



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Plan de negocios de una empresa de telesalud bajo
modalidad de enlace y calidad del servicio en Chiclayo**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Chang Jimenez, Carlos Alfredo (orcid.org/0000-0002-5776-0620)

ASESORES:

Mg. Pisfil Benites, Nilthon Ivan (orcid.org/0000-0002-2275-7106)

Dr. Dios Castillo, Christian Abraham (orcid.org/0000-0002-2469-9237)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen Santísima. A mis padres Lola y Alfredo, a mi esposa Ana, a mis hijos Ana Claudia y Carlos Alfredo Franco Baltazar; a todos mis familiares, los que están y los que partieron, a mis compañeros de trabajo de la UGEL 02 - La Esperanza y de la EPG UCV- Chiclayo.

Carlos Chang

AGRADECIMIENTO

Al Dr. César Acuña Peralta cuya inspiradora labor permite el desarrollo de las personas.

A mis maestros de la Universidad César Vallejo por su dedicación y sabias enseñanzas.

A nuestras autoridades por su sensibilidad y buen juicio para generar las oportunidades de crecimiento profesional.

A mis compañeros de clases a quienes en la distancia aprendí a quererlos.

A mis amigos Humberto y Manuel Llempén Coronel por su inspirador ejemplo de estudio y servicio al prójimo.

A mi amiga Alicia Elizabeth por su apoyo en la concreción de este ansiado sueño.

El autor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PISFIL BENITES NILTHON IVAN, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Plan de negocios de una empresa de telesalud bajo modalidad de enlace y calidad del servicio en Chiclayo

", cuyo autor es CHANG JIMENEZ CARLOS ALFREDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 07 de Agosto del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PISFIL BENITES NILTHON IVAN DNI: 42422376 ORCID: 0000-0002-2275-7106	Firmado electrónicamente por: PBENITESNI el 07- 08-2023 21:00:05

Código documento Trilce: TRI - 0645032



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CHANG JIMENEZ CARLOS ALFREDO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Plan de negocios de una empresa de telesalud bajo modalidad de enlace y calidad del servicio en Chiclayo

", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
CHANG JIMENEZ CARLOS ALFREDO DNI: 16618387 ORCID: 0000-0002-5776-0620	Firmado electrónicamente por: CHJIMENEZC el 11-08- 2023 18:37:57

Código documento Trilce: INV - 1263967

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización.....	18
3.3. Población, muestra y muestreo.....	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	22
IV. RESULTADOS.....	23
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES	36
VIII. PROPUESTAS.....	37
REFERENCIAS	42
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo</i>	23
Tabla 2 <i>Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por dimensiones</i>	26
Tabla 3 <i>Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por nivel</i>	27
Tabla 4 <i>Resultado de la validación de propuesta: “Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo”</i>	28

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo de proponer un plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo. Fue catalogado como un estudio de enfoque cuantitativo, de tipo básico, descriptivo, transversal no experimental. Donde la muestra estuvo constituida por 110 usuarios a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, que presentaron 5 dimensiones. Se obtuvo como resultado que el 34% de los encuestados estuvo en desacuerdo en la dimensión Fiabilidad, el 33% estuvo de acuerdo en la dimensión empatía, en cuanto a seguridad el 31% estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo; sin embargo, el 31% de la dimensión sensibilidad estuvieron en desacuerdo y el 32% estuvo de acuerdo ante la dimensión elementos tangibles. Se concluye que la propuesta de un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo, canaliza la atención a las demandas de los usuarios y la oportunidad de capitalizar una oportunidad de negocio sostenible en el tiempo.

Palabras clave: Plan de negocio, telesalud, calidad de servicio.

ABSTRACT

The objective of this study was to propose a business plan for a telehealth services company under the link modality to improve the quality of service in Chiclayo. It was classified as a study of quantitative approach, of basic, descriptive, non-experimental cross-sectional type. Where the sample was constituted by 110 users to whom a questionnaire of 22 questions was applied, which presented 5 dimensions. It was obtained as a result that 34% of respondents disagreed on the Reliability dimension, 33% agreed on the empathy dimension, in terms of security 31% agreed neither agreed nor disagreed, however, 31% of the sensitivity dimension disagreed and 32% agreed with the tangible elements dimension. It is concluded that the proposal of a Business Plan of a telehealth services company under the link modality to improve the quality of service in Chiclayo, channels attention to the demands of users and the opportunity to capitalize on a sustainable business opportunity over time.

Keywords: Business plan, telehealth, quality of service.

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia producida por Coronavirus (COVID-19) resaltó la utilidad e importancia de la telemedicina. En diversos países del mundo se declararon en estado de emergencia sanitaria, asumiendo un aislamiento obligatorio como principal medida sanitaria, otros están adoptaron la salud digital por el temor de la población a contraer COVID-19 (World Health Organization, 2020).

Las personas que se salvan cada año porque visitaron al médico para un chequeo de rutina y evitaron un problema más grave, nos invita a reflexionar sobre la salud preventiva. Tanto los pacientes como los médicos ahorrarán mucho tiempo que antes se perdía en reservas, transporte, filas de espera, etc. Los pacientes-clientes tienen la ventaja de navegar y seleccionar el médico que creen que más les convenga al obtener acceso a un gran directorio de médicos listados y revisados (Kolovou, 2021). La telemonitorización, es decir el monitoreo de datos físicos actualizados oportunamente es más adecuado para pacientes con enfermedades crónicas, los médicos pueden incluso monitorear la salud de los pacientes a distancia, lo que hace posible que los clientes reciban telemedicina, lo que reduce la presión sobre las instituciones médicas (Mengjie, 2022).

La legislación sobre telemedicina tiene diferencias de un estado a otro, pero cualquier institución que brinde servicios de salud que esté interesado en ofrecer servicios de telemedicina deberá determinar el nivel de madurez antes de hacerlo (Organización Panamericana De La Salud, 2016).

La planificación estratégica de la telemedicina incluye evaluación y análisis de necesidades, estrategias de negocio, marketing, comunicación, planes de implementación detallados y el desarrollo de criterios para la evaluación, el canvas en la telemedicina permite una visualización completa de los factores críticos que los implementadores deben considerar para desarrollar con éxito un proyecto de telesalud. Este marco proporciona un método organizado para evaluar y determinar los aspectos esenciales, al abordar rigurosamente este proceso, las organizaciones pueden mitigar el riesgo de fallas posteriores (Verma, et al. 2022).

La telemedicina se utilizó en gran medida en varias áreas de China para apoyar las medidas de prevención y control de la propagación del virus durante la pandemia. En respuesta a las demandas, las instituciones médicas en varios lugares construyeron rápidamente plataformas hospitalarias en línea y abrieron canales de consulta en línea. Por ejemplo, la provincia de Shaanxi rápidamente puso en uso la "Plataforma en la Nube de Telemedicina", que conectó 499 hospitales en 107 condados de la provincia para ayudarlos a implementar de manera eficiente las medidas de control de COVID-19 (Zhang, 2023).

El Perú se vio obligado a implementar rápidamente un sistema de teleconsultas. Sin embargo, uno de los principales problemas con el uso adecuado de estas plataformas es el acceso limitado a internet, afectando al envío de imágenes y videos para una vigilancia efectiva, principalmente en áreas rurales.

En el 2018 según un informe del INEI, la región costa tuvo mayor acceso a internet, con un 63,3 %, la sierra un 36 % y la selva con un 33 %. Durante la pandemia se generaron afectaciones en la energía eléctrica y los servicios de información (radio y televisión). Que, en comparación con el año precedente, los servicios de comunicación (teléfono móvil e internet) aumentaron un 7,29% (Ramírez et al., 2020).

El 31 de marzo del 2020 el Ministerio de Salud (MINSa) aprobó la directiva para la implementación y desarrollo de telemedicina durante la pandemia, estableciendo criterios para su aplicación en todas las instituciones prestadoras de servicios. La adecuada canalización de las demandas sociales por parte de los estados resulta insuficiente, la inversión en salud y educación es precaria, las demandas sociales no son satisfechas y gran parte de la población acude a los servicios privados. La capacidad operativa de los sistemas de atención de la salud pública se vio limitado y dio cabida a la proliferación de servicios de atención de la salud informales, la escasez del recurso económico, sumado a las sintomatologías de la población que acude a los centros de salud requieren ser canalizadas.

Existen servicios de atención a la salud con adecuados estándares de calidad que ofrecen servicios y productos para una atención oportuna, que permiten acercar a usuarios y proveedores. La fuerza de los proveedores que desean ofertar y

acercarse a los usuarios de los servicios de salud por un lado y por el otro, la de los demandantes de oportunos servicios de salud convergen hacia un punto. Situación que significa una magnífica oportunidad para la investigación científica y el desarrollo de la administración de negocios. Todo negocio tiene como objetivo satisfacer una necesidad o deseo. a través de una adecuada planificación de respuesta a la demanda y a la vez canalizar una oportunidad de negocios. Motivado por ello planteó la interrogante:

¿De qué manera el plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace mejora la calidad de servicio en Chiclayo?

La trascendencia del estudio, desde la perspectiva teórica permite la sistematización de información sobre los planes de negocios, las tendencias contemporáneas en la oferta de servicios, en el particular el servicio de telesalud bajo la modalidad de enlace. En el aspecto metodológico significa el diseño de procedimientos, medios y condiciones para el recojo y procesamiento de información pertinente para la generación de un plan de negocios basado en el canvas business model. En el aspecto ético, se tiene considerado ofrecer información novedosa basada en antecedentes de cuyos autores se respetó los planteamientos originales para los cuales se sometió a las normas APA 7.

En la investigación consideré como objetivo general: Proponer un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo. Planteándose como objetivos específicos: Diagnosticar las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo; diseñar un plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace, para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo y por último validar mediante opinión de expertos el plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo.

Al ser una investigación cuya finalidad es realizar un diagnóstico sobre un determinado fenómeno como son las condiciones de calidad de los servicios de salud. Su principal objetivo es proponer una o más soluciones para el problema, se prescinde de la formulación de hipótesis.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro de los antecedentes se tiene el aporte de Arteaga (2022) planteó como objetivo determinar el grado de satisfacción de los pacientes atendidos por telemedicina durante la pandemia Covid19 en la empresa privada de Salud A365. El enfoque fue cuantitativo, descriptivo, transversal de diseño no experimental. La población estuvo conformada por 50 pacientes a quienes se les aplicó una encuesta SERVQUAL. Como resultado se obtuvo que el 50% de los usuarios encuestados mostraron satisfacción en un nivel moderado; mostraron altos índices de satisfacción en elementos tangibles con un 46%, el 50% de fiabilidad, 38% para capacidad de respuesta, el 52% en seguridad y el 48% en empatía. Se concluye que el 46% de los encuestados estuvieron satisfechos con el servicio recibido a través de la telemedicina, es decir en término general 48% pacientes afirmaron sentirse satisfechos en todo lo relacionado.

Para poder brindar un servicio, Bernabel y Huatay (2021) plantearon como objetivo implementar una plataforma digital llamada AppSalud que brinda atención a las necesidades no atendidas del sector Salud. Se hizo un estudio a 100 profesionales de la salud y 110 usuarios de servicios médicos mediante encuestas. Se obtuvo como resultado de la evaluación financiera factibilidad y viabilidad del proyecto debido a la coyuntura social generada por la pandemia permitiendo al paciente tener una atención médica personalizada en donde se encuentre, bajo procedimientos administrados por profesionales de la salud en enfermería y/o técnicos con experiencia médica. Se concluye con las proyecciones de ventas que la TIR es mayor con un 298% en un escenario real, por tanto, el proyecto tiene una tasa mayor de interés siendo mayor que la WACC; obteniendo, un VAN positivo.

Asimismo, Sánchez (2022) planteó como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de la atención y satisfacción del usuario en el servicio de telesalud del Centro de salud. Fue un estudio correlacional, descriptivo y transversal. La muestra fue de 73 usuarios de telesalud. Se obtuvo como resultados que la dimensión tangibilidad y fiabilidad obtuvieron un nivel satisfecho, la dimensión responsabilidad obtuvo un 63% de usuarios satisfechos, el 64% de los usuarios respondieron estar satisfechos en la dimensión seguridad, en la dimensión empatía

el 74% estaba satisfecho y un 21.9% poco satisfecho. Se concluye que gran parte de la población estudiada se encuentra satisfecha en cuanto a la calidad de atención recibida.

Para conocer el nivel de satisfacción, Barriga-Chambi, et al. plantearon como objetivo evaluar el nivel de satisfacción con el servicio de telesalud del Hospital III Regional Honorio Delgado (HRHD) tanto para el personal de salud como para los pacientes atendidos. El diseño de la investigación fue observacional transversal con enfoque descriptivo. La población fue conformada por el personal del establecimiento que atendieron mediante tele-salud en los dos primeros años de pandemia y los pacientes que recibieron atención desde el 15 de octubre al 15 de diciembre del 2021. Se obtuvo que la razón de profesionales no médicos satisfechos con los servicios fue mayor al de médicos (72,5% vs 18,3%). Con respecto a los 377 usuarios del servicio, el 77,6% manifestaron satisfacción con lo recibido. Por tanto, se concluyó que la satisfacción de los médicos fue menor respecto al personal no médico en el establecimiento, sin embargo, para los usuarios del servicio se evidenció una satisfacción moderadamente alta.

Del mismo modo, Angulo et al. (2022) plantearon como objetivo determinar la factibilidad de una empresa de atención médica virtual para patologías de baja complejidad a través de una plataforma digital, llamada Doctor 24, dirigida al nivel socioeconómico C de Lima Metropolitana. Se realizaron investigaciones cuantitativas y cualitativas de estudio de mercados a través de entrevistas y encuestas. El plan demostró ser factible desde el punto de vista económico, determinado por la rentabilidad que se obtendrá, alcanzando una TIR de 35 % con un VAN de S/ 1,680,307 en las proyecciones a cinco años, asimismo, se estima que el resultado del EBITDA estará bordeando al 25% sobre las ventas y el crecimiento de ventas se estabilizará en entre +5 y 10 % anualmente. Del mismo modo, se considera viablemente operativo por la capacidad que tendrán los equipos de trabajo para llevar a cabo los servicios, con calidad, eficiencia y adaptación constante. En cuanto a lo social tiene que ver en cuanto al aprovechamiento del desarrollo de los servicios que ofrecerá la plataforma, ya que permitirá el avance organizado de este tipo de organizaciones de salud basadas en la digitalización.

El retorno de la inversión es fundamental en un proyecto; por ello, Aguilar y Vela (2018) plantearon como objetivo investigar la viabilidad de TELENUTRICIÓN SAC, empresa dirigida a brindar consultoría nutricional a distancia, utilizando el avance tecnológico. Tuvo un enfoque descriptivo obteniendo información relacionada perfil de los potenciales usuarios dispuestos a contratar un servicio virtual. La muestra utilizada fue de 200 participantes de tipo no probabilístico a través de formato virtual. Se obtuvo como resultado que el aplicativo es viable, donde el VAN es S/ 1.309,600.00, mayor a 0 y el la TIR DE 149%, superior al WACC (26,50%) y al Costo oportunidad de inversionista (27%); por ende, es rentable y sostenible desde el primer año tanto para el escenario optimista, conservador y pesimista garantizando el retorno de la inversión debido al ahorro en gastos fijos por el tipo de negocio.

La satisfacción también se debe poner como prioridad, Hawrysz Liliana et al. (2021) plantearon como objetivo estudiar las investigaciones sobre la satisfacción del paciente con servicios de salud remotos antes y durante la pandemia, la metodología utilizada fue el análisis documental de una revisión de base de datos electrónicos. El resultado evidenció limitaciones a la calidad metódica del estudio, también se constató que los investigadores carecen de claridad sobre el método de definir y medir la satisfacción antes y durante la pandemia de COVID-19. Se concluyó que gran cantidad de estudios respecto a satisfacción muestran dificultades para identificar los elementos de satisfacción deseados y vincular la satisfacción con un servicio específico, lo que, en consecuencia, reduce la utilidad de la información de tal estudio.

