiene relación con nuestra vida diaria, familia, amigos, colegio, trabajo, pues cuando estamos

hablando de salud mental, estamos hablando de felicidad, de paz, de satisfacción, de bienestar, es por ello su gran importancia y la valoración que está obteniendo para vivir una vida plena, una vida saludable.

Ya en el 2014, existía 30% de los Limeños afectados por stress causados por problemas de salud, económicos, estudios, familia pareja según psiquiatría del Instituto Noguchi. Donde el 50% de las mujeres presentó estrés debido a situaciones de angustia, irritabilidad y aburrimiento. Luego de entrevistar 418 hogares.

En una encuesta de alimentación y vida saludable a mujeres y hombres entre 15 y 55 años de edad de la ciudad de Lima, en el año 2019, podemos comprobar como la sociedad está más informada de lo que es adecuado para su salud, pero donde también presentan sobrepeso y obesidad.



Figura 5. Alimetación y vida saludable en Lima

Fuente: Ipsos Perú

Vemos que un poco menos del 50% realiza actividad física y conoce cuales son los alimentos no saludables y al mismo tiempo gran parte se considera muy estresado.

El sistema inmunológico, es la red compleja de células y órganos que lucharán contra los antígenos, virus, bacterias que puedan entrar a nuestro cuerpo. Pero donde también las emociones como ansiedad o depresión, pueden debilitar este sistema inmune siendo así estas emociones un riesgo para nuestra salud, nuestro desarrollo personal y social. Es por ello que la OMS define a la salud mental como parte integral y esencial de la salud. Es un estado de bienestar que permitirá afrontar las dificultades diarias, trabajar de forma productiva, contribuyendo con la comunidad.

Por otro lado, debido a la situación actual, las personas deben quedarse en casa, lo cual ha demandado servicios de salud en línea como son también actividades físicas o psicológicas.

La búsqueda de cuidado de salud, bienestar y la distancia social favorecen a las empresas que ofrecen sus productos o servicios de manera virtual. Más aún si estados emocionales como la ansiedad, la depresión puede interferir con las actividades diarias, se requieren medidas, herramientas que permitan poder continuar con nuestro día, es por ello que creemos que este aplicativo se verá beneficiado con usuarios que estén interesados en esta búsqueda de salud y bienestar.

2.4.5. Análisis tecnológico

La tecnología ha tomado un rol protagónico en este año 2020. Hoy los negocios necesitan de la tecnología para que estos puedan ser rentables o recibir ingresos debido al Covid-19. Debido esta pandemia, las personas necesitan comprar artículos de necesidad por internet, por un aplicativo o página web, inclusive clases en línea ya sea porque quedaron pendientes o porque ahora las instituciones, universidades brindan esta modalidad para maestrías doctorados, etc. Antes lo que era una opción, ahora es una necesidad.

Antes de la aparición del Covid una persona compraba en promedio dos veces al mes, luego de esta pandemia, esto elevó a que los hogares realicen 80% de sus compras por web o aplicativo, sostiene el Gerente General de Perú Retail.

Los aplicativos han sido muy útiles para diversos tipos de negocios, como por ejemplo los cines, ahorrando colas para compras de entradas, o los snacks, mejorando el servicio y la

experiencia a sus clientes. Apps para diferentes aerolíneas facilitando el pre-chequeo y brindando información del vuelo u otros trámites.

Lamentablemente, el distanciamiento social será necesario debido al Covid-19, lo cual no tiene fecha final, por otro lado, empresas, negocios, clínicas ya se encuentran desarrollado sus ventas y servicios online, lo cual permitirá que económicamente estos negocios puedan salir adelante siendo beneficioso para los peruanos y el país, gracias a la tecnología que está permitiendo esta nueva modalidad de venta y facilitando este nuevo estilo de vida.

Por todo ello podemos decir que la tecnología ya venía de subida cada año, pero este 2020 debido a los acontecimientos ha acelerado su uso, no solo por la utilidad, sino por la necesidad. De manera inicial se desarrollaron también algunos aplicativos de ayuda para los peruanos como son: ¨Perú en tus manos¨ aplicativo por el cual hoy podemos acceder para saber las zonas de los distritos con mayor contagio del virus.

Según el estudio de Americas Market Intelligence (AMI) para el 2021 se espera un crecimiento de 35% de comercio digital en Latinoamérica, es por ello que plataformas, entidades tecnológicas pueden potenciar esta tendencia.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.1. Las 5 fuerzas de Porter

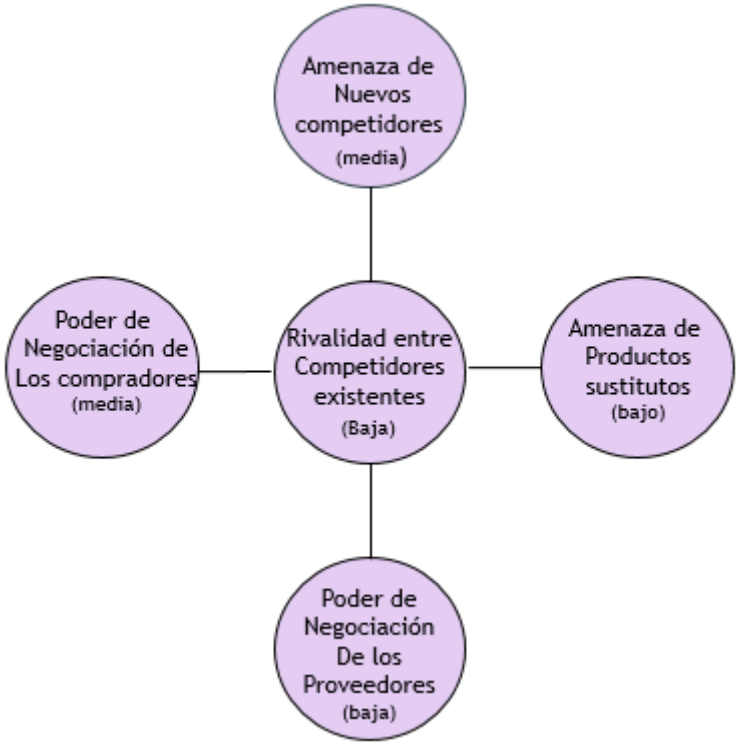


Figura 6. Las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia

Como parte del análisis integral del entorno, se ha desarrollado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter, para el análisis de este aplicativo en la industria.

3.1.1. Amenaza de productos sustitutos (media)

Fuera del rango de aplicativos se puede decir que una persona que desee obtener información sobre salud, sobre alimentación, sobre ejercicios, o sobre cualquier tema inclusive puede buscarla en internet. Google es una gran respuesta o sustitutos para sustituir cualquier servicio, información. Al mismo tiempo, puede traer incertidumbre, temor al usuario pues

se puede encontrar de un solo tema muchas alternativas. Entonces se puede encontrar información dispersa pero no sería una directa hacia el aplicativo ¨Un día nuevo¨.

Actualmente, si buscamos aplicativos para la salud mental, encontramos aplicativos en inglés que abarcan temas sólo de meditación, ya que la meditación es una práctica que ayuda a apaciguar los pensamientos negativos.

Pero no hay un aplicativo de salud mental que sea integral, que abarque alimentación, actividad física, aparte de la meditación y otras herramientas que abarquen a la salud mental de manera completa.

Es por ello que la amenaza de productos sustitutos es media para la aplicación ¨ Un día nuevo¨, ya que no existe en el mercado un producto que ofrezca los beneficios de esta aplicación móvil, pero existen aplicativos que podrían representar una alternativa como las apps de salud mental que ofrecen meditación.

La tendencia global es que las personas sean autodidactas quieran aprender por si mismos y más aún con las circunstancias que el mundo está viviendo, antes de quizás ir al doctor, investigar, leer y buscar herramientas que puedan ayudarte con aquel malestar o necesidad. Esto podría ser provechoso para el usuario en caso encuentren herramientas que realmente aporten a necesidad. Creemos que este aplicativo será una gran alternativa para ayudar al usuario en este proceso, brindándole información acertada por profesionales.

3.1.2. Amenaza de Nuevos Competidores (alta)

Debido a que la tecnología está en crecimiento existe también la posibilidad de que se desarrollen aplicativos para la salud mental de manera integral o la oportunidad de que aplicativos existentes mejoren su servicio o agreguen herramientas para ayudar al usuario.

La salud mental ha estado detrás de una cortina de estigma y discriminación (Según la OMS), pero poco a poco este tema está obteniendo la importancia debida.

También el rubro de aplicativos presenta bajas barreras de entrada debido a la que la inversión para incursionar en este negocio no es excesivamente alta y no existen restricciones de acceso a la tecnología o conocimiento técnico para emprender. Por todo ello existe amenaza de nuevos competidores y esta se considera alta.

A pesar de que seremos nuevos en el mercado y que exista una amenaza de competidores ¨Un día nuevo¨ buscará posicionarse, renovarse e invertir en publicidad constante para lograr ser líderes en este negocio. Siendo así una app diferenciada en el mercado, como aplicativo para mujeres que ayudará en la salud mental de manera integral.

3.1.3. Poder de Negociación de los Proveedores (baja)

Este aplicativo lo que quiere brindar es buena información y una buena experiencia diaria, es por ello que luego del costo del desarrollo tecnológico y de un buen desarrollo con información para el lanzamiento, este aplicativo necesitará una buena publicidad y implementación de nueva información cada cierto tiempo, eventual o mejora en caso sea necesario.

Los profesionales de salud que creerán este aplicativo, así como el diseño de web, contenido de aplicativo, serán contratados bajo la modalidad freelance, cumpliendo con sus trabajos específicos, contratados de manera individual, es por ello que no será necesario una planilla de trabajo.

3.1.4. Poder de Negociación de los compradores (media)

El precio de este aplicativo será accesible, estará dirigido a mujeres de niveles socio económicos a, b y c. Lo que busca este aplicativo es poder abarcar mayor mercado a un precio accesible.

En el mercado existen aplicativos para la salud mental, con precios accesibles también, pero estos aplicativos sólo están enfocados en la mente, brindando la meditación como herramienta, pero no brindando ayuda, herramientas de manera integral como lo ofrecerá el aplicativo ¨Un día nuevo¨.

¨Un día nuevo¨ será una gran opción con un precio accesible y con herramientas realizadas por profesionales. Es por ello que este aplicativo brindará un servicio único, no ofrecido al mercado anteriormente y busca posicionarse, fidelizando a sus clientes brindando ayuda para manejar estos estados emocionales y aportando en el bienestar del usuario.

3.1.5. Rivalidad entre competidores existentes (baja)

El crecimiento en consumo de aplicativos durante la cuarentena ha crecido. Según un estudio realizado por la plataforma App Annie, existe un fuerte crecimiento en aplicativos de temas que anteriormente no eran descargadas donde uno de ellos es el tema de salud, ha crecido en un 40% a nivel mundial. Es decir, más personas buscan ayuda a través de aplicativos para el cuidado de su salud.

En el mercado se desarrollan tres tipos de aplicativos: Paid, Paidmium y freemium. Donde los dos primeros necesitan previo pago para que el aplicativo sea descargado, Paidmiun aparte de ello tiene pagos adicionales por actualizaciones u otros. Freemium son aquellos aplicativos que puedes descargar de manera gratuita para luego realizar un pago por el servicio que escojas. ¨Un día nuevo¨ será un aplicativo Freemium, los usuarios podrán tener acceso al aplicativo y tener una navegación limitada con acceso a algunas herramientas gratuitas y cursos los cuales servirán de cebo para luego animarse a adquirir los recursos pagando mensual o anualmente.

La mayoría de los competidores que brindan servicios de salud y bienestar tienen esta característica, permitiendo al usuario obtener el aplicativo y conocer de qué se trata antes de realizar el pago. Se considera esta una gran ventaja, ya que al navegar el usuario podrá tener el panorama de lo que este aplicativo, ¨Un día nuevo¨, puede ofrecer, en este caso salud mental de manera integral y de manera interactiva, diferenciándonos de los aplicativos bastantes sencillos que brindan una herramienta específica.

En el Perú el negocio de aplicativos aún es relativamente nuevo a comparación de otros países, como estados unidos, donde los usuarios para cada cosa buscan la ayuda que puede brindar un aplicativo según el tema. Según estadísticas presentadas por Emarketer, el 84.9% del tiempo dedicado a internet, es dedicado a usar aplicativos y lo que resta a navegar a internet.

Por todo esto creemos que el aplicativo ¨Un día nuevo¨ no tiene competidores que ofrezcan el mismo servicio, pero también somos conscientes del crecimiento y la tendencia progresiva que el uso de aplicativos tendrá, para que los competidores potenciales existan podrían realizar una app en un tiempo de año y medio o dos. Es por ello que se buscará un posicionamiento de manera rápida, publicidad, fidelizando a nuestros usuarios con

actualizaciones cada dos o tres meses, logrando así liderazgo en el rubro de aplicativos de salud y bienestar.

