

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



" Proyecto de inversión para la creación de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024 "

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autores:

Lic. Roca Silva, Carlos Arturo
Bach. Merino Elcorobarrutia, Claudia María del Carmen

Docente Guía:

Mag. Cabellos Barboza, Enrique Alejandro

TACNA – PERÚ

2024

3%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

«El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor o autores». Escuela de Posgrado Newman

Índice

ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE ANEXOS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	12
1.1 TÍTULO DEL TEMA	12
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.4 METODOLOGÍA	15
1.4.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	15
1.4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	15
1.4.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.4.4. ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
1.4.5. TÉCNICA, INSTRUMENTO Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	17
1.5 JUSTIFICACIÓN	18
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	18
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	19
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	19
1.6 DEFINICIONES	19
1.7 ALCANCES Y LIMITACIONES	20
1.5.1. ALCANCE GEOGRÁFICO	21
1.5.2. ALCANCE SECTORIAL.....	21
1.5.3. ALCANCE TEMPORAL	21
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	22
2.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	22
2.1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE PROYECTO DE INVERSIÓN.....	22
DIMENSIONES DE LA VARIABLE PROYECTO DE INVERSIÓN.....	22
2.1.2. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE EMPRESA CONSULTORA.....	30
DIMENSIONES DE LA VARIABLE CONSULTORA	32
2.1.3. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE DESARROLLO HUMANO Y ESPIRITUALIDAD.....	33
DIMENSIONES DEL DESARROLLO HUMANO Y ESPIRITUAL	35
2.2. IMPORTANCIA DE LAS VARIABLES	38
2.2.1. IMPORTANCIA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	38
2.2.2. IMPORTANCIA DE LA CONSULTORÍA	38
2.2.3. IMPORTANCIA DEL DESARROLLO HUMANO Y ESPIRITUALIDAD	40
2.3. ANÁLISIS COMPARATIVO.....	41
2.4. ANÁLISIS CRÍTICO	46
CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL	47
3.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL SECTOR	47
3.2. PRESENTACIÓN DE ACTORES.....	50
3.2.1. CLIENTES.....	50
3.2.2. COMPETIDORES	54
3.2.3. ENTE REGULADOR	55
3.3. DIAGNÓSTICO SECTORIAL.....	55

3.3.1. OPORTUNIDADES.....	56
3.3.2. AMENAZAS.....	57
CAPÍTULO IV RESULTADOS	58
4.1 ESTUDIO DE MERCADO	58
4.1.1. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	58
4.1.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	69
4.1.3. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	72
4.1.4. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO – PLAN DE MARKETING	73
4.2 ESTUDIO LEGAL.....	78
4.3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	79
4.4 ESTUDIO TÉCNICO	83
4.4.1. HORARIO DE ATENCIÓN	83
4.4.2. MATERIALES.....	83
4.4.3. EQUIPOS.....	84
4.4.4. TECNOLOGÍA	84
4.4.5. DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	84
4.4.6. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO	86
4.4.7. MODELO DE NEGOCIO	88
4.4.8. CADENA DE VALOR	89
4.3.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	90
4.5 ESTUDIO FINANCIERO	91
4.5.1. SUPUESTOS	91
4.5.2. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	92
4.5.3. PROYECCIÓN DE GASTOS Y COSTOS	93
4.5.4. INVERSIÓN INICIAL	96
4.4.5. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	99
4.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	99
4.5.7. COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL (COK)	100
4.5.8. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	100
4.4.9. EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	101
4.4.10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	101
CAPÍTULO V SUGERENCIAS.....	103
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXOS.....	117

Índice de tablas

Tabla 1 Estructura empresarial de Lima Moderna.....	16
Tabla 2 Análisis comparativo de la variable proyecto de inversión.....	43
Tabla 3 Análisis comparativo de la variable consultoría.....	44
Tabla 4 Análisis comparativo de la variable desarrollo humano y espiritualidad.....	45
Tabla 5 Registro histórico de beneficios del mindfulness en distintas empresas en el mundo.....	49
Tabla 6 Mercado potencial.....	58
Tabla 7 Distribución por tipo de empresa.....	59
Tabla 8 Distribución por tipo de actividad económica.....	60
Tabla 9 Inversión en capacitación.....	61
Tabla 10 Tipo de capacitación en que invierte.....	62
Tabla 11 Periodicidad de capacitación.....	62
Tabla 12 Valoración de atributos.....	63
Tabla 13 Importancia del mindfulness.....	64
Tabla 14 Posibilidad de acceder a servicios de la consultora.....	65
Tabla 15 Necesidad del servicio.....	66
Tabla 16 Disponibilidad a pagar por hora de consultoría.....	67
Tabla 17 Lugar de capacitación.....	68
Tabla 18 Grado de atractividad del sector.....	72
Tabla 19 Mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo.....	73
Tabla 20 Demanda actual y proyectada.....	73
Tabla 21 Servicios ofrecidos.....	74
Tabla 22 Precio de la consultoría.....	76
Tabla 23 Estrategias de promoción de canales online.....	77
Tabla 24 Estrategias de promoción de canales offline.....	78
Tabla 25 Personal requerido.....	81
Tabla 26 Políticas de remuneración.....	82
Tabla 27 Planilla.....	83
Tabla 28 Equipos requeridos.....	84
Tabla 29 Ponderación de factores.....	85
Tabla 30 Selección de localización de las instalaciones.....	86
Tabla 31 Capacidad instalada.....	91
Tabla 32 Proyección de demanda desagregada.....	92
Tabla 33 Proyección precios.....	93
Tabla 34 Proyección de ingresos.....	93
Tabla 35 Proyección de planilla.....	93
Tabla 36 Materiales directos para la atención de una empresa de 60 personas.....	94
Tabla 37 Materiales indirectos.....	94
Tabla 38 Proyección de gastos de materiales.....	95
Tabla 39 Servicios.....	95
Tabla 40 Proyección de costos y egresos.....	96
Tabla 41 Activos tangibles.....	97
Tabla 42 Activos intangibles.....	98
Tabla 43 Capital de trabajo.....	98
Tabla 44 Inversión inicial.....	99
Tabla 45 Depreciación y amortización.....	99
Tabla 46 Punto de equilibrio.....	100
Tabla 47 Flujo de caja proyectado.....	100