Por otro lado, Velayati, et al. (2021) plantearon como objetivo identificar los componentes clave y los factores críticos para desarrollar un marco de negocios de telesalud desde la perspectiva de los expertos. Con una investigación cualitativa, donde se realizó entrevistas semiestructuradas y como instrumento una guía de entrevista, para analizar los datos obtenidos, se usó la versión 12 del software MAXQDA. Los resultados indicaron que los componentes clave en un marco de negocios de telesalud incluían valor creado, recursos clave, actividades clave, socios clave, licencias y permisos, precios de productos, ingresos, marketing, servicios de soporte y obtener comentarios de los clientes. Aunque recibir apoyo de

diferentes individuos y organizaciones, así como los beneficios económicos de los servicios de telesalud pueden considerarse factores de éxito. Se concluye que el desarrollo de un marco comercial de telesalud podría ser un paso importante hacia el desarrollo de un plan de negocios más completo, facilitando la comercialización de productos de telesalud y proporcionando una solución para la sostenibilidad del producto en un mercado competitivo.

Incluso, Kreofsky et al. (2018) analizaron un sistema de salud, su diseño y construcción de la infraestructura para respaldar una práctica integral de telemedicina. El plan establecía prioridades y una dirección que conduciría al éxito a largo plazo; asimismo, articuló la infraestructura gubernamental y operativa necesaria para apoyar la telemedicina y desarrolló un plan operativo multifacético, estableciendo dentro del plan las prioridades y la dirección para el éxito a largo plazo, articulando la infraestructura operativa y de gobierno para respaldar la telemedicina. Se concluyó que la base para la escalabilidad y el crecimiento a largo plazo se desarrolló centralizando las operaciones de los servicios de telemedicina, implementando procesos sostenibles, empleando personal calificado dedicado y desplegando productos sólidos.

De igual manera, Jácome (2020) planteó como objetivo dar solución a la Salud mediante el uso de la tecnología, poniendo a disposición de los Profesionales Asistenciales y Pacientes una Suite de soluciones que mejoran la vida de las personas. Se utilizó el método cuantitativo, mediante un sistema de encuestas y el método cualitativo mediante un Focus Group, determinando la aceptación de los usuarios hacia una organización de telesalud especializada en el control y monitoreo de pacientes crónicos, personas convalecientes y adultos mayores dentro de la ciudad de Quito. Se concluyó que el plan tiene una evaluación financiera positiva y rentable con un índice de rentabilidad de 1,84; es decir que, por cada dólar invertido, se obtendrán 84 centavos de ganancia, con un periodo de recuperación de 3,32 años. Del mismo modo, analizando el flujo de caja para los 5 años, se obtiene una TIR DE 29,33% positiva y mayor al WACC, un VAN positivo de USD 115.256,22.

El planeamiento estratégico, es una vital herramienta gerencial para el crecimiento de las organizaciones, que busca encontrar mejoras continuas que repercutan en el logro de los objetivos trazados, generando ingresos a través de las estrategias plasmadas, aumentando la estabilidad, liderazgo, competitividad y sostenibilidad de un negocio. Se debe seguir de manera organizada y con procesos sistemáticos del plan trazado, corrigiendo las debilidades diagnósticas y potenciando las fortalezas, priorizando y dirigiendo según lo plasmado, que mejorará la toma de decisiones para beneficio de la empresa (Ore et al., 2020).

Por ende un plan de negocios, muestra alternativas viables para alcanzar metas en cuanto al desarrollo empresarial, también es necesario aclarar que un plan de negocios está íntimamente relacionado con la planeación estratégica, siendo una herramienta escrita, que contiene toda la información necesaria para evaluar un negocio y las pautas generales para iniciar un negocio. Presentar este plan es vital para la búsqueda de financiamiento, socios o inversionistas o como guía para los líderes de la empresa. Debido a los constantes cambios, las organizaciones que deciden competir no pueden dejar de plasmar futuros escenarios para mejorar integralmente y optimizar sus recursos (Águila et al., 2018).

Según Arias et al. (2008) los elementos comunes de un plan de negocios son los siguientes:

El resumen ejecutivo es la parte que tiene por objetivo captar el interés de los líderes donde encontrarán una síntesis de todo el proyecto; resaltando los puntos más relevantes del negocio, como productos o servicios, la propuesta de valor, la viabilidad del plan, los entornos internos y externo, el financiamiento y la posible rentabilidad.

Alineación estratégica del negocio, quiere lograr una sinergia entre el plan estratégico de la organización para que los objetivos y metas vayan a la par con el plan y tengan congruencia, estableciéndose una relación, teniendo un soporte en el desarrollo de las estrategias.

En cuanto al producto o servicio se enmarca en ofrecer un bien tangible o intangible innovador y diferenciado, que ofrezca un valor de negocio para los usuarios.

Además, cuando los bienes ya estén en el ámbito económico es necesario potenciar la mejora continua para que se conviertan en un distintivo para obtener ventaja.

El equipo gerencial muestra a un equipo capaz, con experticia, valores y paradigmas similares para conseguir el logro de los objetivos, capaces de dirigir y llevar en marcha el plan con habilidades blandas que permitan superar inconvenientes.

Mercado y competencia, se basa en el conocimiento de los usuarios y las necesidades según su entorno y variables medibles. Definiendo el público objetivo, sus gustos y preferencias a través de la segmentación de mercado, análisis de los competidores y las 4P (producto, precio, plaza y promoción)

Sistema de negocio, se diseña un mapa de las actividades imprescindibles para preparar y llevar los bienes o servicios a los clientes. permitiendo la sistematización. El modelo de negocio debe ser lógico, completo y útil para la planeación.

En el cronograma de implementación va estar plasmado toda la calendarización del desarrollo del plan con los principios de razonabilidad para los inversores y actores en el negocio.

Oportunidades y riesgos, se identificarán el margen de error por desviaciones de escenario supuestos tanto de manera optimista o pesimista, tomando en cuenta el precio, volúmenes de ventas, entre otras circunstancias que afecten sus aspectos claves.

Planeación financiera, podrá conseguirse cuando el plan pueda tener retorno de inversión para conseguir financiamiento, esta planeación debe tener proyecciones de ventas, flujo de caja con saldo positivo, estado de resultado, balance general con proyección y el cálculo del retorno de la inversión (Raimi, 2021).

La gestión empresarial, engloba aquellas tácticas y estrategias para que la empresa obtenga utilidades. Por tanto, tiene múltiples factores asociados, como las finanzas, las operaciones, la logística, entre otros. Desarrollando planes que puedan englobar distintas acciones que permitan el crecimiento de la empresa, prevenir

situaciones adversas y aprovechando las oportunidades para que se mantenga competitiva dentro del mercado, ofreciendo resultados favorables en función a sus objetivos trazados (Mora et al., 2016).

Su importancia radica en conseguir el logro de los objetivos, dirigiendo la sinergia del talento humano evitando tiempos muertos, sobrecostos y fuga de esfuerzo, además aporta en el uso eficiente de los recursos, utilizando de manera óptima aquellos recursos escasos, buscando el mayor rendimiento, minimizando los desperdicios. Para ello, es necesario tener personal capacitado que ofrezca mayor productividad en todas áreas garantizando mayor liquidez y mayores utilidades (Suárez-Espinar, 2018).

La Organización cómo Sistema Abierto, Según Robert Kahn y Daniel Katz, mencionan que Las empresas, están en constante movimiento y debido a la volatilidad y el avance tecnológico, optan por la diferenciación, se reinventan en cuanto a las funciones que tienen en cada área (estructura interna), las van diferenciando en relación a su progreso y supervivencia, tomando a la retroalimentación como herramienta para evitar errores, corregirlos y adaptarse ante cualquier situación aprovechando las oportunidades y minimizar las amenazas (Peralta, 2016).

The Business Model Canvas, es un herramienta innovadora debido a la facilidad para plasmar y articular las estrategias, recursos e ideas del negocio sobre un lienzo logrando hacer un análisis sobre la puesta de valor del negocio, los problemas y soluciones del negocio, canales, segmentación de mercados, los ingresos que se van a generar, así como los gastos que se van a incurrir, desarrollada por Alexander Osterwalder un consultor suizo, que implantó nueve bloques temáticos (Razabillah et al., 2023).

El bloque central se refiere a la oferta de valor dirigida a la segmentación de mercado mediante canales y formas concretas para lograr la interacción con los usuarios; además existen dos bloques hacia el lado derecho y los bloques de la parte izquierda representando los recursos, actividades y actores fuera de la empresa que funcionan como aliados, siendo estos los necesarios para la producción y la generación de la oferta de valor. Los bloques de la parte inferior

representan el flujo de los ingresos y costos para llevar a cabo el proyecto. El desarrollo de este modelo ayudará a diferentes organizaciones de cualquier sector a especificar y dirigir sus modelos de negocio en el proceso de creación de diversas estrategias. abarcando cuatro áreas clave del negocio, la oferta, el cliente, infraestructura y rentabilidad financiera (Lozano et al., 2019).

Michael Porter, en la teoría de la ventaja competitiva, señala que la red de valor es una herramienta de análisis estratégico para las empresas, pasando por procesos donde se agrega valor al producto o servicio para lograr la satisfacción del cliente. Determinando qué actividades son las que permiten tener una ventaja competitiva, clasificándolas en actividades primarias y actividades de soporte. Por tanto, hablar de los actores en la red de valor de una empresa, es hablar principalmente de los clientes y proveedores, desarrollando conexiones que permiten el trabajo colaborativo aumentando las ventajas competitivas para todas las partes involucradas, tras brindar productos diferenciados, logrando la reducción de costos, el liderazgo, la diferenciación, sostenibilidad dentro del mercado y el enfoque de concentración (Mamani, 2018).

La calidad en el servicio como ventaja competitiva, se toma como instrumento estratégico ya que la calidad percibida por el usuario brindará ventaja competitiva, la subjetividad de cada individuo se basará en experiencias y conexión con el producto o servicio recibido. Asimismo, deben estar estrechamente conectados con la necesidad de cada cliente, abriéndose a las innovaciones o cambios debido a la globalización y auge de nuevas tendencias; por ende, es necesario ofrecer soluciones diversas y únicas para mantener enganchado al consumidor (Arellano, 2017).

Cada organización debe estar atentos a los nuevos requerimientos de parte de sus usuarios y así anticiparse ofreciendo un mejor servicio. La tecnología ha traído nuevos canales para la realización de los servicios o ventas de bienes; por tanto, es imprescindible contemplar estrategias ajustadas a las características de los consumidores. Del mismo modo, se debe enfatizar en la capacitación y motivación del talento humano con la finalidad de cumplir con los objetivos trazados en las

proyecciones, ya que sin los actores internos no podría concretarse el correcto funcionamiento de la empresa (Arellano, 2017).

Esquema de nueve módulos según Sonderegger (2020) Segmento del Cliente, siendo el pilar vital de este modelo, parte fundamental de todo negocio agrupándolo según la segmentación de mercado enmarcándolo en modelo de negocios específicos para cada uno de ellos, donde se elegirá y definirá a qué usuarios dirigirse y a cuáles no. Según eso se podrá determinar el cliente objetivo ofreciendo una propuesta de Valor según las necesidades de este.

Propuesta de Valor, conjuntos de bienes o servicios que lograrán satisfacer las necesidades de cada segmentación de mercado, conformándose por una serie de fortalezas y beneficios hacia los clientes, esto será determinante para la elección sobre otras organizaciones gracias a la diferenciación.

Canales, se refiere a aquellos medios para la difusión de la propuesta de valor del producto o servicio, distribución- venta entre la empresa y los usuarios.

Relaciones con los clientes, se debe hacer la definición del tipo de relación que va a formar con la segmentación de mercado, es necesario entender cómo va impactar en el modelo del negocio con la experiencia del usuario.

Fuentes de Ingresos, es la base que mantiene a flote el negocio, se debe determinar la fijación de precios acorde a la propuesta de valor y el tipo de relación que se tiene con el usuario para mantener liquidez y sostenibilidad en el tiempo.

Recursos Clave son necesarios para que las empresas creen y ofrezcan una propuesta de valor, pudiendo ser en términos económicos, intelectuales, físicos o humanos.

Actividades Clave, aquellas fundamentales para el logro de los objetivos y el alcance del éxito, fundamentales también en conjunto con los recursos para lograr la propuesta de valor.

Estructura de Costos, se determinan los costos primordiales en que se van a incurrir para concretar el modelo del negocio y la propuesta de valor.

Según Juiz et al. (2018), para medir la calidad se puede realizar una comparación entre los alcances obtenidos contra los objetivos trazados, a través de indicadores de progreso, cada proceso dentro de la organización tiene actores involucrados, tiempo estimado, interacciones y logros para determinar el rendimiento de la empresa, conocido a nivel mundial como Balanced Score Card (BSC), aplicándose en cualquier sistema de medición de Gestión de la Calidad, bien sea ISO o TQM.

No obstante, se tiene indicadores subjetivos que se relacionan con el valor que le asigna cada usuario al producto o servicio, basándose netamente en un proceso cognitivo-afectivo, donde se puede recoger información medible gracias a las encuestas de calidad, ejemplo de ello se tiene al SERVQUAL, técnica usada desde 1988, logrando medir la diferencia entre la expectativa del usuario contra la percepción de calidad, con el uso de variables tangibles e intangibles, muchas veces las notas altas no son sinónimo de calidad sino de poca expectativa del cliente hacia algo en concreto (Kalfaoglu & Ayceken, 2022).

La encuesta SERVQUAL ofrece una minimización del sesgo al realizar la entre lo recibido contra las expectativas, cuenta con 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía o calidez (Malathi & Mohamed, 2022).

El modelo de Excelencia diseñado en Europa EFQM (European Foundation for Quality Management) proporciona a las organizaciones a conocerse primero a ellas, de manera interna para conseguir un mayor rendimiento en su funcionamiento, priorizando y enfatizando en la satisfacción del cliente así como del impacto positivo en la sociedad, empleando estrategias, políticas y el uso eficiente de los recursos, este modelo de gestión respeta que cada organización se comporta distinto y tiene experiencias distintas de acuerdo a su historia y el recursos humano; por tanto, evalúa a cada área de forma independiente para identificar fortalezas y puntos críticos a través de autoevaluaciones. Por tanto, ha conseguido determinar la causa y efecto entre lo que hace una entidad y los resultados obtenidos, integrado por 3 elementos: valores de Excelencia, criterios y el Esquema Lógico REDER (Hameed, 2022).

Chakraborty et al. (2023) afirma que las nuevas empresas de telesalud están avanzando para satisfacer las necesidades de atención médica con un enfoque hacia la atención personalizada impulsada por inteligencia artificial habilitada para teléfonos inteligentes, incluida la terapia digital. Por tanto, tienen importantes desafíos técnicos y operativos en innovación y comercialización para optimizar su función.

Las principales fuentes de transmisión durante pandemia, fueron por gotículas o vías aéreas, por tal motivo las teleconsultas son medios seguros y efectivos para la evaluación en casos de sospecha de personas portadoras de COVID-19, resultando favorable para diagnosticar y tratar a los pacientes, minimizando el riesgo de contagio, esto debido al uso masivo de teléfonos inteligentes para los servicios de telesalud, aprovechando todas las funciones para garantizar la calidad de la atención online (Heeyoung & Parabir, 2023).

Según la OPS (2020) en el caso de una pandemia declarada, la ansiedad y la inquietud generan preocupación en la población y los sistemas de salud pueden tener inconvenientes para atender a demandas exponenciales sin una planificación; por tanto, el servicio puede estar en riesgo de colapso con los establecimientos de salud desbordados y sin poder brindar tratamientos adecuados. La teleconsulta sirve como medio fiable para evaluar casos de enfermedades, orientar el diagnóstico, ofrecer tratamientos para los pacientes, minimizando el riesgo de transmisiones de enfermedades que se dan por contacto (Nicholas et al., 2021).

MacKenzie et al. (2023) señala que los pacientes que recibieron servicios de terapia por telesalud informaron altos niveles de satisfacción. Sin embargo, en el modelo de prestación de telesalud que estudiaron, había un asistente de salud aliado presente del lado del paciente para ayudar al terapeuta de telesalud tratante a tomar medidas, así como para ayudar con la tecnología y la configuración.

El plan de negocios y la rentabilidad, el plan de negocios sirve como instrumento de la planeación estratégica permitiendo a la entidad a prever su futuro, teniendo en cuenta la búsqueda de la mejor oportunidad de negocio, donde dará a conocer la cantidad de recursos tangibles e intangibles que necesita el plan, y como estos

recursos sirvan como guía para la fijación de metas para poder exigir tanto la utilidad como la rentabilidad (Gaytán, 2020).