3.2. Descripción de los competidores

La mayoría de aplicativos que encontramos en el mercado sobre Salud mental, son aplicativos enfocados en la meditación como herramienta, buscando paz mental para momentos difíciles. ¨ Un día nuevo¨ quiere brindar específicamente a las mujeres, herramientas de motivación, alimentación, ejercicio físico, meditación, organizando tu día, cumpliendo metas, logrando retos, buscando un bienestar integral, mental y físico.

Se ha identificado aplicativos que brindan ayuda a la salud mental en español, los cuales serían nuestros competidores directos y aplicativos que brindan bienestar y salud como competidores indirectos:

3.2.1. Competidores directos:

Aplicativo: Remente

Aplicativo para los sistemas operativos Android y IOS, el cual se ofrece como app para salud y bienestar. Para mujeres y hombres a partir de los 13 años de edad. Este aplicativo brinda diversos cursos cortos (60 aprox). Pero no es interactivo, tampoco personalizado. Algunos temas puedes verlos limitadamente de manera gratuita y de diferentes temas, como: ¨Cómo ahorrar tiempo, ¨ Como comer saludablemente¨, ¨consejos para relacionarse¨, etc.

Precio anual: 30 soles

Precio mensual: 12 soles

De por vida: 255 soles.

Si bien tiene temas de emociones, este aplicativo no se enfoca solo en ello, ofrece temas diversos.

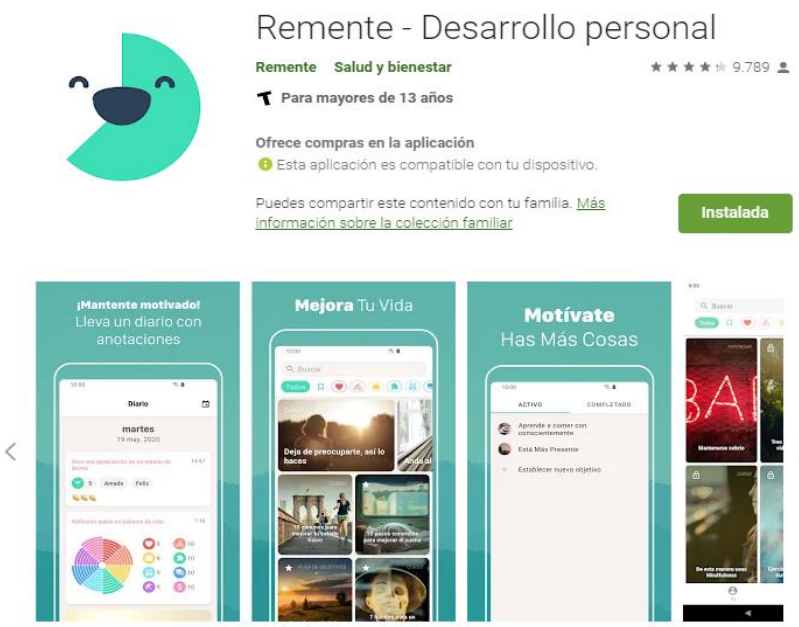


Figura 7. Aplicativo Remente

Fuente: Aplicativo Remente en Play Store

Aplicativo: Calm

Aplicativo para los sistemas IOS y Android, el cual está dentro del rubro salud y bienestar, dirigido para todos, esta app te brinda herramientas de meditación a través de audios y frases motivacionales que te ayudan a mantener la calma en momentos difíciles como stress y ansiedad, además de herramientas para tener un sueño placentero a través también de audios de meditación y relajación.

Precio anual: 129.99

Un aplicativo que se encuentra en el rubro de salud y bienestar donde se encuentra también los aplicativos de salud mental, pero el cual sólo brinda herramientas de meditación.

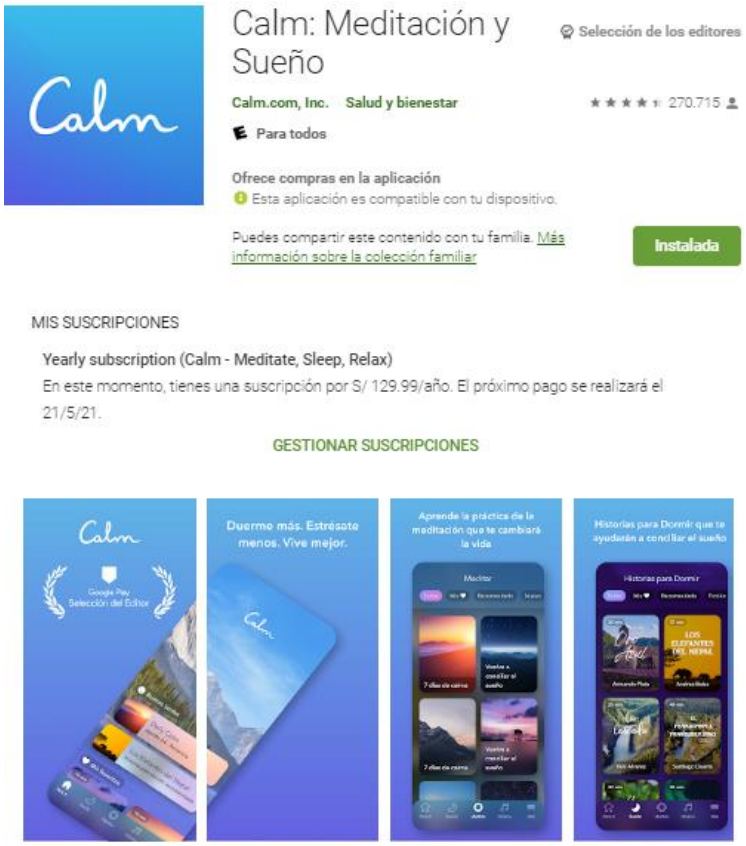


Figura 8. Aplicativo Calm

Fuente: Aplicativo Calm en Play Store

Aplicativo: MoodSpace

App para los sistemas IOS y Android, dirigido para el público en general, que brinda ayuda para el estrés y la ansiedad con herramientas de meditación, además de espacios que te permiten aplicar técnicas de agradecimiento, audios de meditación, técnicas para reflexionar y registrar aprendizajes de problemas en general. Este aplicativo como los otros dos, se bajan de forma gratuita y se realizan pagos por los servicios que estos ofrecen, por temporada de Covid, este aplicativo está ofreciendo su plataforma de manera gratuita.

Precio:

Este aplicativo brinda herramientas para la estrés y ansiedad las cuales, sólo abarcan técnicas de meditación y reflexión en general.

Cabe recalcar que los comentarios a favor de los clientes sobre este aplicativo es que no es complicado de usar y tiene un buen diseño, es decir, el usuario busca sentirse cómodo y que este sea amigable.

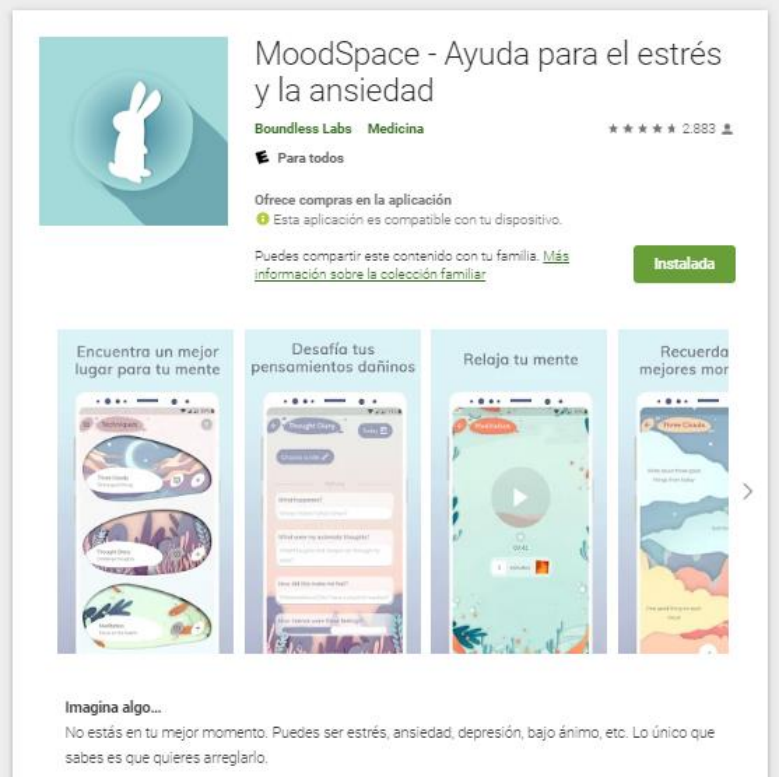


Figura 9. Aplicativo MoodSpace

Fuente: Aplicativo MoodSpace en Play Store

3.2.2. Competidores Indirectos

Actualmente en el Perú, como ayuda para la salud mental, han establecido centros de salud comunitarios en diferentes partes del país, centros con ayuda clínico psicosocial, debido a la gran necesidad que existe y se incrementa cada año.

Este aplicativo no está reemplazando a un psicólogo, pero vemos esta alternativa como una atención tradicional que una persona con algún problema mental, estados emocionales frecuentes puede recurrir, siendo esta alternativa un competidor indirecto.

Estas atenciones son a través de un seguro social, SIS. Por otro lado, si uno desea tener una asistencia psicológica particular, este tiene un costo de 100 a 150 soles por sesión. Donde

estas asistencias deben ser continuas o por un espacio de tiempo para la ayuda del paciente. Hoy también existen servicios online, la cual puede facilitar la asistencia a los usuarios sin salir de casa.

A pesar de contar con estas alternativas de salud mental y no ser un competidor directo, vale recalcar que estas no abarcan herramientas de manera integral, no toman en cuenta la alimentación o la actividad física, pero es una alternativa indirecta para la búsqueda de solución a estos tipos de problemas.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A través de esta investigación se quiere identificar al público objetivo, sus necesidades, preferencias para esta aplicación, determinando la intención de compra y pago de esta aplicación móvil.

4.1. Público Objetivo

De acuerdo a los estilos de Vida de Arellano, puedo decir que al mercado al cual me dirijo son mujeres modernas y sofisticadas. Modernas debido a que valoran nuevas tendencias, como ahora la tecnología, recursos que pueden ser beneficiosos para su bienestar, mujeres modernas que buscan superarse, en todos los ámbitos, de niveles socioeconómicos A, B y C, quienes buscan calidad y precio.

El aplicativo estará dirigido a mujeres debido al gran porcentaje de crecimiento anual que tiene la salud mental en el sexo femenino en el país y en el mundo. Según la asociación americana de psicología en el 2011, son las mujeres que tienden a tener algún problema mental, mientras que los hombres son más proclives a usos de sustancias o a presentar problemas antisociales, siendo la depresión y la ansiedad tres veces más frecuentes en mujeres que en hombres.

4.2. Características de muestreo y encuesta

El instrumento escogido para la recolección de los datos fue la encuesta, diseñada para la presente investigación, con la finalidad de cumplir los objetivos planteados.

El público encuestado fueron mujeres 233 mujeres entre 15 a 45 años a más de edad, de niveles socioeconómicos A, B Y C.

Estas encuestas se realizaron de manera virtual.

4.3. Resultados

A continuación, se presenta el análisis de las respuestas obtenidas en la encuesta.

Pregunta 1: Edades de encuestadas

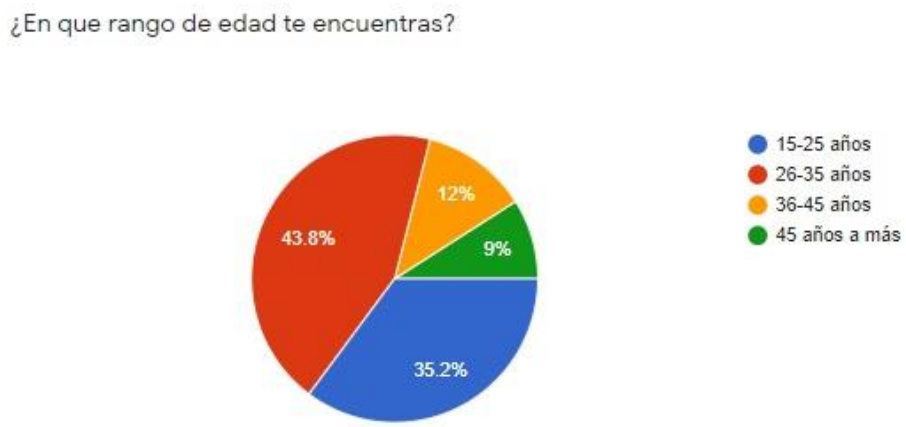


Figura 10. Pregunta 1: Edades de encuestadas

Fuente: Elaboración propia

En esta primera pregunta podemos ver que el rango más amplio de edades es de 26 a 35 con el 43.8% años de edad. En segundo lugar, de 15 a 25 años de edad, luego 36 a 45 y de 45 años a más con el menor porcentaje de 9%.