Tabla 48 Indicadores	101
Tabla 49 Análisis de sensibilidad.....	102

Índice de figuras

Figura 1 Etapas del estudio de mercado	23
Figura 2 Artículos académicos elaborados sobre mindfulness entre 1980-2022.....	47
Figura 3 Ubicación de Lima Moderna.....	51
Figura 4 Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según región - 2019	52
Figura 5 Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según tamaño - 2019	53
Figura 6 Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según tipo de capacitación - 2019	53
Figura 7 Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según sector económico - 2019	54
Figura 8 Distribución por tipo de empresa.....	59
Figura 9 Distribución por tipo de actividad económica	60
Figura 10 Inversión en capacitación	61
Figura 11 Tipo de capacitación en que invierte	62
Figura 12 Periodicidad de capacitación	63
Figura 13 Valoración de atributos.....	64
Figura 14 Importancia del mindfulness.....	65
Figura 15 Posibilidad de acceder a servicios de la consultora	66
Figura 16 Necesidad del servicio.....	67
Figura 17 Disponibilidad a pagar por hora de consultoría	68
Figura 18 Lugar de capacitación	69
Figura 19 Estructura organizativa.....	80
Figura 20 Flujograma del proceso de atención.....	88
Figura 21 Modelo de negocios	89
Figura 22 Cadena de valor	90
Figura 23 Distribución espacial de las áreas de la empresa consultora	91

Índice de anexos

Anexo 1 Cuestionario empleado.....	118
Anexo 2 Cálculo del tamaño de muestra.....	120

Resumen

El presente estudio se realizó con el objetivo de demostrar la viabilidad económica de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024. Para ello, se propuso un estudio de enfoque mixto, nivel explicativo y diseño no experimental-transversal, encuestándose una muestra de 288 medianas y grandes empresas de los distritos de Lima Moderna. Los resultados señalan que las empresas que contratarán el servicio tienen 60 empleados y se dedican al sector servicio y comercio, el 35% consideran importante el mindfulness y, de ese total, el 83% contrataría los servicios de la consultora, generando una demanda en el periodo de entre 19 y 33 empresas, siendo el precio de S/. 600 por hora (en el primer año), pudiéndose desarrollarse en cuatro modalidades. La empresa se estará constituida por accionistas, bajo el régimen MYPE, con una estructura tipo funcional y una plantilla inicial de 11 empleados. Estará ubicada en el distrito de Jesús María en un espacio de 420 m² y su proceso de atención se realizará en 120 horas. Con un VAN = S/. 574,161.74 (VAN > 0) y TIR = 81.37% > 30% (TIR > Cok), se concluye que el proyecto es factible, recuperándose la inversión en 2 años y 3 meses.

Palabras clave: consultora, mindfulness, proyecto de inversión, factibilidad

Abstract

The present study was carried out with the objective of demonstrating the economic viability of a consulting company oriented to human development and spiritual life in Modern Lima, 2024. To this end, a study with a mixed approach, explanatory level and non-experimental-transversal design was proposed. surveying a sample of 288 medium and large companies from the districts of Modern Lima. The results indicate that the companies that will hire the service have 60 employees and are dedicated to the service and commerce sector, 35% consider mindfulness important and, of that total, 83% would hire the services of the consulting firm, generating a demand in the period of between 19 and 33 companies, the price being S/. 600 per hour (in the first year) and can be developed in four modalities. The company will be constituted by shareholders, under the MYPE regime, with a functional structure and an initial staff of 11 employees. It will be located in the Jesús María district in a 420 m² space and its service process will take 120 hours. With a NPV = S/. 574,161.74 (NPV > 0) and IRR = 81.37% > 30% (IRR > Cok), it is concluded that the project is feasible, recovering the investment in 2 years and 3 months.

Keywords: consulting, mindfulness, investment project, feasibility

Introducción

La presente investigación titulada proyecto de inversión para la creación de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024 emerge de la necesidad de atender las cifras de estrés laboral en el país, que se ubican en 78% de la población adulta, lo cual está muy asociado a la sobrecarga laboral, presión y clima laboral y requiere de una estrategia holística y perdurable.

De esta manera, se ha seleccionado como estrategia el mindfulness enfocado en el desarrollo humano y espiritualidad, al cual es una tendencia que ha venido creciendo en el mundo, debido a su adopción en empresas importantes como Nike, Microsoft, Roche y Aetna, pero que en el país aún no goza de la aceptación debida. Ante ello, se plantea el objetivo de demostrar la viabilidad económica de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024.

Para ello, se estructuró el estudio en cinco capítulos, el primero de ellos denominado “Antecedentes del estudio” describe el planteamiento del problema, objetivos, metodología, justificación, definiciones y alcances del estudio. El segundo capítulo “Marco teórico” engloba la conceptualización e importancia de las variables; así como, un análisis comparativo y crítico de estas.

El tercer capítulo “Marco referencial” describe al sector desde algunos elementos históricos, sus actores, las oportunidades y amenazas que ayudan al desarrollo del cuarto capítulo “Resultados”, compuesto de los estudios de mercado, legal, organizacional, técnico y financiero. Finalmente, se tiene el capítulo de “Sugerencias”, para luego establecer conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I Antecedentes del estudio

1.1 Título del Tema

Proyecto de inversión para la creación de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024.