Las estrategias financieras son fundamentales para la planeación estratégica y los planes de Negocios, abarcando toda la toma de decisiones para la inversión y financiamiento que ofrecen el máximo beneficio reflejado en términos económicos. La planificación financiera determina todos los recursos a usar dentro de un proyecto, demostrado su viabilidad y garantizando que se dispone de suficientes recursos financieros para ejecutarlo, logrando los objetivos de utilidad y rentabilidad planteados (Gaytán, 2020).

Teoría de los Activos Financieros. En 1958, Modigliani y Miller publicaron un artículo fundamental que relacionaba la estructura de capital y la política de dividendos con el valor de la empresa, mostrando el rendimiento de la rentabilidad esperada de los propietarios del capital al comparando el rendimiento de la inversión (ROI) con el costo promedio ponderado del capital (WACC), que estima si una empresa está aumentando o disminuyendo el valor económico agregado (EVA) (Gaytán, 2020).

La Viabilidad financiera, es la competencia que tiene una empresa para conseguir los recursos necesarios para cumplir sus metas a corto y largo plazo; entonces, la toma de decisiones sobre inversiones son las más cruciales en las finanzas empresariales, considerados como activos capaces de generar rentabilidad; por ende, para aumentar la riqueza de los accionistas, las empresas deben invertir en activos que creen valor. Las inversiones en maquinaria, naves industriales, equipos y activos de trabajo requieren una planificación y evaluación de sus rendimientos. El presupuesto de capital es vital porque asigna los recursos de manera eficiente para la creación de valor, se debe invertir en proyectos cuyos rendimientos superen el costo de capital requerido para ejecutarlos. Cuando una empresa logra hacer esto, aumenta la riqueza de los accionistas (Simisterra et al., 2018).

Para determinar la viabilidad de un plan o proyecto se puede utilizar el método del VAN (Valor Actual Neto) Y TIR (Tasa Interna de Retorno), en donde el VAN calcula si el proyecto es viable, siendo un indicador financiero bastante utilizado, se calcula actualizando los flujos futuros de ingresos y gastos del proyecto menos la inversión

inicial. Cuando el resultado de esta operación es positivo, muestra rentabilidad, reflejando la viabilidad del proyecto, maximizando la inversión. Del mismo modo, se tiene a la TIR que mide el crecimiento del capital de forma relativa, determinando la tasa de crecimiento del capital para cada periodo. Se precisa como la tasa de descuento que iguala el valor actual de los ingresos del proyecto con el valor actual de los gastos. La tasa de interés utilizada al calcular el VAN lo hace igual a 0. Basándose en una sola cifra sobre la rentabilidad generada por el dinero invertido en el proyecto, este importe simplifica las condiciones y ventajas que se obtendrán (Zhang, 2022).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Corresponde a una investigación básica conocida como pura porque está motivada por la curiosidad, las ganas de ir descubriendo conocimientos nuevos, siendo base de la investigación aplicada o tecnológica, así como parte vital para el desarrollo científico (Esteban, 2018).

Según su Naturaleza:

Corresponde a una investigación cuantitativa por ser un enfoque organizado para la recopilación y análisis de datos obtenidos de distintas fuentes, incluyendo el uso de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para lograr obtener los resultados (Hernández et al., 2019).

Según el tipo:

Descriptivo: porque buscan determinar las características, cualidades y características de las de personas, grupos, sociedades o cualquier otro fenómeno que sea objeto a un análisis. Es decir, su única finalidad es recoger o medir información de manera independiente o conjunta sobre las variables estudiadas. (Plan de negocios y calidad del servicio y rentabilidad).

Propositivo: Porque se elaboró una propuesta que contiene un plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad (Hernández et al., 2019)

El diseño de la investigación es no experimental – de corte transversal, puesto que se recolectaron datos en un tiempo único y luego se diseñó un plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio y rentabilidad (Hernández et al., 2019). Es una investigación no experimental porque no hubo manipulación del individuo a estudiar (clientes) y de corte transversal porque la aplicación del instrumento se empleó en una sola línea de tiempo.

Consiste en un estudio que recoge información de un fenómeno haciendo el diagnóstico y evaluación. A continuación, se procede al análisis y fundamentación de teorías y finaliza con una propuesta de solución (Tantaleán, 2015).

El diseño empleado es el que se presenta a continuación



Donde:

M= Muestra

O = Observación del nivel de calidad de los servicios de salud

T = Teorías

P = Propuesta de Modelo de negocios

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: plan de negocios de empresa

Definición conceptual: Plan de negocio es un recurso clave plasmado en un documento, donde se estudia los riesgos y viabilidad de un proyecto, describiendo estrategias y otorgando a los usuarios involucrados un punto de vista objetivo, así como la muestra de posibles resultados en diferentes entornos sobre si es conveniente transformar esa idea en un proyecto real (Romero,2020).

Definición operacional: El plan de negocios es un escrito que detalla de manera clara y precisa los resultados del proceso de planeación, sirviendo como herramienta para encaminar un negocio, por ello se plantea los objetivos a lograr, así como la descripción de las actividades que serán desarrolladas para conseguirlos. Abarca las siguientes dimensiones: Segmentos de mercado, Propuesta de valor, Canal, Relación con el cliente, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios clave (Asociaciones clave), Estructura de costos.

Escala: nominal

Variable dependiente: Calidad del servicio

Definición conceptual, La calidad del servicio concierne a cumplir con las expectativas del usuario cuando utiliza un servicio. La calidad del servicio solo puede medirse por las impresiones y opiniones de los clientes potenciales (Mejías et al., 2018).

Definición operacional, Calidad de un servicio en la presente investigación constituye los objetos sensibles sobre el cual incidirá la puesta en marcha del plan de negocios en este caso el cumplimiento de las expectativas de los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio y la capacidad de una empresa de responder a la demanda social.

Escala: ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población se define como una colección de todos los casos que cumplen con uno varios criterios específicos (Hernández et al., 2019), el objeto de estudio para la presente investigación considera a 440 usuarios del servicio de salud de Chiclayo.

Criterios de inclusión:

- Usuarios de servicios de salud que sean mayores de edad.
- Usuarios de servicios de salud que firmen el consentimiento informado.
- Usuarios que cuenten con número telefónico.

Criterios de exclusión:

- Usuarios que no deseen ser partícipes del estudio.
- Usuarios que no completen la encuesta en su totalidad

3.3.2 Muestra

La muestra es definida como una porción de la población que se tomó en cuenta (Tamayo y Tamayo, 2006). Por ser una población pequeña en número, la muestra para el estudio corresponde a 110 usuarios de servicios de salud de la provincia de Chiclayo corresponde al 25% de la población.

3.3.3 Muestreo

El criterio de selección de los integrantes de la muestra corresponde a un procedimiento no probabilístico, se selecciona a la muestra orientada a

características que el investigador las haya considerado, para este caso son usuarios que cuentan con teléfono celular (Otzen y Manterola, 2017).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Técnica usada para conseguir información de una muestra, utilizando un procedimiento estandarizado para que a todos se les hagan las mismas preguntas (Feria et al., 2020).

Instrumento: cuestionario

Son instrumentos psicométricos en los que los encuestados tienen que indicar su acuerdo o desacuerdo con afirmaciones, ítems o reactivos en una escala ordenada y unidimensional. Estas herramientas generalmente se consideran como instrumentos de medición más utilizadas en las ciencias sociales (Matas, 2018).

La confiabilidad es la certeza y precisión de evaluación, lo que significa que los instrumentos de medición deben evaluarse de la misma manera en las mismas circunstancias, dando la seguridad dada a los datos y está relacionada con la exactitud y franqueza del proceso de medición (Martínez y Selva, 2019). Sometida la prueba el instrumento resulta confiable

<u>Estadísticas de fiabilidad</u>	
<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
<u>.949</u>	<u>22</u>

La validez, considerada como el estado que la información proporcionada por la prueba es adecuada para la decisión a tomar. La idea de validez expresa la estabilidad de ciertos hechos y sus condiciones suficientes para su duración, valor y legitimidad (Martínez y Selva, 2019).

Se tiene que tomar en cuenta que la validez de contenido se estima de manera subjetiva o intersubjetiva empleando usualmente el denominado

Juicio de Expertos. Se necesita recurrir a esto para identificar la probabilidad de error en la configuración del instrumento. El juicio de expertos se basa en requerir a un grupo de personas la demanda de un juicio hacia cierto objeto, instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a aspectos concretos (Matheus et al., 2018).

La V de Aiken que permite la cuantificación de la validez de contenido, a partir del análisis, que realiza un número determinado de jueces

$$V = \frac{\bar{X} - l}{k}$$

En el caso los validadores expertos dieron opinión favorable con puntaje máximo de 1

3.5. Procedimientos

El procedimiento de la investigación tuvo las siguientes etapas:

Primera etapa: Corresponde al diagnóstico de las condiciones del mercado para la definición del plan de negocios mediante encuesta. la misma que se aplicó a 110 usuarios de los servicios de la salud inmersos en una población de 440 usuarios, data proporcionada por 12 médicos serumistas que laboran tanto en el sector privado como público de la provincia de Chiclayo, la encuesta se realizó en formulario Google.

Segunda etapa: Construcción de propuesta

Tercera etapa: Validación de propuesta vía opinión de expertos.

Cuarta etapa: sistematización de la información discusión de resultados, elaboración de conclusiones y planteamiento de recomendaciones.

El diseño de investigación seleccionado corresponde al tipo descriptivo propositivo, porque se buscó especificar las propiedades, las características y los perfiles de plan de negocios

3.6. Método de análisis de datos

El análisis de la información obtenida de las encuestas, fueron procesadas en una base de datos con ayuda del programa Microsoft Excel, dicha base fue importada al programa SPSS para el análisis de la estadística descriptiva, la cual

es presentada en cuadros de frecuencias y porcentajes a la vez en representado mediante gráficos.

3.7. Aspectos éticos

La información recolectada requiere ser legítima, verdadera y confiable ya que debe asustarse al respeto de los principios de originalidad, creatividad y veracidad. En este sentido los datos que se recolectaron y analizaron se obtuvieron de fuentes fidedignas, y no fueron manipulados en razón a presentar los resultados deseados.

IV. RESULTADOS

Respondiendo al objetivo específico Diagnosticar las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo se encontró lo siguiente:

Tabla 1

Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo.

DIMENSIONES	INDICADORES	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total	
		%	%	%	%	%	f	%
Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	18.2	40.9	24.5	15.5	0.9	110	100
	Interés en el cliente	16.4	39.1	20.0	22.7	1.8	110	100
	Servicio bien hecho	12.7	24.5	30.0	30.0	2.7	110	100
	Servicio oportuno	10.0	33.6	27.3	27.3	1.8	110	100
	Servicio libre de error.	6.4	30.0	41.8	20.0	1.8	110	100
Sensibilidad	Información oportuna	9.1	27.3	23.6	37.3	2.7	110	100
	Rapidez en la atención	14.5	41.8	17.3	23.6	2.7	110	100
	Predisposición a la ayuda	11.8	28.2	27.3	30.0	2.7	110	100
	Disponibilidad permanente	10.9	27.3	32.7	27.3	1.8	110	100
Seguridad	Confianza en los usuarios	8.2	26.4	33.6	29.1	2.7	110	100
	Transacciones seguras	10.0	36.4	33.6	20.0	0.0	110	100
	Trato cortés	10.0	22.7	29.1	35.5	2.7	110	100
	Empleados informados	6.4	28.2	28.2	32.7	4.5	110	100
Empatía	Atención a la particularidad	10.0	29.1	22.7	33.6	4.5	110	100
	Atención personalizada	10.9	35.5	22.7	29.1	1.8	110	100
	Interés en el usuario	7.3	25.5	29.1	31.8	6.4	110	100
	Atención a las necesidades	10.0	32.7	24.5	30.0	2.7	110	100
Elementos tangibles	Disponibilidad para la atención	10.9	22.7	20.9	41.8	3.6	110	100
	Equipamiento	14.5	26.4	23.6	30.0	5.5	110	100
	Instalaciones físicas	12.7	30.0	28.2	24.5	4.5	110	100
	Presentación de empleados	6.4	14.5	38.2	39.1	1.8	110	100
	Materiales de difusión	10.0	23.6	30.9	32.7	2.7	110	100

En la Dimensión Fiabilidad se observa que: Respecto al cumplimiento de compromisos, el 40.9 % se muestra en desacuerdo, el 18.2% en total desacuerdo, mientras solo el 15.5% se muestra de acuerdo. En lo que corresponde al interés de

las entidades en el cliente, el 39.1% considera estar en desacuerdo y solo 22.7% considera estar de acuerdo. La percepción del servicio bien hecho, el 30% manifiesta su indiferencia, el 30% se manifiesta de acuerdo y el 24% manifiesta su desacuerdo. La percepción del servicio oportuno, solo el 27.3 % está de acuerdo mientras que el 33.6 se muestra en desacuerdo. La percepción de servicio libre de error. El 30% muestra su desacuerdo, el 41.8% es indiferente y solo el 20% está de acuerdo.

En las respuestas correspondiente a la dimensión sensibilidad se nota: sobre si la entidad brinda Información oportuna el 27.3% se muestra en desacuerdo mientras que el 37.3% se manifiesta de acuerdo. La percepción correspondiente a la rapidez en la atención el 41.8% se muestra en desacuerdo y el 23.6% se muestra de acuerdo. Respecto a la predisposición a la ayuda el 30% está de acuerdo mientras que el 28.2% se manifiesta en desacuerdo. En lo correspondiente al indicador disponibilidad permanente totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 38.2% de los encuestados, el 32.7% no se manifiestan, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 29.12% de los encuestados.

Las respuestas de la dimensión seguridad indican que: En el indicador si la empresa genera confianza en los usuarios, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 34.6%, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 31.8% en tanto que el 33.6% se muestra indiferente. En el indicador transacciones seguras totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 46.4%, solo el 20% está de acuerdo y el 36.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo. En el indicador trato cortes totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 32.7%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29.1%, en tanto que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.2%. Sobre el indicador empleados informados, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 34.6%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 37.2% y el 28.2% se muestran indiferentes.

En el análisis de las respuestas correspondiente a los indicadores de la dimensión empatía se aprecia: En el indicador atención a la particularidad, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 39.1% de los encuestados, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.1% de los encuestados en tanto que el 22.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo. En el indicador

atención personalizada totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 46.4%, de acuerdo y totalmente de acuerdo al 30.9%. ni de acuerdo ni en desacuerdo al 22.7% de los encuestados. En el indicador interés en el usuario totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 32.8%, Ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29.1%, en tanto que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.2% de los encuestados. En el indicador atención a las necesidades en desacuerdo y totalmente en desacuerdo agrupa al 42.7% de los encuestados, el 24.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 32.7% de los encuestados. En el indicador disponibilidad para la atención completamente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 33.6%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 20.9%, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo al 45.4%.

En el análisis de las respuestas correspondiente a los indicadores de la dimensión elementos tangibles se aprecia que: En el indicador equipamiento totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 40.9%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 23.6% mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 35.5%. En el indicador instalaciones físicas totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 42.7%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 28.2%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 29%. En el indicador presentación de empleados totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 20.9%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 38.2%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 40.9%. En el indicador materiales de difusión totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 33.6%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 30.9% mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 35.4% de los encuestados.

Tabla 2

Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por dimensiones.

DIMENSIONES	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Fiabilidad	14	13	37	34	32	29	25	23	2	2	110	100
Sensibilidad	13	12	34	31	28	25	33	30	3	3	110	100
Seguridad	10	9	31	28	34	31	32	29	3	3	110	100
Empatía	11	10	32	29	26	24	37	33	4	4	110	100
Elementos tangibles	12	11	26	24	33	30	35	32	4	4	110	100
Promedio	12	11	32	29	31	28	32	29	3	3	110	100

En el análisis de las respuestas se observa que: En la dimensión fiabilidad el 47% agrupa a los encuestados que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29%, mientras que totalmente de acuerdo y de acuerdo agrupa al 25% de los encuestados. En la dimensión sensibilidad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 43%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 29%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 25%. En la dimensión seguridad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 37%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 31%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 3% de los encuestados. En la dimensión empatía totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 39%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 24%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 37% de los encuestados. En la dimensión elementos tangibles totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 35%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 30%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 32% de los encuestados.