Pregunta 2: Uso de aplicativos



Figura 11. Pregunta 2: Uso de aplicativos

Fuente: Elaboración propia

En esta segunda pregunta, podemos ver que del total de encuestadas el 98.3%, tiene celular y/o Tablet, que usa aplicativos desde éstos aparatos, podemos decir que las mujeres, esta población, está familiarizada con la tecnología y los aplicativos.

Pregunta 3: Emociones



Figura 12. Pregunta 3: Emociones

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta, podemos ver que, del total de 233 encuestadas, 98.3% ha pasado por estados emocionales como depresión, ansiedad, soledad o stress. Podemos decir que estas emociones no son ajenas a esta población ya que los han podido experimentar o lo están experimentando.

Pregunta 4: Definiendo emociones

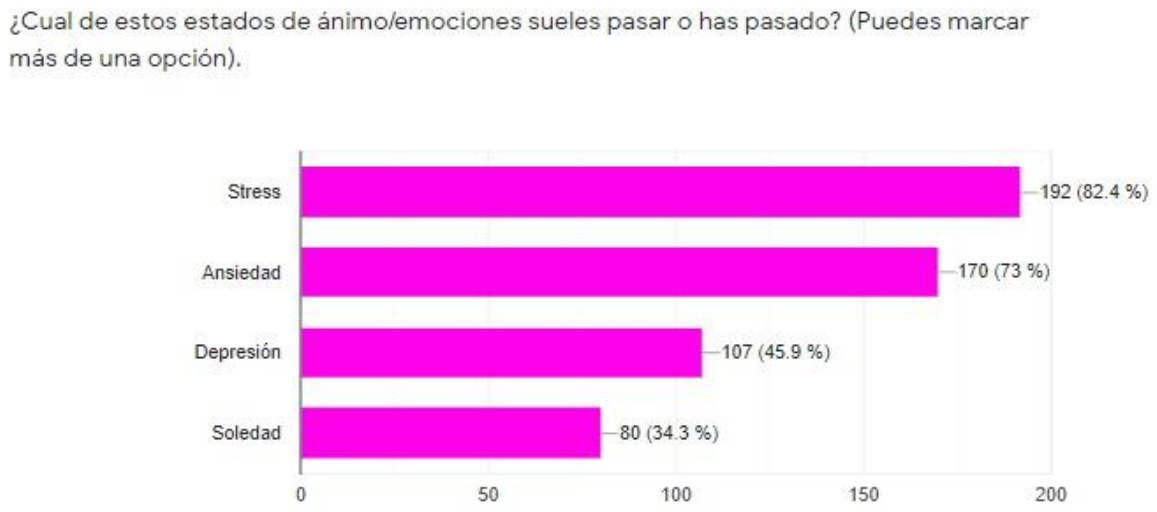


Figura 13. Pregunta 4: Definiendo emociones

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta podemos ver que el estado emocional más común es el estrés, luego la ansiedad, depresión y finalmente soledad.

Lo cual confirma estudios como el de opinión pública realizado por la PUCP que señala que el 80% de peruanos sufren o han sufrido de estrés donde la mayoría de esta población son mujeres. Donde situaciones extremas pueden afectar en la salud mental.

Pregunta 5: Actitudes ante emociones



Figura 14. Pregunta 5: Actitudes ante emociones

Fuente: Elaboración propia

El resultado de esta pregunta nos muestra que estos estados llevan a responder de diferentes maneras, hoy en día un refugio o respuesta a estas emociones puede ser comer, dormir, ver tv, meditar o hacer ejercicios.

Pregunta 6: Gusto del aplicativo



Figura 15. Pregunta 6: Gusto del aplicativo

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se puede ver que existe un agrado del 94% del total de encuestadas en el aplicativo, al 94% le gustaría contar con este aplicativo.

Pregunta 7: Temas que valorarían del aplicativo

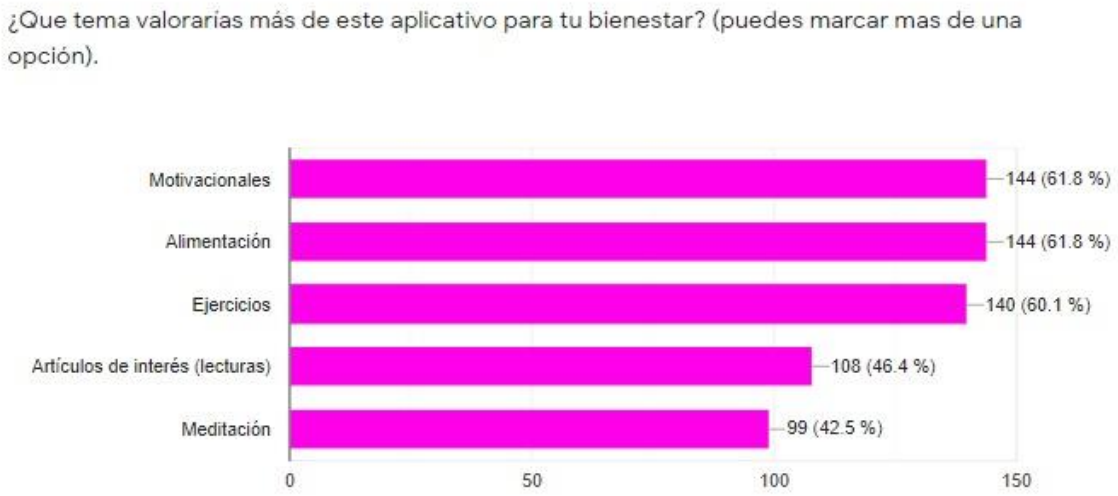


Figura 16. Pregunta 7: Temas que valorarían del aplicativo

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las características o temas deseados por la población, para el aplicativo con mayor porcentaje, encontramos la alimentación, pensamientos motivacionales y ejercicios. Seguidos por artículos de interés y meditación.

Pregunta 8: Pago por aplicativo

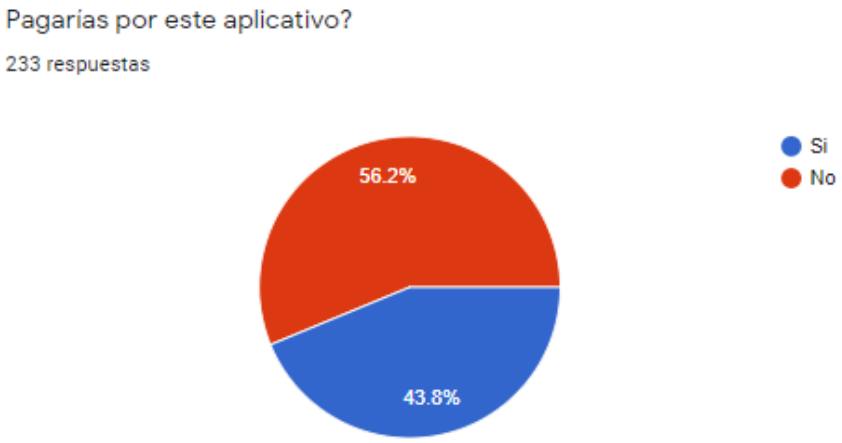


Figura 17. Pregunta 8: Pago por aplicativo

Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestadas el 43.8% pagaría por el aplicativo, podemos ver que el 56.2% no pagaría, a pesar que, si le gustaría contar con el aplicativo a casi el total, esto puede deberse a la situación actual económica.

Pregunta 9: Cuánto pagaría



Figura 18. Pregunta 9: Cuánto pagaría

Fuente: Elaboración propia

El pago máximo que 71.5% de personas encuestadas realizarían sería de 10 a 20 soles mensuales. Seguido del 20.8% que pagaría de 20 a 30 soles mensuales.

4.4. Conclusiones

- El 98.3% de 233 encuestadas han pasado por estados emocionales como estrés, depresión, ansiedad, soledad. Donde el 94% del total desea contar con el aplicativo para la ayuda de estos estados emocionales. Les gustaría que este aplicativo puede contar con herramientas de alimentación, ejercicios y motivación diaria.
- Por otro lado, a pesar de que al 94% le gustaría contar con el aplicativo, sólo el 43.8% pagaría por él, cifra que se considera igual una buena cantidad y que se tomará en cuenta para nuestro mercado objetivo en nuestro plan financiero.
- En relación al pago, el 71.5% pagaría de 10 a 20 soles y el resto entre 20 a 30 soles mensuales.
- Por lo tanto, se puede decir que el aplicativo ¨Un día nuevo¨ es un producto de potencial interés para los consumidores de acuerdo a esta investigación de mercado.

CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

Para plantear el plan de Marketing es importante definir objetivos para el cumplimiento y éxito de este aplicativo. El propósito en general es incrementar ventas de nuestro aplicativo ¨Un día nuevo¨.

5.1. Objetivos del Marketing

- A través de este Plan de Marketing queremos dar a conocer nuestra aplicación, a través de nuestra página web y los medios sociales Instagram y Facebook. Podremos saber si se está logrando por el número de seguidores y likes de estos medios.

- Incrementar la cantidad de usuarios que cuenten con nuestro aplicativo. Incrementando así las ventas en 20% para el segundo y tercer año.

- Incrementar el reconocimiento de la marca en los visitantes que buscan aplicativos en los rubros de salud mental, salud, vida saludable. Buscando así liderazgo representado en el tercer año.

- Que el 70% de los ¨me gusta¨ se traduzcan en ventas.

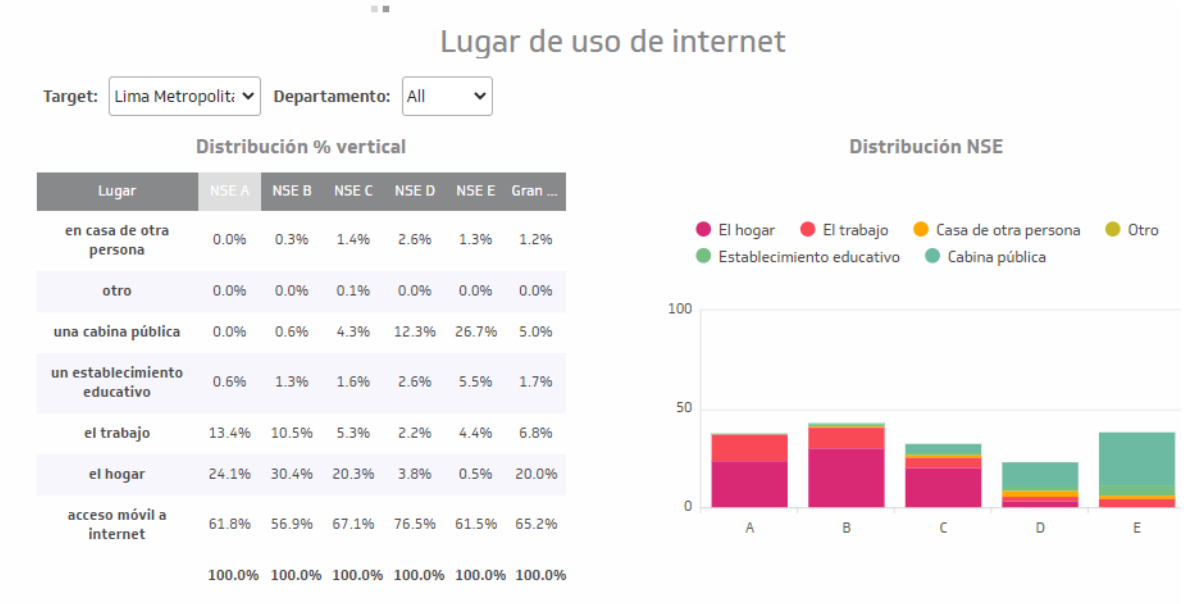
5.2. Segmentación de Mercado

Este aplicativo tiene acceso y puede llegar de manera amplia a diferentes lugares gracias a la tecnología. Es por ello que la delimitación geográfica, el poder adquisitivo o los patrones de conducta se manejarán de manera diferente, ya que por ejemplo no se limita geográficamente, en el caso de ¨Un día nuevo¨ app se delimitará en el lenguaje, al ser un aplicativo en español podrá llegar a las mujeres de habla hispana.

En cuanto a los patrones de conducta, estará dirigido a mujeres que deseen mejorar su salud mental, sus emociones, buscando una vida estable, saludable y productiva.