1.2 Planteamiento del Problema

La industria del bienestar o “mercado de la felicidad” han sido términos con los cuales se asocia a la actividad del mindfulness en el mundo, que engloba un conjunto de prácticas, herramientas y tradiciones orientadas a lograr que un individuo se conecte con su realidad y disfrute de sus vivencias actuales al experimentar el interés, la curiosidad y la aceptación (Alonso, 2023).

A pesar de ser una tendencia actual, el origen del mindfulness se remonta hace varios siglos atrás en Japón y su expansión a nivel mundial ha sido el resultado de su éxito no solo en generar mayor bienestar o felicidad a las personas, sino en el incremento de aspectos más mensurables, como la productividad; de hecho, estudios recientes demuestran que reducen en 98% la generación de errores en el trabajo (Powell, 2022).

De esta manera, esta industria que se sustenta en el desarrollo humano y la espiritualidad, al combinar técnicas de psicoterapia corporal como la meditación, ejercicios de respiración y yoga con talleres de crecimiento personal enfocados en lo espiritual, existencial y social, generan al año USD 4.5 billones en el mundo, estimándose que para el año 2027, el 14% de la población mundial formen parte de esta tendencia, siendo el estrés laboral y el agotamiento factores clave de su impulso, lo que ha conllevado a las empresas a demandar servicios de esta naturaleza para mejorar la calidad de vida laboral de sus empleados y su nivel de rendimiento (Vennare, 2023).

De hecho, se reconoce que el estrés laboral tiene una incidencia de más del 70% en países tan variados como México, China y los Estados Unidos y que es cada vez más creciente la tendencia, por parte de empresas y personas de manera individual, a adoptar estrategias de afrontamiento alternativas no tradicionales que busquen reestablecer el desequilibrio personal, social y laboral que genera este estrés y donde la espiritualidad y el desarrollo personal se han posicionado como una de las estrategias de mayor aceptación por su efectividad (Cortéz et al., 2020).

En el caso del Perú, de acuerdo con un estudio realizado por Bumeran en varios países de Latinoamérica, se ha encontrado que para 2023, el 78% de la población adulta sufre estrés laboral y de agotamiento excesivo en el trabajo (Síndrome de Burnout), superando en 12% a lo registrado en 2022, lo cual está muy asociado a la sobrecarga laboral, presión y clima laboral; además, se ha demostrado que el 21% de estos sujetos realizan actividades enfocadas en el desarrollo humano y la espiritualidad para reducir estos niveles de estrés y agotamiento que generan trastornos de la salud mental (ansiedad y depresión) y trastornos musculoesqueléticos que afectan la calidad de vida personal y laboral (Chávez, 2023).

De esta manera, la oferta de centros de desarrollo humano y espiritualidad ha crecido en el país, siendo la reducción del estrés y la ansiedad y la expansión de la creatividad las principales motivaciones; así, como el incremento de la productividad en los ambientes de trabajo; no obstante, estos entornos aún son muy bajos y la variedad de opciones para que las empresas pueden solicitar este tipo de servicios es desigual al compararse con la gran diversidad observable en otros países (El Peruano, 2023).

Ante lo anterior, el presente trabajo de investigación se enfoca en una propuesta de inversión de un centro que contribuya con el reconocimiento de

habilidades de superación, la mejora de los estados de conciencia y el logro del equilibrio de las personas con su entorno, mediante la prestación de atención a los pensamientos, emociones y sensaciones corporales enfocada en un modelo B2B; es decir, a través de consultorías empleadas en distintas organizaciones. Este centro permitiría, por tanto, atender a una parte de la demanda que no es cubierta por la oferta actual, particularmente, en Lima Moderna.

La selección de Lima Moderna obedece a que es sede de varias empresas (banca, centros comerciales y oficinas administrativas) donde los colaboradores están sometidos a exigencias y demandas mayores; además, involucra distritos donde la población mayormente se ubica en el segmento socioeconómico B (así, como en el segmento A) que abarca cerca del 13% de la población de Lima Metropolitana y es, precisamente, en este tipo de segmentos donde la tendencia a la espiritualidad y el crecimiento personal es mayoritaria (Infobae, 2024).

Además, debe destacarse que la actividad de empresas consultoras creció en el Perú en 2.37% y 2.89% en enero y febrero de 2024 (INEI, 2024) y que en Latinoamérica, el 60% de las empresas requieren de servicios profesionales desarrollados por consultoras especializadas, incluso hasta cinco veces al año. Además, se destaca que los factores claves de estas empresas son claridad en el servicio ofrecido, tarifa competitiva, procesos operativos óptimos y apropiada gestión del tiempo de atención (Montesinos, 2024).

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Demostrar la viabilidad económica de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, 2024.

1.3.2. Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado para identificar el perfil de los clientes, atributos de los servicios y demanda proyectada del proyecto de inversión.

Desarrollar un estudio legal determinar los requerimientos normativos clave del proyecto de inversión.

Desarrollar un estudio organizacional para identificar la estructura funcional y organizativa del proyecto de inversión.

Desarrollar un estudio técnico para establecer los requerimientos técnicos y operativos del proyecto

Elaborar un estudio financiero para la determinación de la inversión inicial y flujos de caja del proyecto inicial; así, como evaluar su factibilidad financiera en un horizonte temporal.

1.4 Metodología

1.4.1. Enfoque de Investigación

El estudio se realizó bajo un enfoque mixto, el cual como describen Hernández y Mendoza (2018), se aplica a investigaciones donde el abordaje del problema es complejo y requiere de la integración sistemática y con posición crítica de técnicas cuantitativas y cualitativas para recolectar y analizar los datos. Además, como lo destacan Arias y Covinos (2021), desde su tipología, el estudio es de tipo exploratorio, ya que se examina un tema asociado a un proyecto de inversión, sobre el cual no se han realizado trabajos previos y que servirá de propuesta para que sea ejecutado.