Tabla 3

Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por nivel

Dimensiones	Indicadores	Niveles						Total	
		Bajo		medio		Alto		f	%
		f	%	f	%	f	%		
Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	65	59	27	25	18	16	110	100
	Interés en el cliente	61	55	22	20	27	25	110	100
	Servicio bien hecho	41	37	33	30	36	33	110	100
	Servicio oportuno	48	44	30	27	32	29	110	100
	Servicio libre de error.	40	36	46	42	24	22	110	100
	Promedio de Dimensión	51	46	32	29	27	25	110	100
Sensibilidad	Información oportuna	40	36	26	24	44	40	110	100
	Rapidez en la atención	62	56	19	17	29	26	110	100
	Predisposición a la ayuda	44	40	30	27	36	33	110	100
	Disponibilidad permanente	42	38	36	33	32	29	110	100
	Promedio de Dimensión	47	43	28	25	35	32	110	100
Seguridad	Confianza en los usuarios	38	35	37	34	35	32	110	100
	Transacciones seguras	51	46	37	34	22	20	110	100
	Trato cortés	36	33	32	29	42	38	110	100
	Empleados informados	38	35	31	28	41	37	110	100
	Promedio de Dimensión	41	37	34	31	35	32	110	100
Empatía	Atención a la particularidad	43	39	25	23	42	38	110	100
	Atención personalizada	51	46	25	23	34	31	110	100
	Interés en el usuario	36	33	32	29	42	38	110	100
	Atención a las necesidades	47	43	27	25	36	33	110	100
	Disponibilidad para la atención	37	34	23	21	50	45	110	100
	Promedio de Dimensión	43	39	26	24	41	37	110	100
Elementos tangibles	Equipamiento	37	34	23	21	50	45	110	100
	Instalaciones físicas	45	41	26	24	39	35	110	100
	Presentación de empleados	23	21	42	38	45	41	110	100
	Materiales de difusión	37	34	34	31	39	35	110	100
	Promedio de Dimensión	36	33	31	28	43	39	110	100
Promedio		44	40	30	27	37	33	110	100

En promedio el 40% consideran que el nivel de calidad de los servicios es bajo, el 27% expresan es medio y el 33% manifiestan que es alto.

En la dimensión de fiabilidad se observa que el nivel bajo agrupa al 46%, el nivel medio al 29% mientras que el alto solo al 24,5%. En la dimensión sensibilidad el nivel bajo agrupa al 42,7%, el nivel medio al 25,5% en tanto que el nivel alto al 31,8%. Respecto a la dimensión seguridad el nivel bajo agrupa al 37,3% de los encuestados, el nivel medio al 30,9% y el nivel alto al 31,8%. En lo que corresponde a la dimensión empatía el nivel bajo agrupa al 39,1%, el nivel medio al 23,6% y el nivel alto al 37,3%. Se observa que en la dimensión elementos tangibles el nivel bajo agrupa al 32,7%, el nivel medio al 28,2% y el nivel alto al 39,1%. Como resultado de la encuesta a los 110 encuestados se nota que en promedio 44 personas que corresponden al 40% consideran que el nivel de calidad de los servicios es bajo, 30 personas equivalente al 27% expresan que el nivel de calidad de los servicios de salud es medio y 37 personas equivalente al 33% manifiestan que el nivel de calidad de los servicios de salud es alto.

Tabla 4

Resultado de la validación de Propuesta: “Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo”

	APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
Experto 1	100 %	90 %	90 %	93.33 %
Experto 2	100 %	100 %	100 %	100 %
Experto 3	100 %	90 %	100 %	96,66 %
Promedio	100%	93.33	96.66	96.66

El experto 1 considera un 93,3 % de validez, el experto 2 considera el 100%, mientras que el experto 3 considera 96,6%. Los tres expertos consideran una aplicabilidad del 100%, dos expertos consideran que la contextualización de la propuesta alcanza el 90% mientras que uno considera el 100%, en promedio la propuesta alcanza el 93.3%. En lo correspondiente a la pertinencia dos expertos consideran que esta alcanza el 100% mientras que uno considera que solo llega al 90%. En promedio la propuesta alcanza el 96,6%.

V. DISCUSIÓN

La propuesta de un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo, canaliza la atención a las demandas de los usuarios y la oportunidad de capitalizar una oportunidad de negocio sostenible en el tiempo.

El diagnóstico de las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo muestra en la dimensión fiabilidad que el 47% agrupa a los encuestados que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29%, mientras que totalmente de acuerdo y de acuerdo agrupa al 25% de los encuestados. En la dimensión sensibilidad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 43%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 29%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 25%. En la dimensión seguridad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 37%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 31%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 3% de los encuestados. En la dimensión empatía totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 39%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 24%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 37% de los encuestados. En la dimensión elementos tangibles totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 35%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 30%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 32% de los encuestados. Situación que indica que existe una demanda insatisfecha.

La aplicación de encuesta a 110 usuarios de servicios de salud permitió conocer desde su perspectiva las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por cada una de las cinco dimensiones

En la dimensión fiabilidad encontró que: Respecto al cumplimiento de compromisos, el 40.9 % de los encuestados se muestra en desacuerdo, el 18.2% en total desacuerdo, mientras solo el 15.5% se muestra de acuerdo. En lo que corresponde al interés de las entidades en el cliente, el 39.1% considera estar en desacuerdo y solo 22.7% considera estar de acuerdo. La percepción del servicio bien hecho, el 30% manifiesta su indiferencia, el 30% se manifiesta de acuerdo y el 24% manifiesta su desacuerdo. La percepción del servicio oportuno, solo el 27.3 %

está de acuerdo mientras que el 33.6 se muestra en desacuerdo. La percepción de servicio libre de error. El 30% muestra su desacuerdo, el 41.8% es indiferente y solo el 20% está de acuerdo.

En la dimensión sensibilidad se nota sobre si la entidad brinda Información oportuna el 27.3% se muestra en desacuerdo mientras que el 37.3% se manifiesta de acuerdo. La percepción correspondiente a la rapidez en la atención el 41.8% se muestra en desacuerdo y el 23.6% se muestra de acuerdo. Respecto a la predisposición a la ayuda el 30% está de acuerdo mientras que el 28.2% se manifiesta en desacuerdo. En lo correspondiente al indicador disponibilidad permanente totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 38.2% de los encuestados, el 32.7% no se manifiestan, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 29.12% de los encuestados.

En la dimensión seguridad notamos que: En el indicador si la empresa genera confianza en los usuarios los que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 34.6% de los encuestados, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 31.8% en tanto que el 33.6% se muestra indiferente. En el indicador transacciones seguras totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 46.4% de los encuestados, solo el 20% está de acuerdo y el 36.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo. En el indicador trato cortes totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 32.7%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29.1%, en tanto que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.2% de los encuestados. La percepción sobre el indicador empleados informados totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 34.6% de los encuestados, en tanto que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 37.2% y el 28.2% se muestran indiferentes.

En la dimensión empatía se encontró: En el indicador atención a la particularidad, totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 39.1% de los encuestados, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.1% de los encuestados en tanto que el 22.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo. En el indicador atención personalizada totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 46.4%, de acuerdo y totalmente de acuerdo al 30.9%. ni de acuerdo ni en desacuerdo al 22.7% de los encuestados. En el indicador interés en el usuario

totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 32.8%, Ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29.1%, en tanto que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 38.2% de los encuestados. En el indicador atención a las necesidades en desacuerdo y totalmente en desacuerdo agrupa al 42.7% de los encuestados, el 24.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 32.7% de los encuestados. En el indicador disponibilidad para la atención completamente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 33.6%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 20.9%, mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo al 45.4%.

En la dimensión elementos tangibles se encontró que: En el indicador equipamiento totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 40.9%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 23.6% mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 35.5%. En el indicador instalaciones físicas totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupa al 42.7%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 28.2%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 29%. En el indicador presentación de empleados totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 20.9%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 38.2%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 40.9%. En el indicador materiales de difusión totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 33.6%, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 30.9% mientras que de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupan al 35.4% de los encuestados.

A nivel global respecto a las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo por dimensión se encontró que: En la dimensión fiabilidad el 47% agrupa a los encuestados que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo al 29%, mientras que totalmente de acuerdo y de acuerdo agrupa al 25% de los encuestados. En la dimensión sensibilidad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 43%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 29%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 25%. En la dimensión seguridad totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 37%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 31%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 3% de los encuestados. En la dimensión empatía totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 39%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 24%,

de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 37% de los encuestados. En la dimensión elementos tangibles totalmente en desacuerdo y en desacuerdo agrupan al 35%, ni de acuerdo ni en desacuerdo 30%, de acuerdo y totalmente de acuerdo agrupa al 32% de los encuestados.

En la dimensión fiabilidad el nivel de desacuerdo es muy alto seguido de la indiferencia. En la dimensión sensibilidad, los encuestados que muestran su desacuerdo es alto seguido de los que se muestran de acuerdo, dejando en tercer lugar a los que muestran su indiferencia. La percepción de los encuestados en la dimensión seguridad la indiferencia es muy alta seguido de los que están de acuerdo y en tercer lugar los que están en desacuerdo. En la dimensión empatía es muy alto el porcentaje de los que están de acuerdo, seguido de los que no están de acuerdo y en tercer lugar los que se muestran indiferentes. En la dimensión elementos tangibles destaca los que están de acuerdo seguido de los que se muestran indiferentes y en tercer lugar los que están en desacuerdo.

El diseño y fundamentación teórico y técnico del plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo necesitó tener en cuenta los antecedentes como es el caso de Béjar Alegría, Lilia (2020), quien dentro de sus conclusiones considera que, debido a la pandemia, la empresa solo se ha limitado a controles sanitarios que realiza el sector salud, por lo tanto, la estrategia apunta a ofrecer productos diferentes y personalizados de acuerdo a las necesidades de los clientes, contar con la percepción de los usuarios mediante la encuesta aplicada a los 110 usuarios en el proceso de investigación me ha permitido contar con información valiosa para el diseño del plan de negocios bajo la modalidad de enlace.

Bellido Pastor (2020) concluye que cuando el plan de negocio indica la viabilidad de la operación de la empresa, tomando en cuenta las inversiones iniciales, costos, gastos e ingresos esperados, se evidencia la importancia de la comunicación digital como herramienta de posicionamiento de marca y constructora de clientes en las redes sociales. Los tiempos modernos caracterizado por mucha información multimedios retan a los emprendedores, para asumir una gestión en cambio permanente, que responda a las dinámicas del comportamiento social, las conductas de consumo, las tendencias, El uso de la tecnología es

imprescindible tanto para recoger las demandas de usuarios y consumidores; así como para llegar a ellos con la propuesta de valor que responda a sus necesidades y deseos, en la presente investigación se utilizó la tecnología de las comunicaciones para recoger información sobre a las percepciones sobre los servicios de salud en la ciudad de Chiclayo

Quezada Ena (2018) concluye que Uno de los elementos más importantes que componen el plan de negocio es la propuesta de valor de la empresa que se basa en ofrecer soluciones de calidad a un precio asequible para sus segmentos de mercado. Teniendo en cuenta el estudio de Quezada y respondiendo a las demandas de los usuarios de los servicios de salud, El plan de negocios fue diseñado para la propuesta basada en la atención a las demandas en cinco dimensiones: fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles. El modelo de negocios contempla crear y ofrecer valor que genere confianza en el usuario, que haga sentir al usuario que la empresa es sensible a sus necesidades, que transmita seguridad, que el usuario que la empresa es capaz de adecuarse a la medida de las posibilidades del usuario, que entienda al problema del usuario como suyo y que los elementos visibles de la empresa fueron y están para atender y dar solución a los problemas de los usuarios

Piscoya Purihuaman (2015), en su tesis denominada “Propuesta de un plan de negocios para la creación de un minimarket en la provincia de Ferreñafe”, tuvo la finalidad de determinar la viabilidad del minimarket mediante un estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero concluyó que el plan de acción pertinente es aplicable y apto para su implementación. El éxito de un plan de negocios no solo debe considerar los cálculos de rentabilidad, un pertinente estudio de mercado, sino también canalizar la oportuna y eficiente atención a las demandas de los usuarios como es el caso.

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, incluye detalles de los próximos pasos que deben tomar el propietario y los socios comerciales, empleando recursos que disponga la organización procurando alcanzar determinados resultados (metas y objetivos) y al mismo tiempo establecen mecanismos que permiten el control de estos logros (Borello, 1994).

Acorde con lo afirmado por Borello el proceso del plan de negocios está inspirado en el Business Model Canvas.

A opinión de expertos el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo resulta valido por cuanto los indicadores de la matriz de consistencia están presentes en el diseño del referido y motivo de validación.

VI. CONCLUSIONES

1. Un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace mejora la calidad del servicio en Chiclayo, al canalizar la atención a las demandas de los usuarios y la oportunidad de capitalizar una oportunidad de negocio sostenible en el tiempo.
2. El diagnóstico de las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo muestra da cuenta según encuesta que el 11% está en total desacuerdo, el 29% en desacuerdo, el 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 29% está de acuerdo, mientras que sólo el 3% se muestra en total acuerdo con las condiciones. La percepción sobre calidad, el nivel bajo agrupa al 40%, el nivel medio al 27% y el nivel alto sólo al 3%. Situación que indica que existe una demanda insatisfecha.
3. El diseño y fundamentación teórico y técnico del plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo resulta pertinente por cuanto recoge el conocimiento y los aspectos técnicos para su implementación viabilidad y sostenimiento en el tiempo al partir de la atención a las demandas de condiciones de calidad que los usuarios esperan.
4. A opinión de expertos el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo resulta valido por cuanto los de indicadores de la matriz de consistencia están presentes en el diseño del referido y motivo validación.

VII. RECOMENDACIONES

1. Las empresas orientadas a los servicios de salud deben implementar servicios de telesalud bajo modalidad de enlace mejora la calidad del servicio en Chiclayo, al canalizar la atención a las demandas de los usuarios y la oportunidad de capitalizar una oportunidad de negocio sostenible en el tiempo.
2. Las entidades prestadoras de servicios de salud deben implementar mecanismos de recojo de información respecto a las demandas de los pacientes clientes y el grado de satisfacción, así como el diagnóstico permanente de su capacidad operativa para superar las demandas insatisfechas.
3. Las entidades prestadoras de salud deben tener en cuenta en el diseño y fundamentación teórico y técnico del plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo.
4. Los emprendedores deben asumir que las necesidades y deseos de los usuarios están en constante cambio por tanto la versatilidad para el diseño y fundamentación teórico y técnico del plan de negocios de una empresa también debe ser abierta, recoger el conocimiento y los aspectos técnicos para su implementación viabilidad y sostenimiento en el tiempo al partir de la atención a las demandas de condiciones de calidad que los usuarios esperan, tal como los expertos opinan.

VIII. PROPUESTAS

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE TELESALUD BAJO LA MODALIDAD DE ENLACE EN CHICLAYO

RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo es un concepto del modelo de negocios basado en el Business Model Canvas, el cual se constituye en una herramienta nos sirve para analizar modelos de negocio en términos de sus 9 elementos clave. El diseño de Alexander Osterwalder con ayuda de Yves Pigneur que plasman en su libro “Generación de Modelos de Negocio”. Es fundamental que cuando iniciemos un emprendimiento cuente con una cuota de audacia, pero es indispensable poner en práctica un modelo de negocios para asegurar la viabilidad, rentabilidad, y sostenibilidad ofreciendo y generando la satisfacción del usuario. Los mismos que aseguraran crecimiento y posicionamiento en el mercado.

1. SEGMENTO DE MERCADO

El segmento a quien se va a dirigir el valor agregado, es la población en general que requiere atención en servicios de la salud, comprende a población asegurada y no asegurada que están dispuestos a invertir en la atención oportuna a sus problemas de salud que ante las limitaciones de ESSALUD Y MINSA buscan una alternativa

2. PROPUESTA DE VALOR

Para canalizar pertinentemente la demanda social de una atención oportuna a los problemas de salud de la población asegurada y no asegurada, ofrecer un valor agregado ofreciendo el servicio de enlace en la atención médica especializada oportuna y el acceso a medicamentos. Brindar un servicio oportuno, honesto y responsable permitirá generar confianza entre usuarios y proveedores de insumos y servicios de salud.