Para el uso del aplicativo el usuario necesitará de un celular inteligente o una tableta, además de internet, es por ello que se ha considerado los niveles socio económicos A, B y C, muy

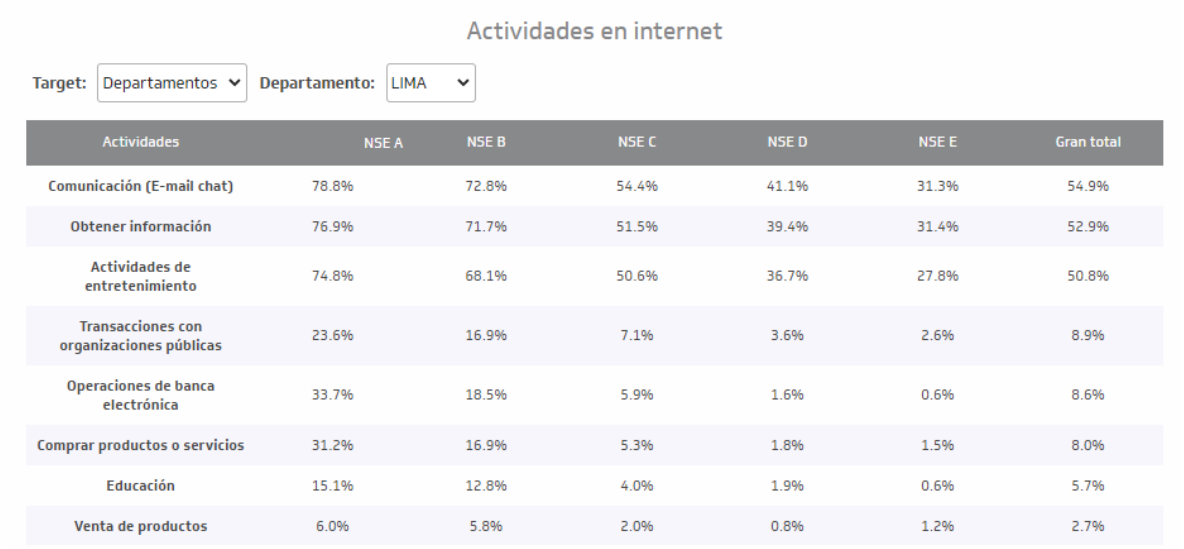
independientemente del precio el cual será accesible, el cual puede ser atractivo para todos los niveles socioeconómicos.



Lugar	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Gran ...
en casa de otra persona	0.0%	0.3%	1.4%	2.6%	1.3%	1.2%
otro	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
una cabina pública	0.0%	0.6%	4.3%	12.3%	26.7%	5.0%
un establecimiento educativo	0.6%	1.3%	1.6%	2.6%	5.5%	1.7%
el trabajo	13.4%	10.5%	5.3%	2.2%	4.4%	6.8%
el hogar	24.1%	30.4%	20.3%	3.8%	0.5%	20.0%
acceso móvil a internet	61.8%	56.9%	67.1%	76.5%	61.5%	65.2%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Figura 19. Lugar de uso de Internet

Fuente: Asociación Peruana de empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM)



Actividades	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Gran total
Comunicación (E-mail chat)	78.8%	72.8%	54.4%	41.1%	31.3%	54.9%
Obtener información	76.9%	71.7%	51.5%	39.4%	31.4%	52.9%
Actividades de entretenimiento	74.8%	68.1%	50.6%	36.7%	27.8%	50.8%
Transacciones con organizaciones públicas	23.6%	16.9%	7.1%	3.6%	2.6%	8.9%
Operaciones de banca electrónica	33.7%	18.5%	5.9%	1.6%	0.6%	8.6%
Comprar productos o servicios	31.2%	16.9%	5.3%	1.8%	1.5%	8.0%
Educación	15.1%	12.8%	4.0%	1.9%	0.6%	5.7%
Venta de productos	6.0%	5.8%	2.0%	0.8%	1.2%	2.7%

Figura 20. Actividades en Internet

Fuente: Asociación Peruana de empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM)

De acuerdo a la Asociación Peruana de empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM), el porcentaje de los NSE D/E en acceso a internet es bajo a comparación de los niveles A, B Y C.

Por otro lado, tienen acceso móvil a internet, pero vemos en el segundo cuadro que este acceso es para comunicación, obtener información y actividades de entretenimiento en su mayoría.

Finalmente, los NSE A, B Y C usan el internet para comprar productos y servicios. Los cuales finalmente serán tomados en cuenta para este proyecto de negocio. En cuanto al poder adquisitivo, el usuario necesitará acceso a un móvil inteligente o tableta con internet aparte del precio del aplicativo que tendrá que pagar. El precio no será elevado, siendo accesible para las mujeres que lo necesiten.

5.2.1. Público objetivo

El público objetivo son mujeres de 15 a 55años de edad de los niveles socioeconómicos A, B y C de Lima – Perú.

Este aplicativo estará disponible en las tiendas de aplicativos móviles para cualquier usuaria que disponga del dispositivo móvil, tenga acceso a internet y quiera un aplicativo en idioma español.

Los principales usuarios representados por mujeres de las edades y NSE anteriormente mencionados serán mujeres que estudien, trabajen, etc, que deseen tener una ayuda diaria para manejar momentos de stress, ansiedad, depresión, soledad, ayuda diaria para mejorar su calidad de vida, buscando bienestar en la mente y en el cuerpo, logrando un día productivo o más llevadero.

Cabe recalcar que todos los seres humanos pueden pasar por estos estados de ánimos, es por ello que este aplicativo está dirigido para personas que están experimentando estas emociones, o han experimentado estos estados y quieren aprender y mejorar su calidad de vida.

5.2.2. Posicionamiento

Se quiere posicionar ¨ Un día nuevo¨ como un aplicativo líder que ayuda en el bienestar emocional de las mujeres, abarcando la salud de manera integral, el cual ofrece un servicio de calidad, realizado por profesionales de la salud.

Para lograr este posicionamiento estableceremos estrategias previamente al lanzamiento del aplicativo de manera pública, para posteriormente mantener el reconocimiento a través de los propios usuarios que puedan publicitarlo boca a boca y otras estrategias.

Las estrategias están basadas en marketing digital:

- Lanzamiento de página web, informando lo que ofrece ¨Un día nuevo¨, donde los usuarios puedan experimentar un poco de lo que pueden obtener si adquieren el aplicativo.
- Creación de cuentas en las redes sociales de Facebook, Instagram, twitter, plataformas que mantiene la atención de personas del público objetivo de ¨Un día nuevo¨.
- Publicidad a través de algunos influencers claves los cuales podrían contar con el aplicativo de manera previa al lanzamiento y poder recomendarlo en sus redes sociales.

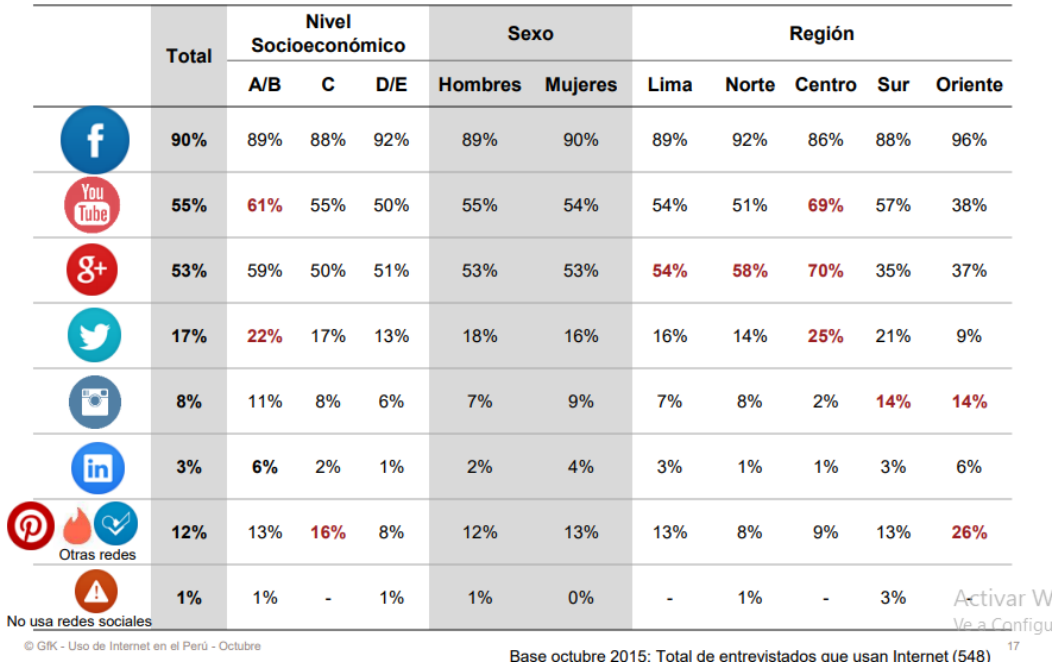


Figura 21. Uso de aplicativos y redes sociales

Fuente: GFK Perú

Según el estudio realizado por GFK el 2015, Facebook es la red social líder en todos los niveles socioeconómicos, seguido por twitter e Instagram. Plataformas distintas pues en cada

una el aplicativo se puede demostrar, publicitar de manera diferente demostrando lo beneficios de ¨Un día nuevo¨. En las tres redes sociales se mostrarán imágenes, información y algunas herramientas y siempre con el link de acceso a las tiendas virtuales para la compra nuestro aplicativo.

5.2.3. Crecimiento

Se buscará crecimiento a través de los anuncios constantes en las redes sociales, invirtiendo en publicidad de manera agresiva previamente al lanzamiento y post, para luego mantenernos. Renovándonos, implementando nuevas herramientas para situaciones diversas que puedan generar emociones como depresión, stress, ansiedad, soledad, de manera gratuita y pago.

Buscaremos publicidad y asociarnos con profesionales de la salud quienes puedan recomendar el aplicativo. Existen en las redes sociales personajes que aportan a la salud en general, nutricionistas, psicólogos, los cuales pueden ser personas claves que puedan recomendar nuestro aplicativo ¨Un nuevo día¨, a través de sus redes, a través de sus consultas personales.

Así mismo influencers claves, no necesariamente profesionales de la salud pero que impartan salud y los cuales puedan llegar a nuestro público objetivo, como por ejemplo deportistas, coach de alimentación, coach de deporte.

Las estrategias en general están en las redes sociales, debido a que profesionales de la salud y la mayoría de negocios aumentan sus ventas hoy en día usando estos medios también para darse a conocer y puedan lograr ventas.

5.3. Marketing Mix

Con este conjunto de acciones del Marketing Mix se buscará promocionar nuestro servicio en el mercado, es decir, con las variables producto, precio, plaza y promoción.

5.3.1. Producto

El logo de ¨ Un día Nuevo¨ es una mariposa, que pasa por un ciclo de vida el cual pasa por cambios importantes para lograr finalmente ser una mariposa, lo cual representa crecimiento, belleza, libertad y diversidad pues existen aproximadamente 24,000 especies de estas, cada una diferente e imponente con sus colores y diseños. Este aplicativo trata de todo esto y es por ella bella asociación.

Así mismo, el nombre ¨ Un día nuevo¨ quiere recordar a las usuarias que tienen un día nuevo para comenzar, sin importar el pasado o el futuro, sino dando pasos importantes que cuenten en el día a día los cuales irán formando buenos hábitos y un camino que dará fruto.



Figura 22. Logo de "Un día Nuevo"

Fuente: Elaboración propia.

Este aplicativo permitirá a los usuarios obtener programas personalizados, es decir de acuerdo a la necesidad o de acuerdo al tema que les gustaría mejorar y estos tendrán herramientas diarias que abarcarán cuerpo y mente, ya que para mejorar éstas áreas no solo basta con la meditación sino alimentarse bien, ejercitarse y tener los pensamientos correctos diariamente.

Como valor agregado y como parte de mejorar nuestro servicio iremos adicionando programas gratuitos para aquellas personas que han realizado su pago mensual y anual.

De manera gratuita aquellas personas que aún no realicen el pago, pero tengan la aplicación podrán contar con el Chatbot el cual te aconsejará y te brindará actividades que puedas realizar de acuerdo a lo que necesites.



Figura 23. "Un día Nuevo"

Fuente: Elaboración Propia

5.3.2. Precio

El precio está basado en el estudio de mercado que se realizó a través de encuestas y en base a la competencia de aplicativos en este rubro.

¨Un día nuevo¨ estará enfocado a un mercado conformado por mujeres de NSE A, B y C, será un aplicativo con un precio accesible, los pagos serán mensuales y anuales.

Al pagar de manera mensual, el usuario podrá contar con el aplicativo con todas los programas y herramientas que ofrece el aplicativo por todo el mes pagado. También podrán contar con el aplicativo de manera anual y en este caso podrán contar con todos los programas y herramientas por todo el año, lo cual beneficiará al usuario a poder seguir con todos los programas y las actualizaciones que el aplicativo pueda tener.

De acuerdo al estudio de mercado las mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar por la app entre 10 a 20 soles de manera mensual. Precio el cual suelen tener los aplicativos de este rubro actualmente.

Por todo ello los precios definidos para este aplicativo serán los siguientes:

Tabla 1. Precios

Precio mensual: 10 soles
Precio Anual: 50 soles

Fuente: Elaboración propia

5.3.3. Plaza

El aplicativo ¨Un día nuevo¨ podrá ser adquirido en el mercado de aplicaciones, es decir, en los sistemas operativos que tienen los usuarios en sus celulares, tabletas, etc. estos pueden ser Play store (Android) y app store (IPhone).