1.4.2. Nivel de Investigación

Este estudio es de nivel explicativo, visto que se centró en la profundización de la información de mercado, legal, organizacional, técnica, financiera y ambiental que permite comprender la viabilidad del proyecto de investigación; así se indaga sobre

los elementos y requerimientos en cada uno de esos aspectos y las causas-consecuencias que se generan en el desarrollo de la propuesta (Arias y Covinos, 2021).

1.4.3. Diseño de la Investigación

En referencia a su diseño, el estudio es no experimental-transversal, visto que no se ha manipulado de manera intencional alguna de las variables para medir su efecto en otras y la información fue obtenida en único momento (Carhuancho et al., 2019).

1.4.4. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación

1.4.4.1. Población

La población del estudio comprende a todos los objetos, elementos o sujetos que componen el lugar donde se realizará el estudio y cuyas características permitirán dar respuesta a los objetivos planteados (Carrasco, 2015). Considerando esta definición, en este trabajo de investigación, la población está compuesta por medianas y grandes empresas ubicadas en Lima Moderna. En este sentido, como se observa en la tabla 1, en Lima Moderna para el año 2020 habían 294,890 (INEI, 2020).

Tabla 1

Estructura empresarial de Lima Moderna

Distrito	Cantidad de empresas	%
Santiago de Surco	65,572	22.24%
Miraflores	38,485	13.05%
San Miguel	24,884	8.44%
San Isidro	24,624	8.35%
La Molina	24,426	8.28%
San Borja	23,478	7.96%
Surquillo	20,880	7.08%
Jesús María	19,130	6.49%
Lince	16,460	5.58%
Magdalena del Mar	14,953	5.07%
Pueblo Libre	14,512	4.92%
Barranco	7,486	2.54%
Total	294,890	100.00%

Nota. Se identifica el total de empresas en Lima Moderna de INEI (2020). https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1861/libro.pdf

Además, se estima que el 0.6% de estos establecimientos son empresas medianas y grandes, generando un total de 1,769 empresas de Lima Moderna (INEI, 2020). Por otro lado, se considera que el 64.3% de estas empresas invierten en capacitación (INEI, 2019), lo que expresa que el total de la población de 1,138 representantes de medianas y grandes empresas de Lima Moderna.

1.4.4.2. Muestra

La muestra se corresponde con un subconjunto o fracción total de elementos elegidos de la población con criterios de rigurosidad para poder generalizar los resultados (Hernández y Mendoza, 2018). Para este estudio, se usará el muestreo probabilístico simple, eligiendo a un total de 288 responsables de RRHH de medianas y grandes empresas de Lima Moderna, con base a la fórmula correspondiente al Anexo 2.

1.4.5. Técnica, Instrumento y Procesamiento de datos

1.4.5.1. Técnica

Para la recogida de los datos, se emplearon las técnicas:

Encuesta: se corresponde con una técnica de indagación social donde a cada sujeto de la encuesta se le plantea una serie de ítems preestablecidos, de manera directa o no, para que indiquen su respuesta a través de opciones de respuestas cerradas (Hernández y Mendoza, 2018).

Análisis documental: se refiere a un método relacionado con la evaluación completa de documentos que permite recabar información relativa al tema a investigar; es decir, se sustenta en fuentes secundarias por lo que se requiere del uso del fichado bibliográfico (Hernández y Mendoza, 2018).

1.4.5.2. Instrumentos

Se aplicó un cuestionario que contienen preguntas que se ordenan de manera coherente y organizada para obtener información necesaria (Anexo 1) (Hernández y Mendoza, 2018).

1.4.5.3. Procesamientos de Datos

El análisis de datos comprende la determinación y explicación de estadísticas descriptivas (media, moda, frecuencia absoluta y relativa) para determinar tendencias y comportamientos que se presentará en tablas y gráficos. Además, la información documental será ordenada y analizada también en tablas y gráficos (Hernández y Mendoza, 2018).

1.5 Justificación

Esta investigación reviste de gran importancia, al presentar una propuesta de inversión respecto a una tendencia que va en ascenso, como lo representa la consultoría en materia de desarrollo humano y espiritualidad en el marco del mindfulness, que no ha sido explorado con suficiencia en el país y que tiene una connotación más allá de lo económico y que consiste en ofrecer a las personas la oportunidad de crecer en cuanto a sus capacidades para afrontar situaciones en diversos contextos (familiar, social, laboral, académico, entre otros), lo cual contribuye a una mejora en su salud emocional, bienestar físico y rendimiento.

1.5.1. Justificación Teórica

Este estudio se justifica en lo teórico debido a la trascendencia del rol de la consultoría en la gestión humana dentro del ámbito empresarial que en el modelo de Zeligman y Babb (2023) de promover la empresa en el ámbito de lograr la reducción del estrés laboral en el personal de sus clientes y en el de Guillory (2017) en cuanto al desarrollo de la creatividad, innovación e integración mediante un modelo B2B, ya

que en mayor término se centra en la atención a personas o grupos aislados y no como parte de un servicio profesional independiente a empresas o áreas de ellas.

1.5.2. Justificación Práctica

Desde lo práctico, este estudio representa una oportunidad de expandir la oferta de servicios de consultoría enfocada en el crecimiento personal en Lima Moderna y servirá de referencia para aplicarse en otras zonas del país. En este sentido, esta propuesta responde a la necesidad que se origina desde las empresas en disponer de colaboradores con altos niveles de bienestar para que puedan desplegar su máximo nivel de conocimiento, creatividad y productividad y fomentar, a la par, entornos laborales donde esto sea posible.

1.5.3. Justificación Metodológica

Desde lo metodológico, en el presente estudio se enmarcará en la metodología propuesta por Sapag et al. (2014), de abordar el proyecto de inversión como un estudio que se centra en la viabilidad basada en la determinación de factores comerciales, técnicos, legales, organizacionales y financieros de una idea, lo cual determina si se concreta en no en realidad.