3. CANALES

La Empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo, para mantenerse en contacto con los clientes, utilizar los siguientes canales:

- Llamadas telefónicas a los clientes para promocionar los servicios y recopilar las sugerencias a fin de mejorar el servicio.
- Página web con información actualizada que brinde información acerca de los servicios que se brinda.
- Vía telefónica proporcionar servicio post venta y atender la duda de los clientes.
- Correo electrónico para promocionar los servicios y atender los reclamos de los clientes
- Redes sociales para brindar información oportuna de los servicios.
- Grupos de WhatsApp para mantenerse en contacto con el cliente.

4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Es indispensable la construcción de relaciones duraderas con los clientes, la fidelización con la marca por tanto se requiere implementar las siguientes acciones:

- Recopilar información actualizada y relevante sobre los usuarios y proveedores. Es indispensable disponer del conocimiento de los usuarios, sus necesidades y posibilidades económicas para canalizar la solución a sus problemas de salud, en el mismo sentido el conocimiento de las ofertas de los profesionales y empresas proveedoras de servicios e insumos médicos permitirán facilitar la conexión entre usuarios y proveedores en un encuentro de doble satisfacción.
- Asistencia Personalizada disponer a una persona encargada de dar orientación y apoyo al cliente.
- Orientar hacia el servicio de post venta buscando satisfacer la satisfacción del cliente.

5. FUENTES DE INGRESO

Las fuentes de ingreso de la Empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace, se generan por comisiones en el siguiente detalle.

- 5.1.- Comisión por servicio de enlace entre usuario y médico 10%
- 5.2.- Comisión por colocación de productos farmacéuticos 15%
- 5.3.- Comisión por colocación de servicio de hospitalización 05%
- 5.4.- Comisión de colocación de servicios de laboratorio y diagnóstico por imágenes 10%
- 5.5.- Consultas de primer nivel de atención 05%.
- 5.6.- Comisión por servicio de enlace entre usuario y servicio de mayor complejidad 15%

6. RECURSO CLAVE

Para brindar el servicio de enlace es indispensable contar con el personal idóneo con alto nivel comunicacional que asegure comunicación fluida entre el usuario y las empresas y profesionales que desarrollan actividades relacionadas con la salud

- Gerente general
- Médico 1
- Médico 2
- Administrador (a)
- Conserje
- Recepcionista
- Mensajero

Personal administrativo de gestión empresarial para establecer los convenios estratégicos con los clientes y proveedores de los servicios de salud y actividades conexas

- Unidades vehiculares modernas para hacer llegar medicinas e insumos a los pacientes clientes.
- Sistema de monitoreo satelital para monitorear el desplazamiento de las unidades vehiculares.

- Equipos de cómputo para la gestión de las actividades de la empresa a fin de atender las exigencias de los pacientes clientes

7. ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave para brindar servicio se detallan a continuación:

- Enlazar al paciente con servicios de salud.
- Atención de consultas vía telefónica y on-line para brindar el servicio oportuno y seguro a los clientes.
- Monitoreo a los servicios prestados y seguimiento de proceso de recuperación de pacientes.
- Servicio de post venta de servicio
- Capacitación del personal en atención al cliente, ventas y servicios para brindar servicio adecuado a los clientes.
- Negociación con los proveedores y clientes actuales para brindar el servicio en el momento acordado.

8. ASOCIACIONES CLAVE

Para cumplir con los servicios considerar como socios a las siguientes profesionales y empresas de diferentes sectores empresariales:

Médicos especializados para a atención idónea.

- Empresas proveedoras de servicios de salud unidades vehiculares(ambulancias), considerados como aliados estratégicos que proveen vehículos en condiciones acordadas para traslado de pacientes de manera rápida y pertinente.
- Empresas proveedoras de medicinas y repuestos, con quienes se mantienen buenas relaciones para el suministro oportuno a fin de brindar a los pacientes las medicinas a tiempo y en buenas condiciones.
- Empresas proveedoras de servicios de hospitalización, son nuestros aliados para atención de los pacientes que requieren internamiento.
- Empresas proveedoras de servicios de diagnóstico por imágenes
- Empresas proveedoras de servicios de laboratorio.

- Empresas destinadas al transporte terrestre y aéreo (avionetas ambulancia).
- Empresas capacitadoras, que contribuyen a la mejora de conocimientos y habilidades de los trabajadores, a fin de brindar el servicio oportuno.

9. ESTRUCTURA DE COSTOS

Determinación de costos en función a etapas del ciclo de la empresa

Introducción

Expansión

Posicionamiento

Determinar los costos incurrido en la prestación del servicio

Ingresos por comisiones por el servicio de enlace

REFERENCIAS

- Águila, M., Vizueta, S., & Tello, G. (2018). La elaboración de un Plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial, *Espacios*, 39(30). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>
- Aguilar, N., y Vela, L. (2018). *Plan de negocios de asesoría nutricional, mediante tecnologías de información y comunicación: TELENUTRICIÓN SAC*. [Tesis de maestría, Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Repositorio académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656684>
- Angulo, M., Urrutia, D., Sarria, V., Murdoch, A., Moscol, D., Cobian, C. (2022). *Plan de negocios para una plataforma de atención médica virtual de baja complejidad*. [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico]. <https://hdl.handle.net/11354/3555>
- Arellano, H. (2017). La calidad de servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las ciencias*, 3, 72-83. <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3194>
- Arias, L., Portilla, L. M., & Acevedo, C. (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios. *Scientia Et Technica*, XIV (40), 132-135. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84920454025>
- Arteaga, N. (2022). *Satisfacción de los pacientes de telemedicina atendidos en una empresa privada de salud durante la Pandemia Covid 19 - Chiclayo*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79293/Arteaga_LNL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barriga-Chambi, F., Ccami-Bernal, F., Alarcón-Casazuela, A. L., Copa-Uscamayta, J., Yauri-Mamani, J., Oporto-Arenas, B., & Quispe-Juli, C. U. (2022). Satisfaction of healthcare workers and patients regarding telehealth service in a hospital in Peru. *Revista peruana de medicina experimental salud pública*, 39(4), 415–24. <https://doi.org/10.17843/rpmesp.2022.394.11287>

- Bellido Pastor, C., Jiménez Gandullia, R., Reiley Niño, D. (2020). Plan de negocio para la creación de una cadena de centros de fisioterapia y rehabilitación en Lima. [Tesis Maestría]. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653676/Bellido_PC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Béjar Alegría, L., Calle Gallo, E., Erausquin Lam, E., Gastulo Richle, D. (2020). Plan de negocio para empresa los postres de mamá® S.A.C[Tesis Maestría]. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654829/B%c3%a9jar_AL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bernabel, O. y Huatay, A. (2021). *Plan de negocio para brindar atención de servicios de salud, mediante el uso de una aplicación digital*. [Tesis de maestría], Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas]. Repositorio académico UPC <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657980>
- Borello, Antonio. (1994). *El plan de negocios*. Ediciones Díaz de Santos.
- Chakraborty, I., Edirippulige, S., P. Vigneswara I., (2023). The role of telehealth startups in healthcare service delivery: A systematic review. *International Journal of Medical Informatics*, 174(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2023.105048>
- Esteban, N. (2018). *Tipos de investigación*. <http://repositorio.usdq.edu.pe/handle/USDG/34>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didasc@lia: Didáctica Y educación*, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>

- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y negocios*, 21(42). 143-156.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext
- Hawrysz, L., Gierszewska, G., & Bitkowska, A. (2021). The research on patient satisfaction with remote healthcare prior to and during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(10), 5338. <https://doi.org/10.3390/ijerph18105338>
- Hameed, M. (2022). The application of the radar approach in the European Foundation Quality Management (EFQM). *Iraqi Journal of Intelligent Computing and Informatics* 1(2), 78-85. DOI <http://dx.doi.org/10.52940/ijici.v1i2.14>
- Heeyoung Lee, J., P., & Prabir Mullick, C., K., (2023). Patient experience with telehealth service in a mental health setting. *Archives of Psychiatric Nursing*, 43(1), 150-152. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2023.03.001>
- Hernández-Siamperi, R. y Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL INTERAMIRACA EDITORES, S.A. de C.V.
- Jácome, C. (2020). *Plan de negocio para la creación de una empresa de telemedicina enfocada en la prevención, control y monitoreo de pacientes clínicos en la ciudad de Quito, año 2020*. [Tesis de maestría, Universidad Internacional SEK]. Repositorio de la Universidad Internacional SEK Ecuador. <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/4055>
- Juiz, C., & Colomo-Palacios, Gómez, B., (2018). Cascading ISO/IEC 38500 based Balanced Score Cards to improve board accountability. *Procedia Computer Science*, 138(1), 417-424. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.059>.
- Kalfaoglu, S. & Ayceken, E. (2022). Applicability of European Foundation For Quality Management (EFQM) Excellence Model in health sector in turkey.

Proceedings on Engineering Sciences. 4(1), 349-358. DOI:
<http://dx.doi.org/10.24874/PES04.03.012>

Kolovou, O. (2021). *TellADoc: Business Plan for a Telemedicine Application*. [Tesis de maestría, International Hellenic University]
https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/29739/Dissertation_thesis_businessPlan_kolovou_olga_maria_04012021.pdf?sequence=1

Kreofsky, B. L., Blegen, R. N., Lokken, T. G., Kapraun, S. M., Bushman, M. S., & Demaerschalk, B. M. (2018). Sustainable telemedicine: designing and building infrastructure to support a comprehensive telemedicine practice. *Telemedicine and e-Health*, 24(12), 1021-1025. <https://doi.org/10.1089/tmj.2017.0291>

Lozano, L., Caicedo J., Fernández, T. & Onofre R. (2019). EL MODELO DE NEGOCIO: METODOLOGÍA CANVAS COMO INNOVACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EMPRESARIALES. *Journal of Science and Research.* 4, 2528 -8083.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3594015>

Mackenzie, A., Papadopolous, E., Lisandrelli, G., Abutalib, Z., & Fritz E. (2023). Patient satisfaction with telehealth vs in-person hand therapy: A retrospective review of results of an online satisfaction survey. *Journal of Hand Therapy*, <https://doi.org/10.1016/j.jht.2022.11.003>

Malathi, A. K. Mohamed J. (2022) Validating the relationship between service quality, patient sensitivity and experience towards medical applications using SERVQUAL. *International Journal of Medical Informatics*, 168(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2022.104883>.

Matas, A., (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. REDIE. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>

- Matheus, A., Romero, R., y Parroquín, P. (2018). Validación por expertos de un instrumento para la identificación de Habilidades y Competencias de un profesional en el área de Logística. *Cultura Científica Y Tecnológica*,63 (1). <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/2206>
- Mamani, J. (2018). La gestión empresarial en la internacionalización de las microempresas del sector textil, TACNA, 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Privada De Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/698/Mamani-Acosta-Jakelin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, S., y Selva, A. (2019). *Utilización de los métodos de validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos en los trabajos de tesis de postgrado*. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Intercontinental]. <https://www.utic.edu.py/repositorio/Tesis/Postgrado/MICT/SELVA%20ALMADA.pdf>
- Mejías, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Compendium*, 21(40), 1317-6099. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200020>
- Mengjie, Hu. (2022). Telemedicine in Remote Areas: Possibility of Establishing a Telemedicine System. *Highlights in Science, Engineering and Technology*. 23, 235- 240. DOI [10.54097/hset.v23i.3273](https://doi.org/10.54097/hset.v23i.3273)
- Ministerio de Salud (2020). *Plan de Salud Mental Perú, 2020 - 2021 (en el contexto COVID-19)*. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/2130661-plan-de-salud-mental-peru-2020-2021-en-el-contexto-covid-19>
- Mora, L. et al (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de la ciencia*,2(4), 511-520. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802891>

- Nicholas, J., Bell, I., Thompson, A., Lee Valentine, Simsir, P., Sheppard, H., & Adams, S. (2021). Implementation lessons from the transition to telehealth during COVID-19: a survey of clinicians and young people from youth mental health services. *Psychiatry Research*, 299(1). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.113848>.
- Organización Panamericana De La Salud (2016). *Marco de Implementación de un Servicio de Telemedicina*. https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/28414/9789275119037_eng.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Organización Panamericana de la Salud (2020). *COVID-19 y telesalud: Herramienta de medición del nivel de madurez de las instituciones de salud para implementar servicios de telesalud*. Washington, D.C.: https://www3.paho.org/ish/images/toolkit/COVID-19-Telemedicine_RATools.pdf
- Ore, H., Olortegui, E., y Ponce D. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4), 31-44. <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v8i4.147>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Peralta, E. (2016). Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión. *AGLALA ISSN*. 7(1), 122-145. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6832738>
- Piscoya Purihuaman, M. (2015). Propuesta de un plan de negocios para la creación de un minimarket en la provincia de Ferreñafe. [Tesis de Titulación]. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/75>

- Quezada Kattengell, E. (2018). Plan de negocios para expatstudent. [Tesis Maestría]. Universidad De Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168643>
- Raimi, L. (21st May 2021). Understanding How to prepare a Bankable Business Plan. (Conference paper) DOI: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.23328.92160>
- Ramírez Ruiz, J. E. G., Tataje Lavanda, L. A., & Chunga Tume, P. J. (2020). Telesalud en Perú durante la pandemia. *Revista Colombiana De Gastroenterología*, 35(3), 396–397. <https://doi.org/10.22516/25007440.611>
- Razabillah, N., Junaedi, S., Daeli, O., & Arasid, N. (2023). Lean Canvas and the Business Model Canvas Model in Startup Piecework. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*. 2(1), 72-85. DOI: <http://dx.doi.org/10.33050/sabda.v2i1.239>
- Romero, M. (2020). Plan de negocio: local de indumentaria de montaña [Tesina de grado, Universidad Nacional de Cuyo]. Biblioteca digital Uncuyo. <https://bdigital.uncu.edu.ar/15797>
- Sánchez, K. (2022). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio de telesalud del Centro de Salud Santa Cruz - Cajamarca*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80879/Sanchez_RKJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Simisterra, E., Rosa, M. y Suarez, S. (2018). La viabilidad de un proyecto, el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna De Retorno (TIR). *Pro Sciences*, 2(17), 9-15. DOI: [10.29018/issn.2588-1000vol2iss17.2018pp9-15](https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol2iss17.2018pp9-15)
- Sonderegger, P. (2020). Cómo utilizar el Business Model Canvas (Lienzo de Modelo de Negocio) para reducir el riesgo. *Revista abierta de informática Aplicada*, 4. 7-16. <http://portalreviscion.uai.edu.ar/ojs/index.php/RAIA/article/view/8/7>

- Suárez-Espinar, M. (2018). Gestión Empresarial: un paradigma del siglo XXI. *FIPCAEC*, 8 (3), 44-64. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/57>
- Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación*. Editorial Mc Graw Hill.
- Tantaleán, R., (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas - The scope of legal research. *AVANCES Revista de Investigación Jurídica*, 10(11), 221-236. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5456857>
- Velayati, F., Ayatollahi, H., Hemmat, M. & Dehghan, R. (2021). Key components and critical factors for developing a telehealth business framework: a qualitative study. *BMC Med Inform Decis Mak*, 21(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/s12911-021-01707-3>
- Verma, Neha & Samuel, Izabella & Weinreb, Samuel & Hall, Mackenzie & Zhang, Kai & Bendavit, Mariana & Bhirud, Vibha & Shuff, Jordan & Yazdi, Youseph & Acharya, Soumyadipta. (2022). The Telemedicine Program Design Canvas: a visual tool for planning telemedicine interventions. *Oxford Open Digital Health*. DOI: [10.1093/oodh/oqac002](https://doi.org/10.1093/oodh/oqac002)
- World Health Organization (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19): situation report*, 73. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331686/nCoVsitrep02Apr2020-eng.pdf>
- Zhang, Yutong. (2022). Comparison of Net Present Value Model and Internal Rate of Return Model in Investment Decisions. *BCP Business & Management*, 30, 502-507. DOI: [10.54691/bcpbm.v30i.2494](https://doi.org/10.54691/bcpbm.v30i.2494)
- Zhang, Xiaohan. (2023). The Implementation of Telemedicine in China: Difficulties and Future Directions. *Highlights in Science, Engineering and Technology*. 36, 1160-1166. DOI: [10.54097/hset.v36i.6196](https://doi.org/10.54097/hset.v36i.6196)

ANEXOS

Anexo 1 Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA	El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, usando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro (Borello, 1994).	El plan de negocios en la presente investigación es un documento, que de manera clara, precisa y sencilla presenta el resultado de un proceso de planeación. Este plan sirve para guiar un negocio, muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.	Segmentos de mercado	Segmentación de los clientes Segmentación de servicios	Nominal
			Propuesta de valor	Personalización del servicio Comodidad del servicio Novedad del servicio	
			Canal	Comunicación Distribución	
			Relación con el cliente	Asistencia personal Servicios automáticos Creación colectiva	
			Fuentes de ingresos	Generación de ingreso Precio de servicio	
			Recursos clave	Recursos humanos Recursos físicos Tecnología	
			Actividades clave	Servicio brindado Resolución de problemas Uso de plataforma	
			Socios clave (Asociaciones clave)	Relación con proveedores Adquisición de productos Adquisición de servicios	
			Estructura de costos	Costos fijos Costos variables	

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DEL SERVICIO	<p>Calidad de un servicio se refiere al cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio. La calidad de un servicio solo es posible medirla a partir de las impresiones y opiniones que se hacen los clientes fieles o potenciales.</p>	<p>Calidad de un servicio en la presente investigación constituye el objeto sensible sobre el cual incidirá la puesta en marcha del plan de negocios en este caso el cumplimiento de las expectativas de los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio y la capacidad de una empresa para responder a la demanda social.</p>	Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	Ordinal
				Interés en el cliente	
				Servicio bien hecho	
				Servicio oportuno	
			Servicio libre de error.		
			Rapidez en la atención		
			Predisposición a la ayuda		
			Disponibilidad permanente		
		Transacciones seguras			
		<p>Calidad de un servicio en la presente investigación constituye el objeto sensible sobre el cual incidirá la puesta en marcha del plan de negocios en este caso el cumplimiento de las expectativas de los clientes al momento de utilizar algún tipo de servicio y la capacidad de una empresa para responder a la demanda social.</p>	Seguridad	Trato cortés	
				Empleados informados	
			Atención personalizada		
			Interés en el usuario		
			Atención a las necesidades		
			Disponibilidad para la atención		
			Instalaciones físicas		
Presentación de empleados					
Materiales de difusión					



ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

ESCALA DE LIKERT

Condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo.