El buscador es la forma de como por palabras se pueden ubicar a los aplicativos de acuerdo a lo que busca el usuario, en este caso nuestro aplicativo estaría en el rubro de: salud, salud mental, vida saludable. Al encontrar el aplicativo, nuestra app brindará una descripción del aplicativo, fotos, así como brindaremos un video informativo de 2 minutos para saber con mayor amplitud de que trata, que ofrecemos y pueda ayudar a instalar el aplicativo y comprarlo.

También estarán los comentarios de los usuarios que ya estarán usando el aplicativo, y estos estarán disponibles de manera visual para aquellos que entran por primera vez, lo cual esperamos que sean comentarios positivos y que anime a descargar este aplicativo y comprarlo.

Luego de descargar el aplicativo se brindará la opción de compra, la cual se podrá realizar de manera inmediata con tarjeta de crédito o débito, al ser por aplicativo y al venderse en las tiendas virtuales están tienen un cobro del 30%, por venta el primero año, para luego bajar al 15% en el segundo año.

5.3.4. Promoción

A través de la promoción del aplicativo queremos dar a mostrar los beneficios de este y darlo a conocer, de manera previa al lanzamiento y luego de lanzamiento para que ¨Un día nuevo¨ siga obteniendo ventas. Cumpliendo así nuestros objetivos de Marketing.

Para ello, se utilizarán tres redes sociales: Instagram, Facebook y twitter. Por estos tres medios se promocionará nuestro servicio a través de fotos, frases motivacionales y herramientas que el aplicativo ofrece. Cada una de estas redes ofrecen opciones para llamar la atención de los usuarios, como son los hashtags con nombres que nos ubiquen en el rubro vida saludable, salud, bienestar, salud mental, así logrando ser ubicados de manera rápida. Así mismo cada red social tendrá el enlace para que puedan bajar el aplicativo.

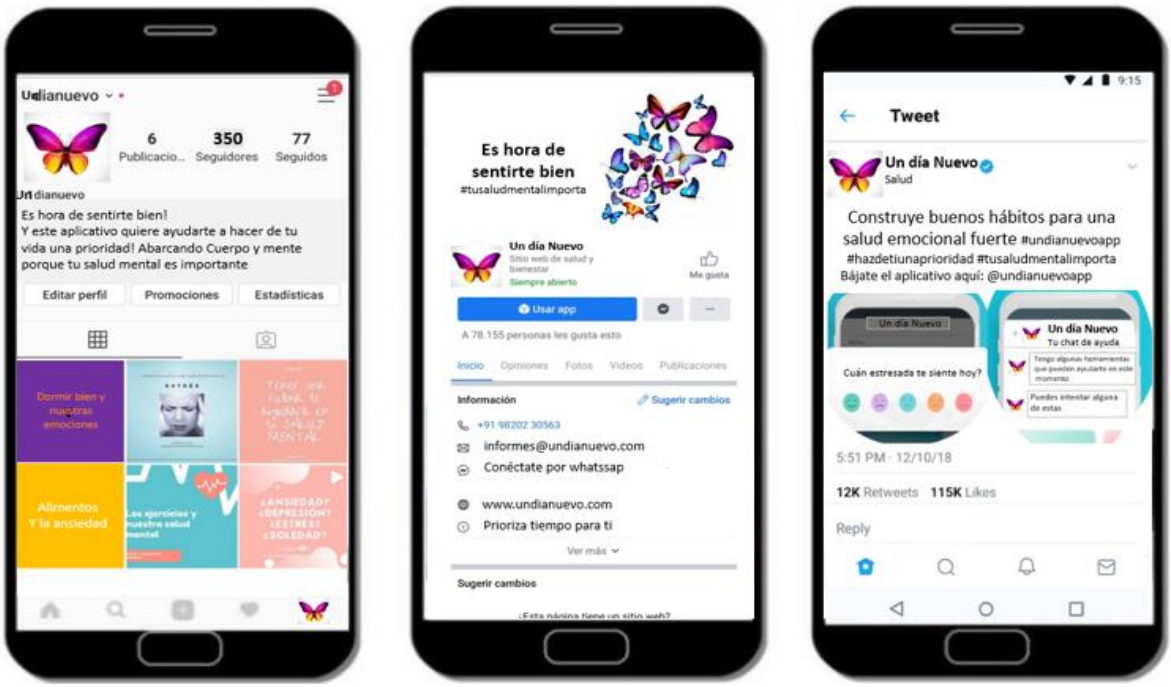


Figura 24. Promoción de "Un Nuevo Día"

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede visualizar en la imagen anterior, las tres redes sociales permiten mostrar el aplicativo de diferentes formas, pero con la misma imagen, la misma esencia, la cual se

quiere mostrar, una imagen femenina, una gama de colores pasteles que desea transmitir alegría y paz al mismo tiempo.

Otra forma de mostrar nuestro servicio y promocionar el aplicativo es mediante la página web, donde se brindarán herramientas adicionales y diferentes como test de emociones, los cuales permitirán al usuario saber si está afrontando algún estado emocional el cual necesite ayuda.

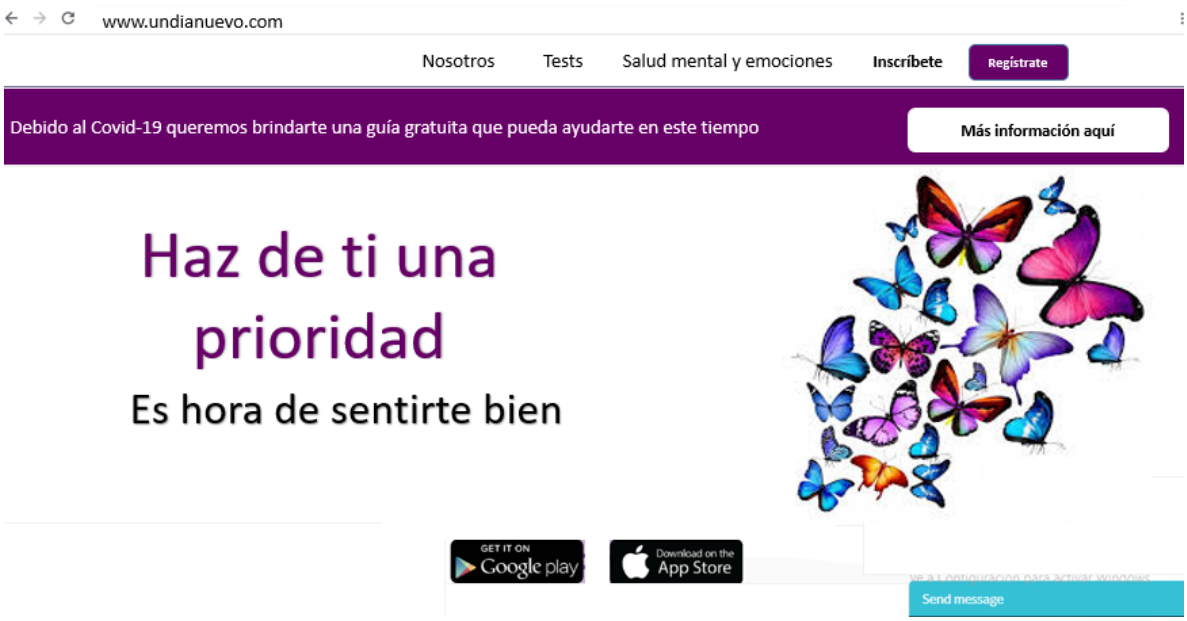


Figura 25. Página Web de "Un día Nuevo"

Fuente: Elaboración Propia

5.4. Presupuesto de Marketing

Para lograr nuestros objetivos, posicionarnos como marca, logrando así no solo seguidores sino ventas, invertiremos antes, previo al lanzamiento para que ya exista reconocimiento, expectativa hacia nuestra app.

Luego se continuará con publicidad por los medios sociales, mostrando contenidos, videos, técnicas que podrán ayudar a ser más conocidos y lograr ventas.

La publicidad que se realiza por Instagram y Facebook dependerá de lo que buscamos, es decir, el precio varía de acuerdo al contenido y a lo que se quiere mostrar, es por ello que en los dos primeros meses se mostrarán videos, fotos por instantmoment, además de publicaciones diarias, buscando una publicidad agresiva por redes sociales para lograr los seguidores que buscamos. De 300 a 500 seguidores diarios, logrando sólo en dos meses

15,000 seguidores aproximadamente. Para que estos seguidores y los que continúen agregándose ¨Un día nuevo¨ se vuelvan en compras, brindaremos información diaria en nuestras redes y mantendremos con instantmoment para seguir buscando nuevos seguidores.

Tabla 2. Presupuesto de Marketing

Actividad	**Previo lanzamiento**
Publicidad online (Facebook/Instagram)	1500
Influencers online (Facebook/Instagram)	1500
	3000

Fuente: Elaboración Propia

Se ha calculado la publicidad online por los seguidores que obtendríamos en dos meses, al mismo tiempo lanzaremos nuestra web con toda la información necesaria y cuatro a cinco personas claves que puedan influenciar en las redes sociales.

CAPÍTULO VI

PLAN OPERATIVO

6.1. Diseño de los procesos

A través de ¨Un día nuevo¨ se quiere brindar un buen servicio, donde el usuario se sienta satisfecho, que la necesidad de bienestar, de salud mental, pueda ser cubierto con las herramientas que se brinden en este aplicativo, es por ello que se quiere tener bien definidos el proceso de servicio como empresa para nuestros clientes. Esto serán explicados con el mapa de procesos y con la descripción de cada uno de ellos.

6.1.1. Mapa de procesos

Para que nuestro aplicativo pueda brindar un servicio de calidad y nuestros usuarios puedan estar satisfechos buscaremos tener procesos claros enfocados en ese objetivo y así también logrando que podamos ser recomendados. Creemos que la recomendación de nuestros clientes hacia otros será clave para el incremento de nuestras ventas.

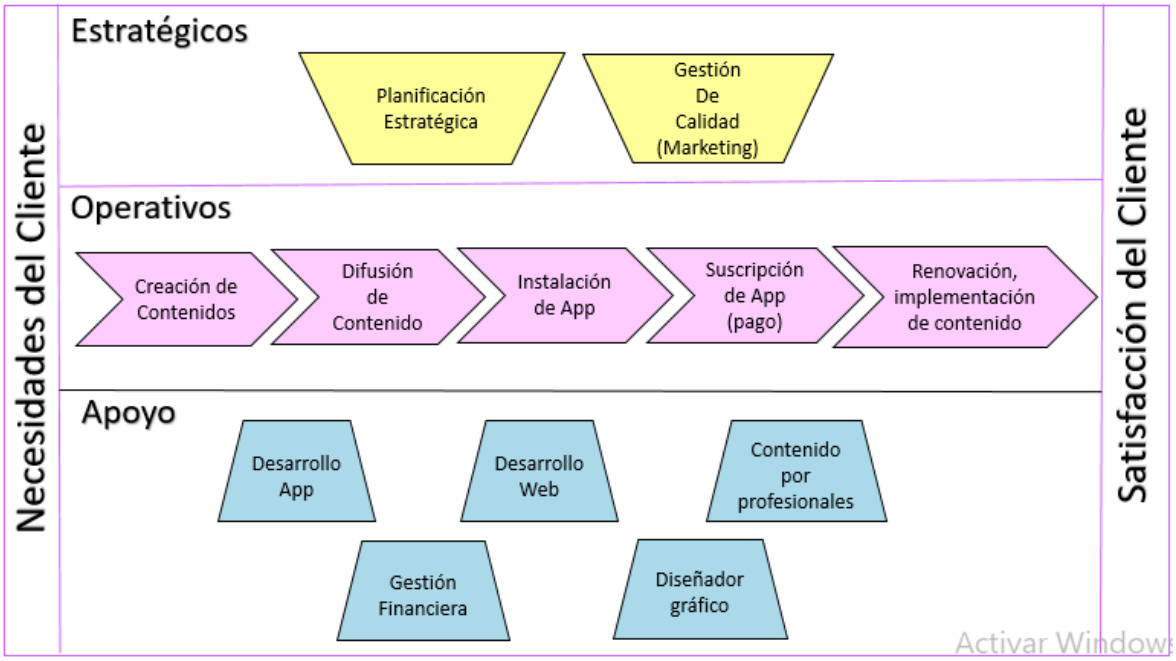


Figura 26. Mapa de Procesos

Fuente: Elaboración Propia

6.1.2. Procesos Estratégicos

-Planificación Estratégica. - Basados en un análisis estratégico se quiere alcanzar los objetivos planteados, el formato y sobre todo la interacción que se le brindará al usuario por el aplicativo será con información realizada por profesionales de la salud buscando ayudar al usuario. Nuestra visión, misión y valores corporativas serán la estructura para que influyan en cada decisión de la planificación para el desarrollo de esta empresa virtual.