1.6 Definiciones

Consultoría: servicio de asesoramiento u orientación que ofrecen personas especializadas y entrenadas en un tema particular a otras empresas, para lograr identificar problemas en su gestión y generar mejoras con la implementación de estrategias que persiguen alcanzar objetivos particulares (Zapata et al., 2010).

Desarrollo humano: en el contexto del estudio se centra en el crecimiento de la persona en áreas como el autodescubrimiento, el incremento de la conciencia, la racionalidad y la aceptación, lo que refleja una capacidad de aceptar su entorno y

tener una conducta orientada al gozo y a la plenitud de las experiencias vividas (Puche y Botella, 2020).

Espiritualidad: constituye un marco de valores del individuo que se muestran en sus expresiones culturales y sociales y conllevan a la trascendencia de una persona con respecto a sus vivencias y experiencias, determinando su sentido de interconexión con otros para experimentar sentimientos de regocijo y totalidad. Este concepto va más allá de lo religioso y de lo místico, centrándose en la realización del ser humano y el desarrollo de un estilo de vida enfocado en el bienestar (Arias et al., 2013).

Mindfulness: conjunto de prácticas, herramientas y tradiciones orientadas a lograr que un individuo se conecte con su realidad y disfrute de sus vivencias actuales al experimentar el interés, la curiosidad y la aceptación (Alonso, 2023).

Proyecto de inversión: se corresponde con un plan al cual se le asignan recursos financieros con el objetivo de lograr la elaboración de un producto o la prestación de un servicio y, de esta manera, satisfacer una necesidad de una determinada población (Serrano, 2020).

1.7 Alcances y Limitaciones

Este estudio que se centra en un proyecto de inversión concebido como una propuesta para su potencial ejecución ha tenido importantes limitaciones. La principal limitación consiste en el acceso a la muestra; debido a que fue necesario sensibilizar a representantes de las empresas para que accedieran a participar en el estudio, ya que generalmente son renuentes a participar. Por otro lado, se destaca que no se dispone de mucha información sobre la oferta de este tipo de servicios en el país, siendo una actividad económica de la cual no se dispone registros, por lo cual se

emplea en el estudio mayormente información de otros países y algunos datos presentados en periodicos, revistas especializadas, blogs, entre otros.

1.5.1. Alcance Geográfico

Desde lo geográfico, el estudio se centrará en Lima Moderna que contiene doce distritos de Lima Metropolitana.

1.5.2. Alcance Sectorial

En lo sectorial, el estudio tiene como alcance medianas y grandes empresas.

1.5.3. Alcance Temporal

El proyecto de inversión tiene como horizonte temporal 2025-2029.

2.1 Conceptualización de las variables

2.1.1. Conceptualización de la variable proyecto de inversión

Debe destacarse que un proyecto de inversión se corresponde con un plan al cual se le asignan recursos financieros con el objetivo de lograr la elaboración de un producto o la prestación de un servicio y, de esta manera, satisfacer una necesidad de una determinada población (Serrano, 2020).

De esta manera, un proyecto de inversión comprende un procedimiento global que se centra en recopilar, crear y sistematizar información para identificar una idea de negocio y realizar la medición cuantitativa de sus costos y beneficios, para así evaluar si se emprende o no (Sapag, 2011).

La definición descrita por Sapag et al. (2014), se enfoca más en entender el proyecto de inversión como un estudio que se centra en la viabilidad basada en la determinación de factores comerciales, técnicos, legales, organizacionales y financieros de una idea, lo cual determina si se concreta en no en realidad.

Finalmente, también se puede señalar que un proyecto es un plan al cual le es asignado un capital y se le otorga una variedad de insumos para producir un bien o prestar un servicio que es de utilidad para la sociedad (Baca, 2013).

Dimensiones de la variable proyecto de inversión

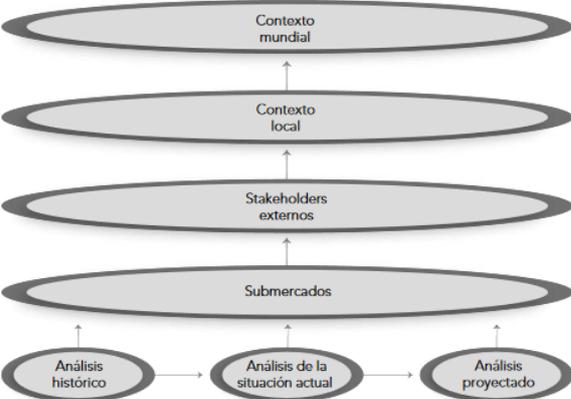
Para la valoración de la viabilidad de un proyecto de inversión se identifican distintos estudios básicos; por ejemplo, Serrano (2020) considera estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. En cambio, Sapag (2011) señala estudio de mercado, técnico y financiero y Sapag et al. (2014) considera estudio de mercado, técnico, organizacional-administrativo, legal, financiero y de impacto socioambiental. Finalmente, Baca (2013) señala estudio de mercado, técnico y económico.

El estudio de mercado comprende un análisis de las condiciones reales para la colocación del bien o servicio en un determinado lugar, con lo cual se busca identificar las estrategias de comercialización para cuantificar la cantidad de demanda que podría satisfacerse y comprender cómo está compuesta, sus propiedades y ubicación geográfica (Sapag et al., 2014). De esta manera, con el estudio de mercado se busca identificar si efectivamente hay una necesidad insatisfecha o la posibilidad de ofrecer un mejor servicio (Baca, 2013).