ESCALA Y VALOR

ESCALA	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
VALOR	1	2	3	4	5

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA				
			1	2	3	4	5
Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	Cuando la empresa promete hacer algo, en cierto tiempo, lo cumple					
	Interés en el cliente	Cuando el cliente tiene un problema. La empresa muestra un sincero interés en resolverlo.					
	Servicio bien hecho	La empresa, desempeña bien el servicio desde la primera vez					
	Servicio oportuno	La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.					
	Servicio libre de error.	La empresa insiste en registros libres de error.					
Sensibilidad	Información oportuna	La empresa mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.					
	Rapidez en la atención	Los empleados de la empresa dan un servicio rápido.					
	Predisposición a la ayuda	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.					
	Disponibilidad permanente	Los empleados de la empresa, están siempre disponibles para ayudar a los usuarios.					
Seguridad	Confianza en los usuarios	El comportamiento de los empleados genera confianza en los usuarios.					
	Transacciones seguras	Se siente Ud. seguro en las transacciones con la empresa.					
	Trato cortés	Los empleados, son siempre corteses con ustedes					
	Empleados informados	Los empleados de la empresa tienen conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.					
Empatía	Atención a la particularidad	La empresa da atención individualizada a los clientes					
	Atención personalizada	La empresa tiene empleados que dan atención personal a cada uno de los clientes.					
	Interés en el usuario	La empresa se preocupa de sus mejores intereses.					
	Atención a las necesidades	Los empleados atienden las necesidades específicas de los clientes.					
	Disponibilidad para la atención	La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.					
Elementos tangibles	Equipamiento	La empresa tiene equipos de aspecto moderno					
	Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas.					

	Presentación de empleados	Los empleados de la empresa se ven pulcros.					
	Materiales de difusión	Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos para la empresa					

(Fuente: Elaboración propia inspirado en modelo Servqual)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan de negocios de una empresa de servicios de tele salud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo .

Variable	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad del servicio	Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	Cuando la empresa promete hacer algo, en cierto tiempo, lo cumple	X		X		X		X		
		Interés en el cliente	Cuando el cliente tiene un problema. La empresa muestra un sincero interés en resolverlo.	X		X		X		X		
		Servicio bien hecho	La empresa, desempeña bien el servicio desde la primera vez	X		X		X		X		
		Servicio oportuno	La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.	X		X		X		X		
		Servicio libre de error.	La empresa insiste en registros libres de error.	X		X		X		X		
	Sensibilidad	Información oportuna	La empresa mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	X		X		X		X		
		Rapidez en la atención	Los empleados de la empresa dan un servicio rápido.	X		X		X		X		
		Predisposición a la ayuda	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		X		
		Disponibilidad permanente	Los empleados de la empresa, están siempre disponibles para ayudar a los usuarios.	X		X		X		X		
	seguridad	Confianza en los usuarios	El comportamiento de los empleados genera confianza en los usuarios.	X		X		X		X		
		Transacciones seguras	Se siente Ud. seguro en las transacciones con la empresa.	X		X		X		X		
		Trato cortés	Los empleados, son siempre corteses con ustedes	X		X		X		X		
		Empleados informados	Los empleados de la empresa tienen conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	X		X		X		X		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

empatía	Atención a la particularidad	La empresa da atención individualizada a los clientes	X		X		X		X			
	Atención personalizada	La empresa tiene empleados que dan atención personal a cada uno de los clientes.	X		X		X		X			
	Interés en el usuario	La empresa se preocupa de sus mejores intereses.	X		X		X		X			
	Atención a las necesidades	Los empleados atienden las necesidades específicas de los clientes.	X		X		X		X			
	Disponibilidad para la atención	La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	X		X		X		X			
	Elementos tangibles	Equipamiento	La empresa tiene equipos de aspecto moderno	X		X		X		X		
		Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas.	X		X		X		X		
		Presentación de empleados	Los empleados de la empresa se ven pulcros.	X		X		X		X		
		Materiales de difusión	Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos para la empresa	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto: MBA. ERWIN NEYCER OTINIANO JUAREZ

Firma del experto :

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Escala de Likert : "Condiciones en calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo".

3. TESISTA:

Br. : Carlos Alfredo Chang Jimenez .

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Trujillo, 07 de noviembre del 2022

 <hr/> <p>DNI N°45273296 ERWIN NEYCER OTINIANO JUAREZ</p>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **OTINIANO JUAREZ**
Nombres **ERWIN NEYCER**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **45273296**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO**
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**
Fecha de Expedición **18/12/18**
Resolución/Acta **0436-2018-UCV**
Diploma **052-050015**
Fecha Matrícula **22/04/2017**
Fecha Egreso **18/08/2018**

Fecha de emisión de la constancia:
07 de Noviembre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000978116

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA

Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Libro: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 07/11/2022 20:50:43-0600

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: *Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo.*

Variable	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACION ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Calidad del servicio	Fiabilidad	Cumplimiento de compromisos	Quando la empresa promete hacer algo, en cierto tiempo, lo cumple	X		X		X		X				
		Interés en el cliente	Quando el cliente tiene un problema. La empresa muestra un sincero interés en resolverlo.	X		X		X		X				
		Servicio bien hecho	La empresa, desempeña bien el servicio desde la primera vez	X		X		X		X				
		Servicio oportuno	La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.	X		X		X		X				
		Servicio libre de error.	La empresa insiste en registros libres de error.	X		X		X		X				
	Sensibilidad	Información oportuna	La empresa mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	X		X		X		X				
		Rapidez en la atención	Los empleados de la empresa dan un servicio rápido.	X		X		X		X				
		Predisposición a la ayuda	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		X				
		Disponibilidad permanente	Los empleados de la empresa, están siempre disponibles para ayudar a los usuarios.	X		X		X		X				
	seguridad	Confianza en los usuarios	El comportamiento de los empleados genera confianza en los usuarios.	X		X		X		X				
		Transacciones seguras	Se siente Ud. seguro en las transacciones con la empresa.	X		X		X		X				
		Trato cortés	Los empleados, son siempre corteses con ustedes	X		X		X		X				
		Empleados informados	Los empleados de la empresa tienen conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	X		X		X		X				
	empatía	Atención a la particularidad	La empresa da atención individualizada a los clientes	X		X		X		X				
		Atención personalizada	La empresa tiene empleados que dan atención personal a cada uno de los clientes.	X		X		X		X				
		Interés en el usuario	La empresa se preocupa de sus mejores intereses.	X		X		X		X				
		Atención a las necesidades	Los empleados atienden las necesidades específicas de los clientes.	X		X		X		X				
	Elementos tangibles	Disponibilidad para la atención	La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	X		X		X		X				
		Equipamiento	La empresa tiene equipos de aspecto moderno	X		X		X		X				
		Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas.	X		X		X		X				
Presentación de empleados		Los empleados de la empresa se ven pulcros.	X		X		X		X					
Materiales de difusión		Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos para la empresa	X		X		X		X					

Grado y Nombre del Experto:

Firma del experto :

Mg. Pedro Antonio

DNI N° 164

Mat. CORLAL

ORCID: 0000-0002-8571-4525

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Escala de Likert: "Condiciones de calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo".

3. TESISISTA:

Br. : Carlos Alfredo Chang Jimenez .

4. DECISIÓN:

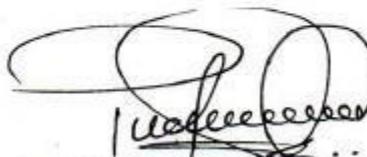
Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 07 de noviembre del 2022

  Mg. Pedro Antonio Pérez Arboleda DNI N° 16456428 Mat. CORLAD N°0313 ORCID: 0000-0002-8571-4525 EXPERTO



PERU

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	PEREZ ARBOLEDA
Nombres	PEDRO ANTONIO
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	16456428

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
Rector	ORTIZ PRIETO ALBERTO FELIPE
Secretaría General	GARCIA PUICON LADY YANINA
Director	DELGADO ALVARADO JUAN DE LA CRUZ

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	MAESTRO
Denominación	MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
Fecha de Expedición	18/08/16
Resolución/Acta	409-2016-CU-UDCH
Diploma	PG000013
Fecha Matricula	22/03/2005
Fecha Egreso	09/05/2016

Fecha de emisión de la constancia:
07 de Octubre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 900936692

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 07/10/2022 13:17:03-0908

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.
(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
TÍTULO DE LA TESIS: *Plan de negocios de una empresa de servicios de tele salud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo .*

Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEM	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)				
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Calidad del servicio	Fieblidad	Cumplimiento de compromisos	Cuando le empresa promete hacer algo, en cierto tiempo, lo cumple	X		X		X		X				
		Interés en el cliente	Cuando el cliente tiene un problema. La empresa muestra un sincero interés en resolverlo.	X		X		X		X				
		Servicio bien hecho	La empresa, desempeñe bien el servicio desde la primera vez	X		X		X		X				
		Servicio oportuno	La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.	X		X		X		X				
		Servicio libre de error.	La empresa insiste en registros libres de error.	X		X		X		X				
	Sensibilidad	Información oportuna	La empresa mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	X		X		X		X				
		Rapidez en la atención	Los empleados de la empresa dan un servicio rápido.	X		X		X		X				
		Predisposición a la ayuda	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		X				
		Disponibilidad permanente	Los empleados de la empresa, están siempre disponibles para ayudar a los usuarios.	X		X		X		X				
	seguridad	Confianza en los usuarios	El comportamiento de los empleados genera confianza en los usuarios.	X		X		X		X				
		Transacciones seguras	Se siente Ud. seguro en las transacciones con la empresa.	X		X		X		X				
		Trato cortés	Los empleados, son siempre corteses con ustedes	X		X		X		X				
		Empleados informados	Los empleados de la empresa tienen conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	X		X		X		X				

empresa	Atención a la particularidad	La empresa de atención individualizada a los clientes	X		X		X		X			
	Atención personalizada	La empresa tiene empleados que dan atención personal a cada uno de los clientes.	X		X		X		X			
	Interés en el usuario	La empresa se preocupa de sus mejores intereses.	X		X		X		X			
	Atención a las necesidades	Los empleados atienden las necesidades específicas de los clientes.	X		X		X		X			
	Disponibilidad para la atención	La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	X		X		X		X			
Elementos tangibles	Equipamiento	La empresa tiene equipos de aspecto moderno	X		X		X		X			
	Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas.	X		X		X		X			
	Presentación de empleados	Los empleados de la empresa se ven pulcros.	X		X		X		X			
	Materiales de difusión	Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos para la empresa	X		X		X		X			

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Mercedes A. Collazos Alarcón*
Firma del experto


Dra. Mercedes Collazos Alarcón
CONSULTORA ESPECIALISTA

EXPERTO EVALUADOR



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Escala de Likert : "Condiciones de calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo".

3. TESISISTA:

Br. : Carlos Alfredo Chang Jimenez .

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 08 de noviembre del 2022

 <p>Dra. Mercedes A. Collazos Alarcón DNI 16480577 EXPERTO</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrado por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	COLLAZOS ALARCON
Nombre	MERCEDES ALEJANDRINA
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Número de Documento de Identidad	16491577

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	DOCTOR
Denominación	DOCTORA EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD
Fecha de Expedición	09/04/18
Resolución/Acta	0003 2118 UCY
Diploma	052-031812
Fecha Matricula	05/09/2014
Fecha Egreso	31/12/2014

Fecha de emisión de la constancia:
20 de Julio de 2022



CÓDIGO VIRTUAL: 9600827749

JESSICA MARJHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Activo: Servidor de Agentes autorizados
Fecha: 2022.07.22 15:46:44-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu www.sunedu.gob.pe, utilizando el código de barras o haciendo clic en el código QR. El celular debe poseer un software lector de código de barras descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27265 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2006-PC/IE.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS
TÍTULO DE LA TESIS: *Plan de negocios de una empresa de servicios de tele salud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo .*

Variable	DIMENSION	INDICADOR	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACION ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSION		RELACION ENTRE LA DIMENSION Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEM		RELACION ENTRE EL ITEM Y LA OPCION DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Calidad del servicio	Fidabilidad	Cumplimiento de compromisos	Cuando le empresa promete hacer algo, en cierto tiempo, lo cumple	X		X		X		X		
		Interés en el cliente	Cuando el cliente tiene un problema. La empresa muestra un sincero interés en resolverlo.	X		X		X		X		
		Servicio bien hecho	La empresa, desempeña bien el servicio desde la primera vez.	X		X		X		X		
		Servicio oportuno	La empresa proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo.	X		X		X		X		
		Servicio libre de error.	La empresa insiste en registros libres de error.	X		X		X		X		
	Sensibilidad	Información oportuna	La empresa mantiene informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.	X		X		X		X		
		Rapidez en la atención	Los empleados de la empresa dan un servicio rápido.	X		X		X		X		
		Predisposición a la ayuda	Los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		X		
	seguridad	Disponibilidad permanente	Los empleados de la empresa, están siempre disponibles para ayudar a los usuarios.	X		X		X		X		
		Confianza en los usuarios	El comportamiento de los empleados genera confianza en los usuarios.	X		X		X		X		
		Transacciones seguras	Se siente Ud. seguro en las transacciones con la empresa.	X		X		X		X		
		Trato cortés	Los empleados, son siempre corteses con usted.	X		X		X		X		
		Empleados informados	Los empleados de la empresa tienen conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.	X		X		X		X		

empaña	Atención a la particularidad	La empresa da atención individualizada a los clientes	X		X		X		X		
	Atención personalizada	La empresa tiene empleados que dan atención personal a cada uno de los clientes.	X		X		X		X		
	Interés en el usuario	La empresa se preocupa de sus mejores intereses.	X		X		X		X		
	Atención a las necesidades	Los empleados atienden las necesidades específicas de los clientes.	X		X		X		X		
	Disponibilidad para la atención	La empresa tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes.	X		X		X		X		
	Elementos tangibles	Equipamiento	La empresa tiene equipos de aspecto moderno	X		X		X		X	
Instalaciones físicas		Las instalaciones físicas de la empresa, son atractivas.	X		X		X		X		
Presentación de empleados		Los empleados de la empresa se ven pulcros.	X		X		X		X		
Materiales de difusión		Los materiales asociados con el servicio, son visualmente atractivos para la empresa	X		X		X		X		

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Rolando Mario Castro Balcázar*
Firma del experto

EXPERTO EVALUADOR



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo.