-Gestión de Calidad. - Queremos que la experiencia de nuestros usuarios sea satisfactoria, desde el acceso al aplicativo, hasta el uso diario que tengan con la app, obteniendo resultados que brinden bienestar. Es por ello que también al inicio del aplicativo se le explicará al usuario que toda información que brinde será privada y protegida. Así mismo, los usuarios podrán recomendar el aplicativo con una función el cual este tendrá y a través del chatbot y luego de cada ayuda, ellos podrán informar si en caso le fue útil cada herramienta brindada. Con la información brindada por los usuarios buscaremos ir mejorando y renovando la información que se brinda. El área de Marketing estará a cargo de manejar las cuentas diariamente, como de manejar la información que brindan los usuarios.

6.1.3. Procesos Operativos

-Creación de Contenidos. - La creación de contenidos estará realizado por profesionales de la salud.

Al obtener el aplicativo, luego de ingresar sus datos, el usuario podrá definir la ayuda que necesita a través de preguntas que el sistema le hará, brindándole un módulo personalizado. Luego de ello el usuario tendrá que realizar el pago para tener acceso a dicho módulo el cual durará 15 días, donde tendrá que pagar de forma mensual o si desea anual.

De manera mensual tendrá acceso al módulo, al chatbot y a las herramientas que brinda el aplicativo por dicho tiempo. De manera anual no sólo podrá tener acceso a su módulo sino también a todos los módulos que el aplicativo brinda, así también como el chatbot y herramientas.

Desde que el usuario accede al aplicativo, cada pregunta e información brindada será desarrollada por los profesionales de la salud, haciendo preguntas y brindando herramientas

claves para cada situación, para ello se desarrollarán diferentes, variadas respuestas para que el Chatbot sea lo más real posible y que los programas personalizados sean lo más eficientes posibles.



Figura 27. Planes de "Un nuevo día"

Fuente: Elaboración Propia



Figura 28. Otros programas de "Un nuevo día"

Fuente: Elaboración Propia

-Difusión de Contenidos. – La difusión de nuestro aplicativo serán por los medios sociales en su mayoría. Los cuales son medios gratuitos, pero para que se incrementen las ventas anunciaremos por esos medios con un pago mensual para lograr seguidores y que estos puedan convertirse en ventas. Instagram, Facebook y twitter tendrán imágenes, información y videos que muestren los beneficios del aplicativo. Donde diariamente brindaremos herramientas, consejos para hacer más atractivo.

Para ello contaremos con un personal de Marketing, necesario para darle seguimiento y el impulso diario para que podamos ser de impacto y lograr ser líderes en aplicativos de salud mental, de bienestar. En cada una de nuestras difusiones se brindará el link el cual lo llevará directamente a la tienda virtual que cuente su aplicativo para adquirir el aplicativo de manera gratuita, puedan acceder a las opciones gratuitas y tener la opción de compra.

Adicionalmente tenemos como estrategia realizar alianzas estratégicas con psicólogos, coaching, para que ellos puedan difundir, recomendar nuestro aplicativo ya sea en redes sociales o de manera directa con sus clientes. Debido a que este aplicativo no reemplaza terapias, pero pueden ser de gran ayuda en el acompañamiento diario para mejora en sus pacientes.

-Instalación y Suscripción de aplicativo. – La instalación del aplicativo dura aproximadamente de 30 segundos a 60 segundos, dependiendo de la conexión, señal, de internet que el dispositivo cuente. Luego de ello el usuario podrá acceder al Chatbot versión limitada y planes gratuitos cortos, que puedan ayudar de gancho para la compra de los paquetes mensuales o anuales. Los usuarios también tendrían la opción de desinstalar el aplicativo en caso no es de su gusto.

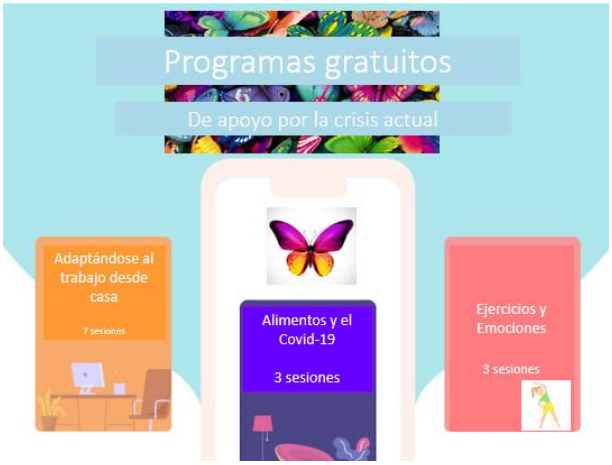


Figura 29. Programas gratuitos de "Un nuevo día"

Fuente: Elaboración Propia

-Renovación e Implementación de Contenidos. – Cada seis meses, es decir dos veces al año mejoraremos o implementaremos programas según la necesidad, ya que queremos brindar nueva información y mantener satisfechos a los usuarios que han pagado por el servicio anual. Así los mantendremos fidelizados y se animen a seguir contando con el aplicativo y recomendarlo a sus familiares, amigos, etc.

Para este servicio necesitaremos el servicio de nuestros profesionales de la salud, como de los servicios del desarrollador, los cuales serán pagos adicionales por servicio. Es por ello que son parte de los procesos de apoyo.

6.1.4. Procesos de apoyo

Para este plan de negocios contaremos con personal que brindará sus servicios de manera externa, es decir brindarán sus servicios para una gestión específica y no diaria, ya que el modelo de negocio lo permite. Éstos son: desarrollador de app, web, contenido por profesionales y diseñador gráfico.

6.2. Ubicación y equipamiento

El modelo de negocio de ¨Un día nuevo¨ permite no tener un espacio físico para atención ya que sus servicios son ofrecidos de manera virtual. Así mismo, la implementación y desarrollo para este aplicativo lo brindan personas que ofrecen sus servicios para trabajos específicos, llamados FreeLancer.

Así mismo nuestro servicio de calidad, de seguimiento y comentarios de nuestros usuarios también son de manera virtual, donde nuestro encargado de Marketing estará manejándolo.

Si en caso se necesitara reuniones de equipo hoy es necesario que esta sea virtual, para ello ya es normal utilizar video llamadas que permiten una buena comunicación para cualquier coordinación según sea el caso.

Por todo ello, ¨Un día nuevo¨ no invertirá en oficina, materiales de escritorio, pagos mensuales de agua o luz, como los trabajos tradicionales. Será necesario equipos informáticos como:

-Dos laptops con sistema operativo Windows.

-Teléfono móvil con sistema operativo Android.

-Teléfono móvil IPhone.

6.3. Presupuesto de Actualizaciones

Como se ha visto en los procesos operativos, adicionalmente a la inversión inicial que se realizará para el inicio de nuestros servicios, será necesario un gasto adicional dos veces al año para la renovación e implementación de nuevos programas para los usuarios que adquieran nuestro aplicativo.

Los precios están basados en presupuestos elaborados por la empresa Specialists System Consulting quienes nos realizarían el desarrollo del aplicativo y web.

Así mismo, se realizarán mejoras o ingreso de alguna información mensualmente, la cual también se detalla a continuación:

Actividad mensual:

Tabla 3. Actividad mensual

Actividad	Costo	Total año
Ingreso de info	300	600
videos para app y web	2,000	4,000
Diseñador gráfico	2,000	4,000
Total	**4300**	**8600**

Fuente: Elaboración Propia

Actividad de actualización dos veces al año:

Tabla 4. Actividad de actualización dos veces al año

Actividad	Costo	Total año
Desarrollador App	350	700
Desarrollador Web	350	700
Profesionales de salud	5,000	10,000
Diseñador gráfico	2,500	5,000
Total	**8200**	**16400**

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VII

RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN

7.1. Organigrama

Si bien ¨Un día nuevo¨ es un servicio digital, existen personas las cuales serán contratadas para la producción y funcionamiento de este servicio. Es por ello que se ha elaborado un organigrama, el cual muestra una gerencia general la cual se encargará de dirigir el proyecto, contratando servicios de producción, marketing y finanzas para que elaboren tareas específicas y claves para el éxito de este proyecto.

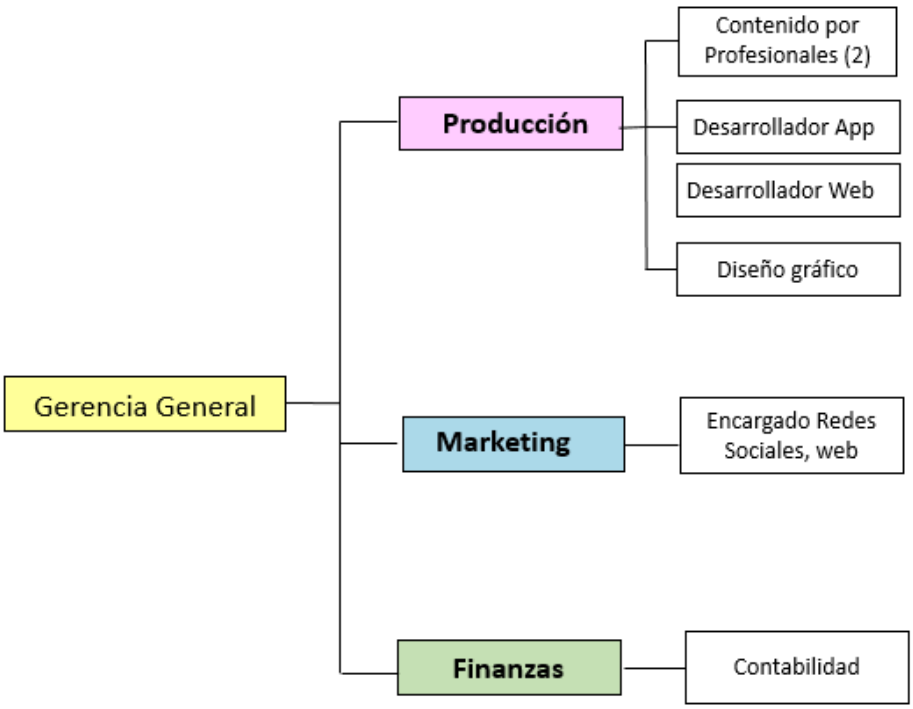


Figura 30. Organigrama

Fuente: Elaboración Propia

7.1.1. Descripción de puestos

A continuación, se describirán los servicios, funciones que brindarán las personas encargadas para poner en funcionamiento nuestro aplicativo ¨Un nuevo día¨.

Puesto: Gerente General

Funciones:

- Dirigir, planificar y controlar las actividades de la empresa.
- Coordinación, innovación para nuevos proyectos o mejoras para el aplicativo.

Perfil:

-Administradora de empresas con experiencia en salud mental y conocimientos de nutrición.

Puesto: Profesional en alimentos y profesional en psicología

Funciones:

- Desarrollo de contenido, para brindar la información y herramientas ideales para nuestros usuarios.

Perfil:

- Conocimientos de alimentación y psicología respectivamente, experiencia mínima de tres años laborando en la profesión.

Puesto: Desarrollador de aplicativo

Funciones:

- Encargado de desarrollar el aplicativo con la información elaborada por los profesionales de psicología/alimentos y el diseñador gráfico.
- Realizará el mantenimiento necesario o mejoras indicado por GG.

Perfil:

- Experiencia en desarrollo de aplicativos (IOS y Android).

Puesto: Desarrollador Web

Funciones:

- Desarrollo de web con información elaborada por profesionales y con diseño brindado por diseñador gráfico.
- Brindar soporte técnico.

Perfil:

- Experiencia en desarrollo de webs con Chatbot para responder preguntas de usuarios.

Puesto: Diseñador gráfico

Funciones:

- Encargado de crear contenido visual para aplicativo, web y redes sociales.
- Encargado de crear publicidad.

Perfil:

- Experiencia mínima de 3 años en diseño para medios digitales-

Puesto: Especialista en Marketing

- Encargado en el desarrollo e implementación de estrategias de marketing digital.
- Encargado de administrar las cuentas sociales del aplicativo.

Perfil:

- Conocimiento y experiencia mínima de 3 años en estrategias de marketing y redes sociales.

Puesto: Contador

Funciones:

- Gestionar la contabilidad de la empresa.

Perfil:

- Experiencia mínima de 3 años en el manejo de la contabilidad de empresas con buenas referencias.

Finalmente detallaremos los puesto que exigirán un pago mensual por sus servicios y aquellos que solo brindaran servicio por trabajo terminado, es decir, trabajo el cual no necesitará de un servicio continuo.

Puesto	Modalidad de trabajo
Gerente General	Mensual
Desarrollador de App	Pago por trabajo realizado
Desarrollador de Web	Pago por trabajo realizado
Diseñador Gráfico	Pago por trabajo realizado
Especialista en Marketing	Mensual
Contabilidad	Mensual
Profesionales para contenido	Pago por trabajo realizado

Figura 31. Modalidades de trabajo

Fuente: Elaboración Propia

8.2. Presupuesto de Recursos Humanos

En cuanto al presupuesto de recursos humanos se manejará planilla para aquellos trabajadores de los cuales se requiere trabajo diario brindando el servicio para este aplicativo. Por otro lado, tendremos trabajadores a los cuales se les brindará pago dentro de la inversión necesaria para el inicio de este plan de negocio, para luego realizar pagos de mantenimiento o pagos de implementación según sea el caso. Así mismo, se ha provisto un incremento del sueldo desde el tercer año para nuestros a medida del crecimiento de las ventas del negocio.