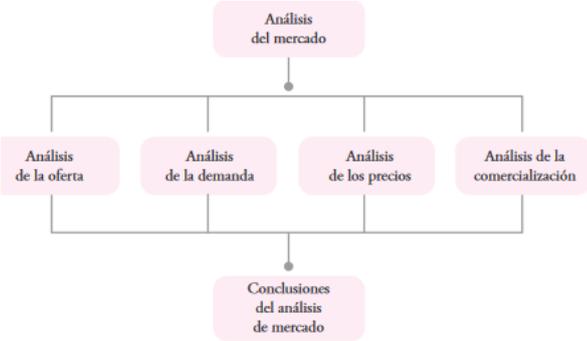
El análisis de mercado puede seguir varias estructuras; por ejemplo, Sapag et al. (2014) considera que debe realizarse desde una cobertura geográfica amplia como lo es el contexto mundial hasta los submercados, como se aprecia en la figura 1 (a); además, considerando un análisis cronológico (histórico-actual y proyectado).

Figura 1

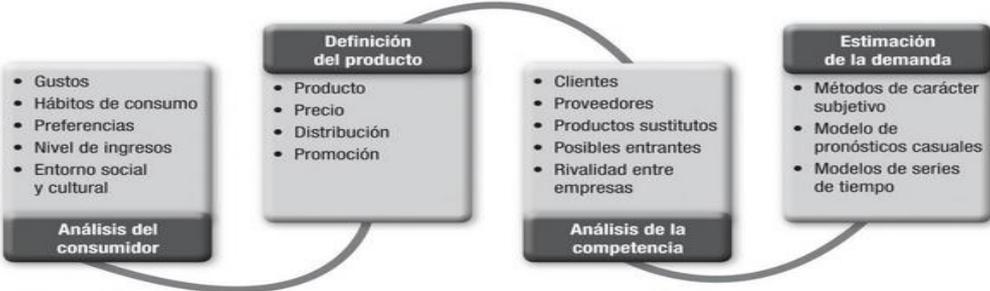
Etapas del estudio de mercado



(a) Análisis geográfico-temporal por Sapag et al. (2014)



(b) Análisis según variables por Baca (2013)



(c) Análisis por etapa por Serrano (2020)

Otra forma de realizar el estudio de mercado es descrita por Baca (2013), en la cual se analizan los componentes o variables de un mercado: oferta, demanda, precios y comercialización. Finalmente, Serrano (2020) plantea un método más organizado por etapas: análisis del consumidor, definición del producto, análisis de la competencia y estimación de la demanda.

Bajo cualquiera de los enfoques, el estudio de mercado involucra (Baca, 2013):

- Una investigación de mercado para conocer la demanda insatisfecha; características de precios y calidad; formas de distribución y problemas a los que se enfrentan los consumidores. Esta investigación amerita la identificación de objetivos, la definición de necesidades de datos, el diseño del método para recabarlos y la forma de analizar esos datos.
- El análisis de la competencia, con base a la evaluación de las cinco fuerzas de Porter, esto involucra análisis la fuerza de los clientes, competidores y proveedores; así, como la incidencia de los productos sustitutos y de potenciales rivales.
- La determinación de la demanda, a través de la cuantificación del mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo.

En estos enfoques, se incluye el plan de marketing dentro del estudio de mercado, lo cual requiere del análisis de (Sapag et al., 2014):

- Estrategia de producto. Se deben especificar los elementos y atributos que permitirán diferenciar el producto o bien ofrecido con respecto a lo existente en el mercado.
- Estrategia de precios. El precio es un factor fundamental en la identificación de los ingresos; por lo tanto, es imprescindible identificar un plan de tarifas o

precios que sea competitiva en el mercado y se adecúe a las preferencias de los clientes, pero que permitan cubrir con las metas de rentabilidad fijadas.

- Estrategia de distribución. Esto consiste en establecer los canales más atractivos para ofrecer el bien o servicio del proyecto de inversión, lo cual responde a reducir costos de distribución, pero también a alcanzar una mayor proporción de mercado.
- Estrategia de promoción y publicidad. Comprende el contenido del mensaje, la forma en que será transmitido y su objetivo para lograr dar a conocer la marca a los potenciales consumidores.

El estudio de técnico comprende la determinación de las especificaciones técnicas y de su viabilidad requeridas para la puesta en marcha del proyecto de inversión (Serrano, 2020). Es decir, este estudio pretende identificar las propiedades de la composición óptima de cada recurso requerido en el proceso productivo, logrando los niveles de eficacia y eficiencia que aseguren las métricas del estudio financiero (Sapag, 2011).

Este estudio comprende las siguientes etapas (Serrano, 2020):

- Tamaño de las instalaciones. Se refiere a las dimensiones del espacio donde se realizará el proceso productivo o se prestará el servicio, el cual debe adecuarse las proyecciones de demanda a atender.
- Localización. Se deben evaluar los criterios que aseguren la mejor localización del establecimiento en función de cercanías con la demanda, proveedores, canales de distribución, entre otros aspectos.
- Ingeniería del proyecto. Se refiere a todo lo relativo al funcionamiento de las instalaciones, siendo fundamental en su análisis incorporar aspectos como características de las maquinarias, instalaciones, equipos, tecnologías,

infraestructura y demás herramientas para la operatividad. Así, como la definición de los costos de cada una de ellas.

- Procesos. Se debe discriminar entre procesos estratégicos, operativos y de apoyo para realizar un diagrama de flujo de aquellos que sean los más representativos dentro de la institución. En muchos casos, se recomienda el diseño de la cadena de valor de la empresa.

El estudio administrativo, el cual para autores como Sapag (2011) y Baca (2013) se puede incluir en el estudio técnico, comprende el ordenamiento legal, tributario, organizativo y de recursos humanos bajo el que se operará de ejecutarse el proyecto de inversión. Así, como comentan Sapag et al. (2014), es el estudio menos analítico y más subjetivo dentro de la formulación y elaboración de proyectos y debería comprender al menos:

- La forma de constitución legal y tributaria de la empresa.
- La estructura organizativa; así como, funciones y responsabilidades del personal.
- El plan de captación, contratación, selección, desarrollo, capacitación, evaluación y remuneración de la empresa.