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Escala de Likert : "Condiciones en calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad de Chiclayo".

3. TESISISTA:

Br. : Carlos Alfredo Chang Jimenez .

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 08 de noviembre del 2022

 <hr/> <p>Firma/DNI EXPERTO</p>	 <p>HUELLA</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Jefe de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra previamente inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **CASTRO BALCAZAR**
Nombres **ROLANDO MARIO**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **16750422**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **DOCTOR**
Denominación **DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**
Fecha de Expedición **20/07/20**
Resolución/Acta **0150-2020-UCV**
Diploma **052-088375**
Fecha Matrícula **04/01/2017**
Fecha Egreso **19/01/2020**

Fecha de emisión de la constancia:
05 de Junio de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000765884


JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA

Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectores de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 053-2009-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

VALIDACIÓN DE PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS)

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE TELESALUD BAJO LA MODALIDAD DE ENLACE Y CALIDAD DE SERVICIO EN CHICLAYO.

Yo, Dra. Mercedes A. Collazos Alarcón , identificada con DNI N° 16480577, con Grado Académico de Dra. en Gestión Pública y Gobernabilidad en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N°052-031812.:Hago constar que he leído y revisado el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura

1. Resumen ejecutivo
2. Segmento de mercado
3. Propuesta de valor
4. Canales
5. Relaciones con los clientes
6. Fuentes de ingreso
7. Recurso clave
8. Actividades clave
9. Asociaciones clave
10. Estructura de costos

La propuesta corresponde a la tesis: “**Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo**”.

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		

**VALIDACIÓN DE PROPUESTA
(JUICIO DE EXPERTOS)**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE TELESALUD BAJO LA MODALIDAD DE ENLACE Y CALIDAD DE SERVICIO EN CHICLAYO.

Yo, Dr. Rolando Mario Castro Balcázar , identificado con DNI N°, con Grado Académico de DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° 052-086375.:Hago constar que he leído y revisado el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura

1. Resumen ejecutivo
2. Segmento de mercado
3. Propuesta de valor
4. Canales
5. Relaciones con los clientes
6. Fuentes de ingreso
7. Recurso clave
8. Actividades clave
9. Asociaciones clave
10. Estructura de costos

La propuesta corresponde a la tesis: **“Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo”**.

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		

7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		
---	-------------------------------------------------------------	---	--	--

b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en su aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
100 %	100 %	100 %	100 %

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

Es de mi opinión que la propuesta es viable por cuanto existe coherencia con las dimensiones de la variable y en promedio alcanza el 90 % de validez que resulta siendo alta además de estar sustentada en el conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad.

OBSERVACIONES: Ninguna

Chiclayo, 17 de Julio del 2023.

Dr. Rolando Mario Castro Balcázar Código de registro de Sunedu: 052-086375

Centro de labores: escuela de Posgrado de Universidad César Vallejo. Cargo: Docente a tiempo Parcial.



Dr. Rolando Mario Castro Balcázar
DNI16750422



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
EXPERTO



VALIDACIÓN DE PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS)

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE TELESALUD BAJO LA MODALIDAD DE ENLACE Y CALIDAD DE SERVICIO EN CHICLAYO.

Yo, MBA. ERWIN NEYCER OTINIANO JUAREZ, identificado con DNI N° 45273296, con Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios MBA. en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° 052-050015

: Hago constar que he leído y revisado el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura

1. Resumen ejecutivo
2. Segmento de mercado
3. Propuesta de valor
4. Canales
5. Relaciones con los clientes
6. Fuentes de ingreso
7. Recurso clave
8. Actividades clave
9. Asociaciones clave
10. Estructura de costos

La propuesta corresponde a la tesis: **“Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo”**.

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		

7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		
---	-------------------------------------------------------------	---	--	--

b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en su aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace y calidad de servicio en Chiclayo			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
100 %	90 %	100 %	96,66 %

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

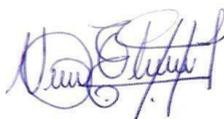
La propuesta es válida por la coherencia con las dimensiones de la variable y en promedio alcanza el 96.6 % de validez siendo alta y está sustentada en teorías, se nutre de la experiencia el conocimiento del mercado, y es aplicable.

OBSERVACIONES: Ninguna.

Chiclayo, 14 de Julio del 2023.

Mg. MBA. ERWIN NEYCER OTINIANO JUAREZ Código de registro de Sunedu: 052-050015

Centro de labores: UGEL 01 El porvenir. Cargo: Especialista en finanzas.



MBA. ERWIN NEYCER OTINIANO JUAREZ
DNI N° 45273296.
EXPERTO

ANEXO 3
PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE TELESALUD BAJO LA MODALIDAD DE ENLACE EN CHICLAYO



I.- RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo es un concepto del modelo de negocios basado en el Business Model Canvas, el cual se constituye en una herramienta nos sirve para analizar modelos de negocio en términos de sus 9 elementos clave. El diseño de Alexander Osterwalder con ayuda de Yves Pigneur que plasman en su libro “Generación de Modelos de Negocio”. Es fundamental que cuando iniciemos un emprendimiento cuente con una cuota de audacia, pero es indispensable poner en práctica un modelo de negocios para asegurar la viabilidad, rentabilidad, y sostenibilidad ofreciendo y generando la satisfacción del usuario. Los mismos que aseguraran crecimiento y posicionamiento en el mercado. A continuación, el detalle del plan de negocios “**A&C Telesalud**”

II.- IDENTIDAD DE LA EMPRESA

MISIÓN

A & C telesalud es una empresa de enlace destinada al servicio de atención primaria en salud y a la derivación según naturaleza y complejidad de los pacientes a los cuales les brindamos una esmerada y oportuna atención mediante un equipo

humano cuya realización es la recuperación de la salud de usuarios pacientes de servicios particulares.

VISIÓN

Al año 2025 la empresa A & C telesalud se constituirá en una empresa líder en el enlace de servicios de salud a nivel nacional destacando por la oportuna atención y con proyección al posicionamiento a nivel continental en la recuperación de la salud de usuarios pacientes de servicios particulares.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Profesionales de la salud capacitados brinda una atención esmerada y oportuna.</p> <p>Brinda servicios de atención médica básica y preventiva, lo que ayuda a abordar problemas de salud antes de que se conviertan en casos complejos y venta de medicina en un solo lugar.</p> <p>Colaboración con aseguradoras y empresas: La empresa tiene alianzas estratégicas con compañías de seguros de salud o empresas para ofrecer servicios médicos a sus empleados o asegurados.</p>	<p>El auge de la tecnología como herramienta para potenciar los servicios de salud online.</p> <p>Aumento de la demanda de servicios médicos debido al envejecimiento de la población.</p> <p>Promoción de programas educativos y campañas de la salud en el país mejorando la conciencia a los futuros pacientes en tener chequeos preventivos.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Competencia en el sector de la salud: El mercado de la atención médica en la ciudad es altamente competitivo, lo</p>	<p>Cambios regulatorios y legales en el sector salud podrían afectar la operación y los costos de la empresa.</p>

<p>que podría dificultar el crecimiento de la empresa.</p> <p>Falta de reconocimiento de marca, ya que es nueva y aún no tiene una presencia consolidada en el mercado, puede ser un desafío generar confianza y atraer a nuevos pacientes.</p>	<p>Crisis económica y política del país.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------

III.- ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. SEGMENTO DE MERCADO

El segmento a quien se va a dirigir el valor agregado, es la población en general que requiere atención en servicios de la salud, comprende a población asegurada y no asegurada que están dispuestos a invertir en la atención oportuna a sus problemas de salud que ante las limitaciones de ESSALUD Y MINSA buscan una alternativa

Nivel socioeconómico:

Clase alta y media-alta: Personas que cuentan con un nivel de ingresos que les permite acceder a servicios de salud privados y de mayor calidad.

Clase media: Aquellos que buscan servicios de salud de calidad a precios más accesibles.

Clase baja: Puede ser un segmento limitado, pero aquellos que buscan opciones de atención médica de emergencia y confiables.

Demográfico:

Género: Hombres y mujeres por igual, ya que ambos sexos necesitan atención médica de igual forma.

Edad: Personas mayores de 18 años y sin límite de edad específico, ya que se trata de una clínica para adultos.

Estado civil: Tanto solteros como casados, sin importar el estado civil.

Geográfico:

La clínica estaría dirigida a personas que residen en la ciudad de Chiclayo y sus alrededores. Es importante considerar la proximidad a áreas de alto tráfico y

fácil acceso para los pacientes; asimismo, las teleconsultas se pueden hacer a nivel nacional.

2. PROPUESTA DE VALOR

Para canalizar pertinentemente la demanda social de una atención oportuna a los problemas de salud de la población asegurada y no asegurada, ofrecer un valor agregado ofreciendo el servicio de enlace en la atención médica especializada oportuna y el acceso a medicamentos. Brindar un servicio oportuno, honesto y responsable permitirá generar confianza entre usuarios y proveedores de insumos y servicios de salud.

3. CANALES

La empresa de servicios de telesalud bajo la modalidad de enlace en Chiclayo, para mantenerse en contacto con los clientes, utilizar los siguientes canales:

- Llamadas telefónicas a los clientes para promocionar los servicios y recopilar las sugerencias a fin de mejorar el servicio.
- Página web con información actualizada que brinde información acerca de los servicios que se brinda.
- Vía telefónica proporcionar servicio post venta y atender la duda de los clientes.
- Correo electrónico para promocionar los servicios y atender los reclamos de los clientes
- Redes sociales para brindar información oportuna de los servicios.
- Grupos de WhatsApp para mantenerse en contacto con el cliente.

Estrategia de marketing MIX 4P's

Producto:

Mejora de la atención primaria: Destacar la calidad y la amplitud de los servicios de atención primaria que ofrece A&C Telesalud, enfatizando la experiencia y capacitación del equipo médico en diversas áreas de la salud.

Enfoque en la prevención: Resaltar la importancia de la prevención y promover exámenes médicos regulares para detectar problemas de salud en etapas tempranas, ofreciendo programas de chequeos integrales.

Servicios especializados: Ofrecer servicios médicos especializados para satisfacer las necesidades específicas de los pacientes, haciendo la derivación correspondiente.

Precio:

Precios competitivos: Establecer precios atractivos y competitivos para los servicios de atención primaria, a fin de atraer a un amplio rango de clientes, incluyendo aquellos con un nivel socioeconómico medio y medio-bajo.

Descuentos y promociones: Ofrecer descuentos en exámenes de rutina, paquetes de servicios o promociones para pacientes frecuentes, fomentando la fidelidad del cliente.

Diferenciación de precios: Ofrecer opciones de precios diferenciados para servicios especializados, donde se incluyan servicios adicionales o consultas con profesionales altamente especializados.

Promoción:

Marketing digital: Utilizar estrategias de marketing digital, como redes sociales, publicidad en línea y campañas en tik tok que es la red social del momento, para aumentar la visibilidad de la clínica y llegar a un público más amplio en Chiclayo.

Campañas de concientización: Realizar campañas de concientización sobre la importancia de la atención primaria y la prevención de enfermedades en la comunidad local, mediante charlas, eventos y materiales educativos ONLINE Y PRESENCIAL.

Testimonios y casos de éxito: Compartir testimonios y casos de éxito de pacientes satisfechos con los servicios de "Enlace" para generar confianza y credibilidad en la comunidad.

Alianzas estratégicas: Establecer colaboraciones con otras instituciones de salud, empresas locales y aseguradoras para generar referidos y ampliar la base de clientes.

Plaza:

Ubicación de fácil acceso en Chiclayo para la clínica para usar transporte público y privado.

Horarios flexibles: Ofrecer horarios de atención flexibles las 24 horas, incluyendo días de semana y fines de semana, para adaptarse a las necesidades y disponibilidad de los pacientes.

Telemedicina: Atención a pacientes que puedan requerir consultas o seguimiento a distancia, lo que ampliará la cobertura de atención.

4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Es indispensable la construcción de relaciones duraderas con los clientes, la fidelización con la marca por tanto se requiere implementar las siguientes acciones:

- Recopilar información actualizada y relevante sobre los usuarios y proveedores. Es indispensable disponer del conocimiento de los usuarios, sus necesidades y posibilidades económicas para canalizar la solución a sus problemas de salud, en el mismo sentido el conocimiento de las ofertas de los profesionales y empresas proveedoras de servicios e insumos médicos permitirán facilitar la conexión entre usuarios y proveedores en un encuentro de doble satisfacción.
- Asistencia Personalizada disponer a una persona encargada de dar orientación y apoyo al cliente.
- Orientar hacia el servicio de post venta buscando satisfacer la satisfacción del cliente.

5. FUENTES DE INGRESO

Las fuentes de ingreso serán según el cuadro siguiente, con un crecimiento de 5% el año 2 y 3 y un 8% de crecimiento en el año 4.

INGRESOS						
	COSTO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Consultas y teleconsultas medicas	S/50.00	S/45,000.00	S/540,000.00	S/567,000.00	S/595,350.00	S/642,978.00
Servicio de ambulancia	S/100.00	S/9,000.00	S/108,000.00	S/113,400.00	S/119,070.00	S/128,595.60
Curaciones	S/35.00	S/5,250.00	S/63,000.00	S/66,150.00	S/69,457.50	S/75,014.10
Inyectables	S/10.00	S/3,000.00	S/36,000.00	S/37,800.00	S/39,690.00	S/42,865.20
Banco de oxigeno	S/50.00	S/12,000.00	S/144,000.00	S/151,200.00	S/158,760.00	S/171,460.80
Hospitalización	S/120.00	S/7,200.00	S/86,400.00	S/90,720.00	S/95,256.00	S/102,876.48
Administración de tratamientos endovenosos	S/100.00	S/15,000.00	S/180,000.00	S/189,000.00	S/198,450.00	S/214,326.00
Aplicación de sueros vitaminados	S/80.00	S/24,000.00	S/288,000.00	S/302,400.00	S/317,520.00	S/342,921.60
Enlaces de complejidad media	S/200.00	S/12,000.00	S/144,000.00	S/151,200.00	S/158,760.00	S/171,460.80
Enlaces de alta complejidad	S/500.00	S/15,000.00	S/180,000.00	S/189,000.00	S/198,450.00	S/214,326.00
Derivaciones	S/15.00	S/9,000.00	S/108,000.00	S/113,400.00	S/119,070.00	S/128,595.60
TOTAL			S/1,877,400.00	S/1,971,270.00	S/2,069,833.50	S/2,235,420.18

6. RECURSO CLAVE

Para brindar el servicio de enlace es indispensable contar con el personal idóneo con alto nivel comunicacional que asegure comunicación fluida entre el usuario y las empresas y profesionales que desarrollan actividades relacionadas con la salud.

En cuanto a las remuneraciones hay un incremento del 5% para el año 2 y el 8% en el año 3 y 4.