Tabla 5. Presupuesto de Recursos Humanos

Puesto	Sueldo	Essalud	Gratificación	CTS	TOTAL Mensual	Total Anual
Gerente General	4,500	405	583	389	5,877	70,524
Marketing	3,000	270	250	264	3,784	45,408
Contabilidad	2,500	225	208	222	3,155	37,864
					12,816	**153,796**

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VIII

ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

8.1. Datos para la evaluación financiera

El análisis financiero se realizó tomando en consideración las siguientes premisas:

-La proyección considera un horizonte de evaluación de 5 años.

-Todos los importes están expresados en soles.

- Los precios por pago de suscripción son: mensual 10 soles y anual 50 soles.

- Se ha evaluado dos escenarios para la ejecución del plan comercial, uno esperado y otro pesimista.

8.2. Supuestos de Ventas y de proyección

Como se ha mencionado, trabajaremos con el segmento mujeres del departamento de Lima, de edades de 15 a 55 años de edad, de los segmentos A, B y C. Se usó como base datos la información que brinda APEIM, segmentando este mercado a 2,385,917 mujeres con las características mencionadas.

Así mismo las estadísticas digitales del que brinda la Agencia de Marketing Lujhon realizada en varios países como en Lima, Perú, muestra que no todas las mujeres de estos rangos usan redes sociales como Instagram y Facebook, sino sólo el 48% es por ello que tomamos este porcentaje siendo 1145240.

Finalmente, a ello de acuerdo a la investigación de mercado se halló que casi el 100% de las mujeres quisieran contar con el aplicativo, pero no todas las mujeres estarían dispuestas a pagar por él, donde el 40% si estaría dispuesto, es por ello que este porcentaje es tomado en cuenta para segmentar aún más al mercado el cual nos vamos a dirigir siendo 458096. Donde de manera conservadora tomaremos para el primer año el 4%, logrando obtener 18324 usuarios para el primer año de proyección de ventas.

El aplicativo tendrá dos opciones de compra: mensual y anual los cuales serán 10 y 50 soles respectivamente.

Con el fin de lograr los objetivos de venta propuestos basados en la inversión que se realizará en publicidad, se ha estimado un crecimiento anual de la venta en un 20% anual para la ejecución de un plan esperado.

Finalmente se está considerando la comisión de tiendas virtuales la cual es 30% por venta en el primero año, para luego ser 15% por venta anual, es decir en los años: 2,3,4 y 5.

8.3. Inversión Inicial

En esta sección detallaremos toda la inversión que se realizaría para que el aplicativo pueda iniciar y estar disponible en las tiendas virtuales. Para ello será necesario los cuadros de activos fijos, tangibles, intangibles, como los gastos pre operativos y capital de trabajo.

8.3.1. Activos fijos

Será necesario contar con equipos informáticos necesarios para la buena gestión y funcionamiento de la empresa, es por ello que se ha designado equipos específicos que ayudarán de manera óptima en este proyecto como activos tangibles.

Tabla 6. Activos Fijos

Equipo	**Costo**
Laptop 1 Mac	5,000
Laptop 2 Toshiba	1800
Teléfono Móvil Samsung	1500
IPhone	2300
Total	**10,600**

Fuente: Elaboración Propia

Así mismo, se invertirá en activos intangibles, necesarios para el desarrollo y funcionamiento del propio aplicativo, los cuales serán nuestros activos intangibles.

Tabla 7. Activos Intangibles

Concepto	**Costo**
Desarrollo de App	12000
Desarrollo de Web	3900
Prof. De alimentos	5000
Prof. En psicología	5000
Diseñador Gráfico	3500
Publicidad Previa y MKT	3000
Total	32400

Fuente: Elaboración Propia

8.3.2. Gastos pre operativos

Existen gastos pre operativos necesarios para el funcionamiento de la app¨ Un día nuevo¨ como empresa, como son los gastos de constitución. Así mismo para subir el aplicativo a las tiendas virtuales, se realiza un único pago previo, luego de ello las tiendas virtuales cobran por ventas lo cual se detalla más adelante.

Tabla 8. Gastos Preoperativos

Concepto	**Costo**	
Registro de Marca Indecopi	535	
Registro de Sunarp	300	
Notaria	1400	
Asistencia	300	
Publicación diario	20	
Total	**2,555**	
Gastos Ingreso app		**dólares**
Play Store	85	$25
App Store	119	$35
Total Gastos pre operativos	**2,759**	

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, los gastos de inversión en su totalidad serían de:

Tabla 9. Gastos de inversión

Concepto	Costo
Activos fijos tangibles	10,600
Activos fijos intangibles	32,400
Gastos Pre operativos	2759
Total Gastos de Inversión	**45,759**

Fuente: Elaboración Propia

8.3.3. Capital de trabajo

Se ha estimado un capital de trabajo para cubrir el déficit de los primeros meses del negocio, ya que en el flujo de caja mensual se puede ver que existe pérdida en el primer año y segundo año. El monto es de 82,331, el cual se obtuvo mediante el método de déficit acumulado máximo.

Tabla 10. Capital de trabajo

Concepto	Costo
Activos fijos, gastos preoperativos	82331
Capital de trabajo	45759
Total	**128090**

Fuente: Elaboración Propia

8.4. Gastos administrativos y operativos

En nuestra planilla mantendremos los puestos de gerencia general, marketing y contabilidad. Esto se debe a que vemos necesario la gestión diaria de estos puestos para el buen funcionamiento del aplicativo. Dirección, coordinación y continuo seguimiento a nuestras

redes sociales, como la contabilidad, gastos, etc. En cuanto a los otros colaboradores, sus servicios serán de actualización dos veces al año.

Así mismo existen gastos operativos, donde hemos incluido las actualizaciones dos veces al año, los gastos de servicios digitales que van incrementando de acuerdo al contenido que se ingresa a los aplicativos y la publicidad la cual luego del año uno y dos bajan, ya que luego de buscar ser conocidos, tener una publicidad agresiva y ganar seguidores mantendremos la publicidad, pero de manera estratégica.

Tabla 11. Gastos administrativos y operativos

Concepto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Gastos Administrativos	153,796	153,796	181,460	217652	261082
Gastos Operativos					
Actualización contenido de App	59400	59400	59400	59400	59400
Alquiler Coworking office	18000	18000	18000	18000	18000
Gastos de servicios digitales	1220	1354	1554	1754	1954
gastos publicidad	25000	25000	25000	20000	15000
Total gastos Operativos	103620	103754	103954	99154	94354
Total gastos	**257416**	**50042**	**77506**	**118498**	**166728.4**

Fuente: Elaboración Propia

8.5. EBITDA

En el siguiente cuadro se reflejan las ganancias antes de intereses, depreciación y amortización, detallados para los próximos cinco años. Se puede apreciar que en el primer año este es negativo, debido a que los gastos son mayores que las ventas. Sobre todo, por el gran costo de ventas que existe (30%) a comparación con las ventas del primer año.

Tabla 12. EBITDA

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de Ventas programa mensual	17408	20889	23748	22165	22798
Número de ventas programa anual	916	1099	2639	9499	15199
Total número de ventas	**18324**	21989	26386	31664	37996
Ventas	185071	285852	422181	886581	1291875
Costo de Ventas	55521	42878	63327	132987	193781
Ingresos Netos	**129550**	**242974**	**358854**	**753594**	**1098093**
Egresos					
Gastos Administrativos	153,796	153,796	181,460	217652	261082
Gastos Operativos					
Actualización contenido de App	59400	59400	59400	59400	59400
Alquiler Coworking office	18000	18000	18000	18000	18000
Gastos de servicios digitales	1220	1354	1554	1754	1954
Gastos publicidad	25000	25000	25000	20000	15000
Total egresos	257,416	257550	285414	316806	355436
EBITDA	**-127866**	**-14576**	**73440**	**436788**	**742657**

Fuente: Elaboración Propia

Se ha invertido en activos fijos, para el funcionamiento de la empresa, para la depreciación y amortización de los activos fijos tangibles e intangibles se ha considerado una vida útil de 5 años.

Tabla 13. EBIT

EBITDA	**-127866**	**-14576**	**73440**	**436788**	**742657**
Depreciacion	2120	2120	2120	2120	2120
Amortizacion	6480	6480	6480	6480	6480
EBIT	-136466	-23176	64840	428188	734057

Fuente: Elaboración Propia

8.5.1. Estados Financieros

Estructura de Financiamiento

Para nuestro financiamiento se ha considerado el 30% de capital propio y el 70% de préstamo bancario. El préstamo se ha requerido del banco Interbank con una Tasa de Costo Efectivo Anual de 16.12% para los 82,034. Originando así una deuda anual de S/. 27,461. La cual se ve de manera detallada en el cuadro anexo de flujo de caja económico y financiero.

Tabla 14. Estructura de Financiamiento

Préstamo	70%	89663
Capital Propio	30%	38427
Total	**100%**	**128090**

Fuente: Elaboración Propia

8.5.2. Estado de resultados

Este cuadro muestra la pérdida para los dos primeros años, sin embargo, a partir del tercer año se muestra el beneficio que genera la empresa en cuanto a utilidades netas lo cual demuestra la rentabilidad del negocio.

Tabla 15. Estado de resultados

Estados de resultados					
Concepto	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Utilidad Bruta	185071	285852	422181	886581	1291875
Gastos totales	266,016	266,150	294,014	325,406	364,036
Utilidad Operativa	**-80945**	**19702**	**128167**	**561175**	**927838**
Gastos financieros	8829	21804	21721	21624	9570
Utilidad antes de impuestos	-72117	41506	149888	582798	937408
Impuesto a la renta	0	26894	68945	230932	368988
Utilidad del ejercicio	-125302	14612	80943	351866	568420

Fuente: Elaboración Propia

8.6 . Indicadores de rentabilidad

Para el flujo de caja económico y financiero, considerando la inversión inicial de 128,090 soles el valor del Van es de S/. 740,0401.48 soles con un TIR del 49%

Tabla 16. Indicadores de rentabilidad

Inversión	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**Resultados**	
-117192	-127866.451	-14575.8816	73440.0826	436787.573	742657.093	**517417.84**	VAN
-117192	-127866.451	-14575.8816	73440.0826	436787.573	742657.093	0.49	TIR

Fuente: Elaboración propia

Por lo que se puede concluir que le proyecto de negocios es viable y rentable.

8.6.1. Análisis de sensibilidad

Los posibles cambios en las ventas podrían variar, ya sea mensualmente o por año, lo que sí se mantendrán son los gastos y la inversión de realizar este aplicativo. Es por ello que se han proyectado dos escenarios más modificando la cantidad de ventas, estas proyecciones serían: escenario positivo del 5% y el 3% como escenario pesimista.

Escenario Optimista:

Tabla 17. Escenario Optimista

Inversión	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Resultados	
128090	-95479.064	46167.648	163153.603	625185.967	1017180.47	1146022.83	VAN
-128090	-95479.064	46167.648	163153.603	625185.967	1017180.47	0.73	TIR

Fuente: Elaboración Propia

Escenario Pesimista:

Tabla 18. Escenario negativo

Inversión	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Resultados	
128090	-160,253.84	-75,319.41	-16,273.44	248,389.18	468,133.72	S/ 334,780.12	VAN
-128,090.00	-160,253.84	-75,319.41	-16,273.44	248,389.18	468,133.72	18%	TIR

Fuente: Elaboración Propia

Con el fin de predecir posibles cambios en la cantidad de las ventas anuales, podemos ver que en ambos escenarios ya sea negativo ó optimista los indicadores de rentabilidad son favorables. Es por ello que se considera este plan de negocios un proyecto viable y rentable.

CONCLUSIONES

El plan comercial ¨Un día nuevo¨, busca llegar a un público objetivo de mujeres de segmentos A, B y C. De edades de 15 a 55 años de edad que usen redes sociales, aplicativos, dispuestas a pagar por ello.

Se han desarrollado tres proyecciones: pesimista, moderado y optimista. En los cuales se ha considerado un % en número de ventas para cada escenario respectivamente, manteniendo la inversión y gastos totales.

- En el escenario pesimista con un 3% del número de ventas se obtiene un VAN de S/. 334,780.12 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18%.
- En el escenario esperado con 4% del número de ventas se obtiene un VAN de S/ 517,417.84 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 49%.
- En el escenario optimista con un 5% del número de ventas se obtiene un Van de S/. S/ 1146022.83 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 73%.