El estudio financiero involucra analizar los ingresos y egresos proyectados del proyecto, con el fin de analizar la rentabilidad del proyecto (Serrano, 2020). En este sentido, se realiza una determinación de los montos de recursos económicos requeridos y una proyección de los que se estima recibir por la venta del bien o la prestación de servicios, los cuales se comparan a los fines de medir la rentabilidad (Baca, 2013).

Una manera apropiada de evaluar el estudio económico comprende (Baca, 2013):

- Establecimiento de supuestos y premisas macroeconómicas.
- Estimación de los ingresos.
- Establecimiento de los costos del proyecto.
- Determinación de la inversión total fija y diferida; así como distribuida por activos tangibles e intangibles y capital de trabajo.
- Determinación del método de depreciación y amortización.
- Identificación de las fuentes de financiamiento y de los costos financieros.
- Determinación del costo de capital.
- Determinación del punto de equilibrio, estado de resultados y balance de situación.
- Evaluación de indicadores financieros y análisis de sensibilidad.

En esta sección se consideran como indicadores:

El Valor Actual Neto (VAN) es un procedimiento dinámico de valoración de proyectos de inversión que reconoce de forma explícita el valor del dinero en el tiempo. En tal sentido, se tiene que, al momento de estimar el VAN, se deben tomar en cuenta los valores de flujo de caja futuros que generará el proyecto a lo cual debe restarse el monto correspondiente a la inversión inicial, y aunado a esto debe considerarse una tasa de descuento (o lo que se denomina costo de oportunidad), que básicamente es una tasa en la cual se reflejan intereses, tasa de riesgo país, etc. (Baca, 2013).

Para Sapag (2011), el VAN puede ser determinado a partir de la siguiente formula:

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I= Inversión

FNE= Flujos Netos de Efectivo;

$(1 + i)^n$ = Tasa de descuento

En función al planteamiento realizado por estos últimos autores, los criterios de decisión que rigen el VAN estarán basados en lo siguiente (Sapag et al., 2014):

- Si el VAN > 0; va a significar que la inversión puede generar beneficios superiores a la rentabilidad exigida (r), por lo que se procede a aprobar el proyecto de inversión en vista de su factibilidad económica-financiera.
- En caso contrario, al obtenerse un VAN < 0; puede interpretarse que la inversión realizada va a producir pérdidas al presentar niveles inferiores al rendimiento requerido (r), deduciéndose en consecuencia que el proyecto debe ser rechazado.
- Asimismo, si el VAN = 0, es un indicativo de que la inversión no va a generar pérdidas o beneficios, por lo que al no generar rendimientos superiores a la rentabilidad exigida (r), el criterio de decisión tendrá que basarse en otros aspectos, como el posicionamiento en el mercado u otros factores relacionados.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) constituye otro instrumento utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión, y puede definirse como la tasa de descuento que equipara el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. En términos más sencillos, representa la tasa de interés que, empleada en la estimación del Valor Actual Neto, produce que este sea igual a 0 (Sapag, 2011).

Para este último autor, la fórmula del TIR se expresa de la siguiente forma:

$$\sum_{t=0}^n FE/(1 + TIR)^t = VAN = 0$$

Donde:

TIR: Tasa Interna de Rendimiento de Retorno

VAN = Valor Actual Neto

FE (t) = Flujo de Efectivo Neto del periodo t

n = Número de periodos de vida útil del proyecto

Una vez definida la metodología de estimación, se presenta el siguiente criterio de decisión para evaluar la factibilidad del proyecto de inversión (Baca, 2013):

- Si el valor que se obtiene del $TIR > 0$ va a significar la aprobación del proyecto, ya que sus ingresos cubren los egresos y se producen beneficios adicionales superiores a los rendimientos exigidos.
- Un $TIR < 0$, va a significar que el proyecto no resulta financieramente viable, por lo que pueden existir otras alternativas de inversión que ofrezcan rendimientos superiores.
- En última instancia, si el $TIR = 0$, se va a entender que el proyecto no generara beneficios económicos.

El periodo de recuperación del capital (PRI) es una metodología orientada a evaluar los proyectos de inversión que radica en estimar el número de años o de periodos que requiere un proyecto para recuperar los recursos que formaron parte de la inversión inicial (Baca, 2013).

Para calcular el PRI debe emplearse la siguiente expresión:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de efectivo que ha sido acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

Finalmente, el estudio de impacto socioambiental identifica la incidencia social del proyecto y la relación costo-beneficio que le genera al ambiente. Esta evaluación amerita una identificación, análisis y gestión de potenciales riesgos que puede generar el proyecto; así como, todos los aspectos regulatorios que se deben cumplir y la forma como se protegerá a las personas, a las comunidades y al ambiente en la realización de cada fase del proyecto (Sapag et al., 2014).

2.1.2. Conceptualización de la variable empresa consultora

La consultoría es una empresa que ofrece servicio de asesoramiento u orientación que ofrecen personas especializadas y entrenadas en un tema particular a otras empresas, para lograr identificar problemas en su gestión y generar mejoras con la implementación de estrategias que persiguen alcanzar objetivos particulares (Zapata et al., 2010).

La consultoría es una industria muy antigua, pero a lo largo de la historia su papel ha sido significativamente diferente del concepto tal como lo se le conoce en la actualidad. Inicialmente, el papel de los consultores consistía principalmente en proporcionar consejos y recomendaciones específicas a los gobernantes y miembros de las clases sociales más altas. Sin embargo, con la creciente complejidad de las relaciones en los mercados, este papel ha cambiado y evolucionado significativamente; de modo que en los últimos años, la consultoría es un proceso más entramado de servicios (Nissen, 2019).

La actividad de consultoría se basa esencialmente en un grupo de empresas especializadas con personal altamente cualificado para resolver los problemas

comerciales de sus clientes. A estas empresas ocasionalmente se les pide que lleven a cabo misiones específicas dentro de la empresa con el fin de asesorar a los tomadores de decisiones rentabilidad en un entorno empresarial complejo (Creplet et al., 2001).