N°	SERVICIOS	REMUNERACION	REMUNERACION ANUAL	GRATIFICACION ANUAL	CTS	ESSALUD	SEGURO VIDA LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
1	Médico 1	S/2,500.00	S/24,000.00	S/5,450.00	S/2,916.67	S/225.00	S/47.50	S/32,639.17	S/34,271.13	S/37,012.82	S/39,973.84
2	Médico 2	S/2,000.00	S/24,000.00	S/4,360.00	S/2,333.33	S/180.00	S/38.00	S/30,911.33	S/32,456.90	S/35,053.45	S/37,857.73
3	Licenciada en enfermería 1	S/1,800.00	S/21,600.00	S/3,924.00	S/2,100.00	S/162.00	S/34.20	S/27,820.20	S/29,211.21	S/31,548.11	S/34,071.96
4	Licenciada en enfermería 2	S/1,800.00	S/21,600.00	S/3,924.00	S/2,100.00	S/162.00	S/34.20	S/27,820.20	S/29,211.21	S/31,548.11	S/34,071.96
5	Gerente administrativo	S/2,000.00	S/24,000.00	S/4,360.00	S/2,333.33	S/180.00	S/38.00	S/30,911.33	S/32,456.90	S/35,053.45	S/37,857.73
6	Conserje	S/1,025.00	S/12,300.00	S/2,234.50	S/1,195.83	S/92.25	S/19.48	S/15,842.06	S/16,634.16	S/17,964.89	S/19,402.09
7	Técnico enfermería 1	S/1,200.00	S/14,400.00	S/2,616.00	S/1,400.00	S/108.00	S/22.80	S/18,546.80	S/19,474.14	S/21,032.07	S/22,714.64
8	Técnico enfermería 2	S/1,200.00	S/14,400.00	S/2,616.00	S/1,400.00	S/108.00	S/22.80	S/18,546.80	S/19,474.14	S/21,032.07	S/22,714.64
9	Chofer de ambulancia	S/1,300.00	S/15,600.00	S/2,834.00	S/1,516.67	S/117.00	S/24.70	S/20,092.37	S/21,096.99	S/22,784.74	S/24,607.52
10	Recepcionista 1	S/1,025.00	S/12,300.00	S/2,234.50	S/1,195.83	S/92.25	S/19.48	S/15,842.06	S/16,634.16	S/17,964.89	S/19,402.09
11	Recepcionista 2	S/1,025.00	S/12,300.00	S/2,234.50	S/1,195.83	S/92.25	S/19.48	S/15,842.06	S/16,634.16	S/17,964.89	S/19,402.09
12	Recepcionista 3	S/1,025.00	S/12,300.00	S/2,234.50	S/1,195.83	S/92.25	S/19.48	S/15,842.06	S/16,634.16	S/17,964.89	S/19,402.09
13	Mensajero motorizado	S/1,025.00	S/12,300.00	S/2,234.50	S/1,195.83	S/92.25	S/19.48	S/15,842.06	S/16,634.16	S/17,964.89	S/19,402.09
		S/18,925.00	S/221,100.00	S/41,256.50	S/22,079.17	S/1,703.25	S/359.58	S/286,498.49	S/300,823.42	S/324,889.29	S/350,880.43

Para los servicios en el año 2,3 y 4 habrá un incremento 3%

Servicios Básicos	Monto	Cantidad	Total	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Electricidad	S/500.00	1	S/500.00	S/6,000.00	S/6,180.00	S/6,365.40	S/6,556.36
Agua	S/180.00	1	S/180.00	S/2,160.00	S/2,224.80	S/2,291.54	S/2,360.29
Arbitrios Municipales	S/300.00	1	S/300.00	S/3,600.00	S/3,708.00	S/3,819.24	S/3,933.82
Teléfono	S/150.00	1	S/150.00	S/1,800.00	S/1,854.00	S/1,909.62	S/1,966.91
Plataforma	S/200.00	1	S/200.00	S/2,400.00	S/2,472.00	S/2,546.16	S/2,622.54
Publicidad	S/200.00	1	S/200.00	S/2,400.00	S/2,472.00	S/2,546.16	S/2,622.54
Internet	S/150.00	1	S/150.00	S/1,800.00	S/1,854.00	S/1,909.62	S/1,966.91
Seguridad	S/180.00	1	S/180.00	S/2,160.00	S/2,224.80	S/2,291.54	S/2,360.29
Celular	S/80.00	3	S/240.00	S/2,880.00	S/2,966.40	S/3,055.39	S/3,147.05
	S/1,940.00		S/2,100.00	S/25,200.00	S/25,956.00	S/26,734.68	S/27,536.72

ACTIVO FIJO

Detalle	costo	Cantidad	Total	DEPRECIACIÓN ANUAL
Acondicionamiento en infraestructura	S/480,000.00	1	S/480,000.00	S/24,000.00
Ambulancia	S/150,000.00	1	S/150,000.00	S/30,000.00
Motocicleta	S/4,000.00	1	S/4,000.00	S/800.00
			S/ 634,000.00	S/ 54,800.00

MUEBLES	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Cama clínica	S/1,500.00	4	S/6,000.00	S/600.00
Estantes de melamina	S/800.00	4	S/3,200.00	S/320.00
Estante para medicamentos	S/1,000.00	1	S/1,000.00	S/100.00
Biombos	S/200.00	4	S/800.00	S/80.00
Sillón confortable	S/500.00	4	S/2,000.00	S/200.00
Mesa	S/300.00	4	S/1,200.00	S/120.00
Escritorios	S/600.00	3	S/1,800.00	S/180.00
Sillón giratorio	S/400.00	3	S/1,200.00	S/120.00
Sillas	S/50.00	6	S/300.00	S/30.00
Muebles confortables	S/2,000.00	1	S/2,000.00	S/200.00
			S/19,500.00	S/1,950.00

OTROS EQUIPOS	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadoras	S/3,000.00	3	S/9,000.00	S/2,250.00
Televisor	S/1,500.00	1	S/1,500.00	S/150.00
			S/ 10,500.00	S/ 2,400.00

EQUIPAMIENTO MÉDICO	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Set Instrumental p/ Curaciones	S/1,300.00	1	S/1,300.00	S/130.00
Set Instrumental para Atención de Parto	S/1,650.00	1	S/1,650.00	S/165.00
Set Instrumental p/ Examen Ginecológico I	S/7,200.00	1	S/7,200.00	S/720.00
Set Instrumental de Intervenciones Quirúrgico	S/5,500.00	1	S/5,500.00	S/550.00
Cilindro de Oxígeno Medicinal c/accesorios	S/500.00	1	S/500.00	S/50.00
Maletín de Urgencias para Atención Domiciliaria	S/1,200.00	1	S/1,200.00	S/120.00
Generador de oxígeno	S/3,800.00	1	S/3,800.00	S/380.00
Monitor cardiaco	S/3,000.00	1	S/3,000.00	S/300.00
Desfibrilador	S/6,000.00	1	S/6,000.00	S/600.00
Esterilizador de material quirúrgico	S/510.00	1	S/510.00	S/51.00
Portasueros	S/100.00	2	S/200.00	S/20.00
Total			S/ 30,860.00	S/ 3,086.00

Hay un incremento del 5% para el segundo año y el 8% para el tercer y cuarto año en los suministros diversos

SUMINISTROS DIVERSOS y GASTOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
GASOLINA	S/150.00	S/1,800.00	S/1,890.00	S/1,984.50	S/2,143.26
OTROS	S/3,000.00	S/36,000.00	S/37,800.00	S/39,690.00	S/42,865.20
MARKETING	S/8,000.00	S/96,000.00	S/100,800.00	S/105,840.00	S/114,307.20
		S/133,800.00	S/140,490.00	S/147,514.50	S/159,315.66

7. ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave para brindar servicio se detallan a continuación:

- Enlazar al paciente con servicios de salud.
- Atención de consultas vía telefónica y on-line para brindar el servicio oportuno y seguro a los clientes.
- Monitoreo a los servicios prestados y seguimiento de proceso de recuperación de pacientes.
- Servicio de post venta de servicio
- Capacitación del personal en atención al cliente, ventas y servicios para brindar servicio adecuado a los clientes.
- Negociación con los proveedores y clientes actuales para brindar el servicio en el momento acordado.

8. ASOCIACIONES CLAVE

Para cumplir con los servicios idóneos se considera:

- Profesionales de la salud especializados y empresas de diferentes sectores.
- Empresas proveedoras de servicios de salud unidades vehiculares(ambulancias), considerados como aliados estratégicos que proveen vehículos en condiciones acordadas para traslado de pacientes de manera rápida y pertinente.
- Empresas proveedoras de medicinas y repuestos, con quienes se mantienen buenas relaciones para el suministro oportuno a fin de brindar a los pacientes las medicinas a tiempo y en buenas condiciones.
- Empresas proveedoras de servicios de hospitalización, son nuestros aliados para atención de los pacientes que requieren internamiento.
- Empresas proveedoras de servicios de diagnóstico por imágenes
- Empresas proveedoras de servicios de laboratorio.
- Empresas destinadas al transporte terrestre y aéreo (avionetas ambulancia).
- Empresas capacitadoras, que contribuyen a la mejora de conocimientos y habilidades de los trabajadores, a fin de brindar el servicio oportuno.

9. ESTRUCTURA DE COSTOS

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO			
Aporte de capital – Accionistas			%
4 socios	S/200,000.00	S/ 800,000.00	69.57%
Préstamo		S/ 350,000.00	30.43%
TOTAL		S/1,150,000.00	100%

PRÉSTAMO BANCARIO

IMPORTE PRÉSTAMO	350,000
TEA	14.5%
TIEMPO	4 AÑOS
CUOTA	S/.121,355.11

PERIODOS	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	SALDO
1	S/70,605.11	S/50,750.00	S/121,355.11	S/350,000.00
2	S/80,842.85	S/40,512.26	S/121,355.11	S/279,394.89
3	S/92,565.06	S/28,790.05	S/121,355.11	S/198,552.05
4	S/105,986.99	S/15,368.11	S/121,355.11	S/105,986.99

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

ACTIVO FIJO	S/	694,860.00
CAPITAL DE TRABAJO		
PLANILLA	S/	286,498.49
SERVICIOS	S/	25,200.00
SUMINISTROS Y GASTOS DIVERSOS	S/	133,800.00
TOTAL, DE CAPITAL DE TRABAJO	S/	445,498.49
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	S/	1,140,358.49

CÁLCULO DE IGV

AÑOS	1	2	3	4
IGV COMPRAS	-S/153,694.80	-S/31,760.28	-S/33,164.85	-S/35,433.43
IGV VENTAS	S/342,252.00	S/359,148.60	S/376,890.03	S/406,695.63
IGV A PAGAR	S/188,557.20	S/327,388.32	S/343,725.18	S/371,262.20

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 1

VENTAS		S/ 1,877,400.00
OTROS INGRESOS		S/ 24,000.00
COSTOS Y GASTOS		
PLANILLA	S/ 286,498.49	
SERVICIOS	S/ 25,200.00	
SUMINISTROS Y MARKETING	S/ 133,800.00	
DEPRECIACIÓN	S/ 62,236.00	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		<u>S/ 507,734.49</u>
UTILIDAD BRUTA		S/ 1,393,665.51
INTERESES	S/ 50,750.00	
UA IMPUESTOS		S/ 1,342,915.51
I.RENTA 29.5%		<u>S/ -396,160.07</u>
UTILIDAD NETA		S/ 946,755.43
RESERVA LEGAL 10%		S/ 94,675.54
UTILIDAD DESPUES DE RESERVA		<u>S/ 852,079.89</u>

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 2

VENTAS		S/ 1,971,270.00
OTROS INGRESOS		S/ 24,000.00
COSTOS Y GASTOS		
PLANILLA	S/ 300,823.42	
SERVICIOS	S/ 25,956.00	
SUMINISTROS Y MARKETING	S/ 140,490.00	
MANTENIMIENTO	S/ 10,000.00	
DEPRECIACIÓN	S/ 62,236.00	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		<u>S/ 539,505.42</u>
UTILIDAD BRUTA		S/ 1,455,764.58
INTERESES	S/ 40,512.26	
UA IMPUESTOS		S/ 1,415,252.32
I.RENTA 29.5%		<u>S/ -417,499.44</u>
UTILIDAD NETA		S/ 997,752.89
RESERVA LEGAL 10%		S/ 99,775.29
UTILIDAD DESPUES DE RESERVA		<u>S/ 897,977.60</u>

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 3

VENTAS	S/	2,069,833.50
OTROS INGRESOS	S/	24,000.00
COSTOS Y GASTOS		
PLANILLA	S/	324,889.29
SERVICIOS	S/	26,734.68
SUMINISTROS Y MARKETING	S/	147,514.50
MANTENIMIENTO	S/	10,000.00
DEPRECIACIÓN	S/	62,236.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	S/	571,374.47
UTILIDAD BRUTA	S/	1,522,459.03
INTERESES	S/	28,790.05
UA IMPUESTOS	S/	1,493,668.98
I.R 29.5%	S/	-440,632.35
UTILIDAD NETA	S/	1,053,036.63
RESERVA LEGAL 10%	S/	105,303.66
UTILIDAD DESPUES DE RESERVA	S/	947,732.97

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 4

VENTAS	S/	2,235,420.18
OTROS INGRESOS	S/	24,000.00
COSTOS Y GASTOS		
PLANILLA	S/	350,880.43
SERVICIOS	S/	27,536.72
SUMINISTROS Y MARKETING	S/	159,315.66
MANTENIMIENTO	S/	10,000.00
DEPRECIACIÓN	S/	62,236.00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	S/	609,968.81
UTILIDAD BRUTA	S/	1,649,451.37
INTERESES	S/	15,368.11
UA IMPUESTOS	S/	1,634,083.25
I.R 29.5%	S/	-482,054.56
UTILIDAD NETA	S/	1,152,028.69
RESERVA LEGAL 10%	S/	115,202.87
UTILIDAD DESPUES DE RESERVA	S/	1,036,825.82

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO

1 2 3

INVERSIÓN

ACTIVO FIJO	-S/694,860.00
CAPITAL DE TRABAJO	-S/445,498.49

OPERACIÓN

VENTAS	S/1,971,270.00
COSTOS Y GASTOS	-S/5
IGV	
I.RENTA	

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

SALDO INICIAL

FINANCIAMIE

FLUJ

Periodo de recuperación

I = INVERSIÓN INICIAL	1,140,358.49
-----------------------	--------------

R = FLUJOS NETOS DEL EFECTIVO ANUAL	AÑOS	1	2	3	4
		878,818.23	785,440.33	714,101.50	772,134.60
PROMEDIO DE FLUJOS		787,623.67			

I/R

1.45

pasando el 1 año se recupera la inversión

TASA DE RETORNO CONTABLE

sumatoria FE	3,150,495
n	4
i	1,140,358
TRC	69%

VAN	
Desembolso inicial	-1,140,358.49
FC 1	878,818.23
FC 2	785,440.33
FC 3	714,101.50
FC 4	772,134.60
N= duración de inversión	4
K	15%

MANUAL	-S/1,140,358.49	S/764,189.77	S/593,905.73	S/469,533.33	S/441,470.47
VAN	1,128,740.80				
TIR	61%				

V-Aiken

DIMENSIÓN (si la investigación lo amerita)	PREGUNTA O INDICADOR A EVALUAR	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL ITEMS RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCION DE RESPUESTA				V-AIKEN		
		EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4			
Fiabilidad	P1	1	1	1	1	1	1	1
	P2	1	1	1	1	1		
	P3	1	1	1	1	1		
	P4	1	1	1	1	1		
	P5	1	1	1	1	1		
Sensibilidad	P6	1	1	1	1	1	1	
	P7	1	1	1	1	1		
	P8	1	1	1	1	1		
	P9	1	1	1	1	1		
Seguridad	P10	1	1	1	1	1	1	
	P11	1	1	1	1	1		
	P12	1	1	1	1	1		
	P13	1	1	1	1	1		
empatía	P14	1	1	1	1	1	1	
	P15	1	1	1	1	1		
	P16	1	1	1	1	1		
	P17	1	1	1	1	1		
	P18	1	1	1	1	1		
Elementos tangibles	P19	1	1	1	1	1	1	
	P20	1	1	1	1	1		
	P21	1	1	1	1	1		
	P22	1	1	1	1	1		

N	4	NUMERO DE EXPERTOS
C	2	NUMERO DE RESPUESTAS

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

Anexo 4: Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	ENFOQUE/TIPO/DISEÑO	TÉCNICAS/ INSTRUMENTO
<p>Problema general</p> <p>¿De qué manera el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace mejorará la calidad del servicio en Chiclayo</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Proponer un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo</p>		<p>V.I.: Plan de negocios de empresa.</p>	<p>UNIDAD DE ANÁLISIS</p> <p>Usuarios de servicios de salud del departamento de Lambayeque</p>	<p>ENFOQUE</p> <p>Cuantitativo</p>	<p>Encuesta /Cuestionario</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <p>1. Diagnosticar las condiciones en la calidad del servicio de los sistemas de salud en la ciudad Chiclayo.</p> <p>2. Diseñar un Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo.</p> <p>3. Validar mediante opinión de expertos el Plan de negocios de una empresa de servicios de telesalud bajo modalidad de enlace para mejorar la calidad del servicio en Chiclayo</p>		<p>V.D.: Calidad del servicio</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>Usuarios de los servicios de salud privados</p> <p>MUESTRA 110 usuarios</p>	<p>TIPO</p> <p>Básico</p> <p>DISEÑO</p> <p>No experimental, transeccional, descriptivo, proyectivo</p>	