Es por ello que podemos decir que ¨Un día nuevo¨ es viable en sus tres escenarios, cumpliendo con el objetivo principal de este Plan de Negocios. Se ha cuantificado la demanda potencial para este aplicativo, tomando en cuenta los factores valorados por los futuros consumidores para definir las estrategias más favorables para el éxito de este negocio como objetivos secundarios en este proyecto.

¨Un día nuevo¨ es un proyecto innovador, el cual quiere aportar en la salud mental de las mujeres, abarcando cuerpo y mente. Cubriendo así una necesidad específica y muy importante, ya que es una problema nacional y mundial que va incrementando cada año. Más aun tomando en cuenta la situación de emergencia que se vive actualmente la cual está incrementando los % ansiedad, depresión en el Perú y el mundo. Innovador porque ofrecerá herramientas de manera integral buscando que los usuarios encuentren en el aplicativo un apoyo diario y buenos resultados en sus vidas.

Para ello se desarrollará un aplicativo con programas realizados por profesionales de la salud, bajo estándares de calidad, cumpliendo así con los factores valorados de nuestros futuros usuarios.

Para que nuestro aplicativo pueda llegar a dicho mercado, las redes sociales serán el medio clave para la publicación de contenidos informativos. Donde Instagram y Facebook serán las plataformas en donde se muestre esta información como videos, publicaciones instantáneas, información diaria, establecidas en el plan de Marketing. Luego que los usuarios obtengan el aplicativo, este tendrá herramientas gratuitas limitadas para que puedan probarlos y luego animarse a la compra mensual o anual que se ofrecen. Queremos que desde antes del lanzamiento de la app se puedan realizar campañas de manera agresiva para ser conocidos, líderes en el mercado de aplicativos.

Finalmente, cada estrategia en este plan de negocios se ha desarrollado para lograr los objetivos, donde se puede ver que la inversión puede convertirse en ventas hallando rentabilidad en los tres escenarios distintos.

REFERENCIAS

Bibliográficas

- Axe,J. (2016). *Eat Dirt Why Leaky Gut May Be the Root Cause of Your Health Problems and 5 Surprising Stepts to cure it.* Nueva York, EEUU: Harper Wave
- Colbert, D. (2006). *Emociones Que Matan: Entienda La Conexión Mente-Cuerpo-Espíritu Que Puede Sanarle O Destruirle*. Nueva York, EEUU: Grupo Nelson
- Hay, L. Khadro, A. y Dane, H. (2015). Pensamientos y alimentos: La dieta definitiva. EEUU: Urano
- Leaf, C. (2016). *Think and Eat Yourself Smart: A Neuroscientific Approach to a Sharper Mind and Healthier Life*. EEUU: Baker Books
- Leaf, C. (2018). *Tu Yo Perfecto: Cómo descubrir lo que te hace único*. EEUU: Whitaker House
- Lugavere, M. (2020). *The Genius Life: Heal Your Mind, Strengthen Your Body, and Become Extraordinary.* Nueva York, EEUU: Harper Wave
- Mayer, E. (2019). *Pensar con el estómago*. California, EE. UU.: GRIJALBO

Electrónicas

- EsSalud. (10 Octubre de 2019*). EsSalud atiende más de 2,300 casos de salud mental a través de telepsicología*. Recuperado de http://www.essalud.gob.pe/essalud-atiende-mas-de-2300-casos-de-salud-mental-a-traves-de-telepsicologia/
- Garay, Karina (09 de octubre de 2017). Un miembro de cada familia padecerá un trastorno de salud mental en algún momento. *Andina, agencia peruana de noticias*. Recuperado de https://andina.pe/agencia/noticia-un-miembro-cada-familia-padecera-un-trastorno-salud-mental-algun-momento-685767.aspx
- GfK Perú. (2015). Uso de internet en el Perú. Recuperado de https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/dyna_content/pe/gfk_op_octubre_2015_-_uso_de_internet_2.pdf
- Instituto de Democracia y Derechos Humanos PUCP. (01 de octubre de 2019). *¿Cuál es el estado actual de la salud mental en el Perú?* Recuperado de https://idehpucp.pucp.edu.pe/notas-informativas/cual-es-el-estado-actual-de-la-salud-

mental-en-el-peru-una-seleccion-de-textos-que-ayuda-a-responder-esta-y-otras-interrogantes/

- Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado. (15 de Agosto de 2020). *Publicaciones de Estudios de INSM*. Recuperado de http://www.insm.gob.pe/investigacion/publicaciones.html
- Ministerio de Salud del Perú. (15 de setiembre de 2004). *Estrés afecta a más del 30% de limeños*. Recuperado de https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/43525-estres-afecta-a-mas-del-30-de-limenos
- Ministerio de Salud del Perú. (2020). *Palabras que salvan vidas*. Recuperado de http://www.minsa.gob.pe/salud-mental/
- Organización Mundial de la Salud. (2004). *Invertir en Salud Mental*. Recuperado de https://www.who.int/mental_health/advocacy/en/spanish_final.pdf
- Suicidio: Las alarmantes cifras que deja cada año en el Perú y el mundo. (17 de septiembre de 2018). RPP Noticias. Recuperado de https://rpp.pe/vital/salud/las-cifras-que-deja-cada-ano-el-suicidio-en-el-peru-y-el-mundo-grafica-noticia-993568
- Rincon, F. (31 de marzo de 2020). *El e-commerce y los servicios online como alternativa para una sociedad en proceso de digitalización*. Diario Gestión. Recuperado de https://gestion.pe/blog/mas-alla-del-efectivo/2020/03/el-e-commerce-y-los-servicios-online-como-alternativa-para-una-sociedad-en-proceso-de-digitalizacion.html/
- Sulca, R. (14 de junio de 2016). Depresión: alrededor de 1 millón 700 mil peruanos la sufre. RPP Noticias. Recuperado de https://rpp.pe/vital/expertos/la-depresion-es-el-trastorno-mas-comun-en-el-peru-noticia-971106
- El 90% de las inversiones en redes sociales se concentran en Facebook e Instragram. (16 de noviembre de 2019). Diario Gestión. Recuperado de https://gestion.pe/economia/empresas/publicidad-en-redes-sociales-inversion-en-redes-sociales-el-90-de-las-inversiones-en-redes-se-concentran-en-facebook-e-instragram-noticia/
- Alimentación y vida saludable en Lima.. (16 de Octubre de 2019). Ipsos Perú. Recuperado de https://www.ipsos.com/es-pe/alimentacion-y-vida-saludable-en-lima
- Mendoza, R. (10 de octubre de 2015). Salud: Conoce los trastornos mentales más frecuentes en Perú. Diario Correo. Recuperado de https://diariocorreo.pe/miscelanea/los-trastornos-mentales-mas-frecuentes-en-peru-624338/

- Ministerio de Salud del Perú. (2018). *Plan nacional de fortalecimiento de servicios de salud mental comunitaria.* Recuperado de http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4422.pdf

ANEXOS

FLUJO DE CAJA /1er año

Concepto	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**	
Número de ventas programas mensuales	250	500	480	550	830	980	1250	1400	1774	2150	2000	1900	
Número de ventas programas anuales	50	100	120	150	170	220	250	300	450	550	800	1200	
Total numero de ventas	300	500	600	700	1000	1200	1500	1700	2224	2700	2800	3100	
Ventas	5000	10000	10800	13000	16800	20800	25000	29000	40240	49000	60000	79000	
Costo de ventas	1500	3000	3240	3900	5040	6240	7500	8700	12072	14700	18000	23700	
Utilidad bruta	3500	7000	7560	9100	11760	14560	17500	20300	28168	34300	42000	55300	
Egresos													
gastos administrativos (GG.MKT,CONT)	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	12,816	
Gastos Operativos													
Actualización de App	4300	4300	4300	4300	4300	8200	4300	4300	4300	4300	4300	8200	
Alquiler Coworking office	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	
Gastos de servicios digitales	90	90	90	90	90	110	110	110	110	110	110	110	
gastos publicidad	2000	2000	2000	2000	2000	2500	2000	2000	2000	2000	2000	2500	
total egresos	20706	20706	20706	20706	20706	25126	20726	20726	20726	20726	20726	25126	
EBITDA	**-17206**	**-13706**	**-13146**	**-11606**	**-8946**	**-10566**	**-3226**	**-426**	**7442**	**13574**	**21274**	**30174**	
Saldo Acumulado	-20706	-34413	-47559	-59165	-68112	-78678	-81904	-82331	-74889	-61315	-40042	-9868	

Detalle de Gastos Administrativos, fijo y pre operativos

Puesto	Sueldo	Essalud	Gratificación	CTS	TOTAL Mensual	Total Anual
Gerente General	4,500	405	583	389	5,877	70,524
Marketing	3,000	270	250	264	3,784	45,408
Contabilidad	2,500	225	208	222	3,155	37,864
					12,816	**153,796**

Activos fijos

Equipo	Costo
Laptop 1 Mac	5,000
Laptop 2 Toshiba	1800
Teléfono Móvil Samsung	1500
Iphone	2300
Total	**10,600**

Activos fijos intangibles

Concepto	Costo
Desarrollo de App	12000
Desarrollo de Web	3900
Prof. De alimentos	5000
Prof. En psicología	5000
Diseñador Gráfico	3500
Publicidad Previa y MKT	3000
Total	32400
Concepto	**Costo**
Registro de Marca Indecopi	535
Registro de Sunarp	300
Notaria	1400
Asistencia	300
Publicación diario	20
Total	**2555**

Gastos Ingreso app		dólares
Play Store	85	$25
App Store	119	$35
Total Gastos pre operativos	**2759**	**$60**

Total inversión activos fijos y gastos preoperativos

Concepto	Costo
Activos fijos tangibles	10,600
Activos fijos intangibles	32,400
Gastos Pre operativos	2759
Total Gastos de Inversión	**45,759**

Gastos Operativos

Gastos operativos/servicios digitales

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Dominio de pag web	350	350	350	350	350
Suscripciones a tiendas virtuales	204	204	204	204	204
Servidores para web y aplicativo	666	800	1000	1200	1400
Total	**1220**	**1354**	**1554**	**1754**	**1954**

Actualizaciones cada 6 meses y mensuales

Dos veces al año

Actividad	Costo	Total año
Desarrollador App	350	700
Desarrollador Web	350	700
Porfesionales de salud	5,000	10,000
Diseñador gráfico	2,500	5,000
Total	**8200**	**16400**

Mensual

Actividad	Costo	Total año
Ingreso de info	300	600
videos para app y web	2,000	4,000
Diseñador gráfico	2,000	4,000
Total	**4300**	**8600**

Gastos de publicidad Anual/Oficina Coworking

Concepto	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
gastos publicidad	25000	25000	25000	20000	15000
Alquiler Coworking office	18000	18000	18000	18000	18000

Flujo de Caja Económico y Financiero

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ventas		185071	285852	422181	886581	1291875
gastos totales		266,016	266,150	294,014	325,406	364,036
utilidad		-80945	19702	128167	325406	364036
impuesto a la renta			5812	37809	95995	107391
utilidad neta		**-80945**	**13890**	**90358**	**229411**	**256646**
Flujo de caja operativo		-80945	13890	90358	229411	256646
activos fijos	-45,759					
Capital de trabajo	-82331					
Flujo de caja económico	**-128,090**	**-80945**	**13890**	**90358**	**229411**	**256646**
Préstamo	89663					
Cuota		-27,461	-27,461	-27,461	-27,461	-27,461
EFI		4264	3645	3610	3570	3523
Flujo de financiacion neta	89663	8,829	21,804	21,721	21,624	9,570
Flujo de caja financiero	-128090	-72117	35694	112079	251035	266216

Encuesta

¿Cual de estos estados de ánimo/emociones sueles pasar o has pasado? (Puedes marcar más de una opción). *

- [ ] Stress
- [ ] Ansiedad
- [ ] Depresión
- [ ] Soledad

¿Qúe es lo que sueles hacer cuando tienes alguna de estas emociones o estados de ánimo? (puedes marcar mas de una opción) *

- [ ] Hablar con alguien
- [ ] Hacer ejercicios
- [ ] Orar/meditar
- [ ] Comer
- [ ] Dormir
- [ ] Ver TV, redes sociales, escuchar música
- [ ] Otros

¿Te gustaría contar con un aplicativo que te ayude con herramientas diarias para mejorar estos estados de ánimo /emociones? ((Esta app contará con módulos/cursos con el tema de tu interés y al ser de inteligencia artificial podrá registrar tus actividades diarias, avances, emociones y estará dispuesto a brindarte ayuda las 24/7)). *



- ◯ Si
- ◯ No

¿Que tema valorarías más de este aplicativo para tu bienestar? (puedes marcar mas de una opción). *

- ☐ Motivacionales
- ☐ Alimentación
- ☐ Ejercicios
- ☐ Artículos de interés (lecturas)
- ☐ Meditación

Pagarías por este aplicativo? *

- Si
- No

Si tu respuesta anterior fue Si, ¿Cuánto pagarías como máximo por una membresía mensual?

- 10-20 soles
- 20- 30 soles
- 30-40 soles
- 40 a 50 soles