En la actualidad, se reconocen cinco categorías de (Creplet et al., 2001):

- El aventurero mental que analiza problemas verdaderamente intransigentes como los problemas a largo plazo o escenarios para el desarrollo del país, mediante la aplicación de métodos económicos rigurosos con base a su experiencia.
- El navegante estratégico que basa su contribución en una rica riqueza cuantitativa, comprensión del mercado y la dinámica competitiva, y luego recomienda cursos de acción sin demasiada consideración de la perspectiva del cliente.
- El médico responsable que deriva sus recomendaciones de una profunda comprensión de la dinámica interna de la organización del cliente, a menudo dispuesto a sacrificar algo de objetividad para obtener una perspectiva realista de lo que es realizable.
- El arquitecto del sistema que impacta a sus clientes al ayudar a rediseñar los procesos, rutinas y sistemas, siempre en estrecha colaboración con el cliente.
- El amable copiloto quien aconseja a los altos directivos como un facilitador más que como un experto y no tiene la ambición de proporcionar nuevos conocimientos al cliente.

Dimensiones de la variable consultora

Codificación del conocimiento. En ese caso, la consultora implementa una serie de procesos para centralizar y alimentar una base de conocimientos acerca de su cliente, su entorno y otras realidades. Esto permite disponer de un lenguaje común para todos los involucrados mejores prácticas identificadas por los clientes, integrando jergas, prácticas locales y ofertas extraídas de muchas empresas diferentes y conectándolas con propios procesos. El proceso de codificación que se produce incorpora conocimiento explícito articulado, así como conocimiento tácito inarticulado, dando una visión global de la realidad de cada cliente que alimenta el nivel de conocimiento de los consultores en torno a aspectos más globales. Esta codificación es una palanca de eficiencia y acción o una especie de inteligencia económica en el sentido de que la consultora posee un activo inmaterial que le permite activar conocimientos y brindar soluciones rápidamente (Creplet et al., 2001).

Personalización. Este paso consiste en capitalizar el conocimiento, implementando acciones y estrategias que sean capaces de construir una red de trabajo en un momento dado para responder a una pregunta problema importante que requiere un tamaño crítico de competencias para un cliente en particular. Basado en ello, se crean sistemas colaborativos donde los consultores intercambian experiencias y conocimientos y luego, se transmiten para resolver problemas específicos dentro del entorno del cliente (Creplet et al., 2001).

Las empresas consultoras consideran la gestión del conocimiento como una capacidad central para lograr una ventaja competitiva y personalizar en estrategias para sus clientes. De esta manera, las grandes consultoras han ido aumentando su gasto en tecnología de la información; desarrollando intranets y almacenamiento de

datos y utilizando Internet en un esfuerzo por crear sistemas de gestión del conocimiento (Dunford, 2000).

Disponibilidad. Las empresas consultoras muestran una estructura organizacional particular orientada a la innovación, la creación y la resolución de problemas con una estrategia consciente. Esta es una estructura organizativa dinámica basada en equipos de proyecto autoformados, decisión descentralizada y poca formalización; por lo que se observa una ausencia de jerarquía formal, estando el control de los procesos en el profesionalismo y en el desarrollo de fuertes consensos; así como en la disponibilidad de valores culturales comunes. Por lo tanto, aquí hay una sugerencia. Este tipo de estructura sirve a la consultora estar disponible y sin la presencia de tensiones entre la eficiencia organizacional y la autonomía individual, consolidando una cultura organizacional sólida que promueva el desarrollo de un control normativo (cultural) que sirve tanto para la autodisciplina como para la integración de las personas, dentro de estas organizaciones típicamente altamente informales ambientes (Creplet et al., 2001).

2.1.3. Conceptualización de la variable desarrollo humano y espiritualidad

En el contexto del estudio se centra en el crecimiento de la persona en áreas como el autodescubrimiento, el incremento de la conciencia, la racionalidad y la aceptación, lo que refleja una capacidad de aceptar su entorno y tener una conducta orientada al gozo y a la plenitud de las experiencias vividas (Puche y Botella, 2020). Así entendido el desarrollo humano es un proceso que se caracteriza tanto por patrones predecibles como por variaciones en múltiples dominios a lo largo de la vida (Cartwright, 2001).

Este concepto se enmarca en una práctica contemplativa basada en valores y orientada al desarrollo que intrínsecamente implica meditación (es decir, contemplación dirigida hacia fenómenos internos y externos), introspección (es decir, reflexión y seguimiento del estado mental y las acciones) y conducta ética (es decir, tomar decisiones decididas) (Urrila, 2022).

Si bien el desarrollo personal tiene el valor instrumental de aportar una multitud de beneficios a personas y organizaciones, como la reducción del estrés, reducción y mejora de la concentración, debe entenderse que no es una técnica cognitivo-conductual que busca desplegarse en un paradigma de cambio de comportamiento, sino una forma de ser y una forma de ver, que tiene profundas implicaciones para la comprensión de la naturaleza de las mentes y cuerpos de las personas y vivir la vida como si realmente importara (Zeligman y Babb, 2023).

Lo que se busca es una forma de disponer de un estado disponible en todos los momentos de cada día, donde los pensamientos y emociones dan forma a la acción, intención y actitud. En consecuencia, la práctica del desarrollo humano no puede ocurrir en el contexto de una sesión formal de una intervención, ni como una práctica independiente, sino que debe ser una combinación de práctica formal; es decir, un tiempo dedicado a la meditación o conciencia plena y uno informal; es decir, una forma consciente de ser accesible en cualquier momento (Urrila, 2022).

Por su parte, la espiritualidad constituye un marco de valores del individuo que se muestran en sus expresiones culturales y sociales y conllevan a la trascendencia de una persona con respecto a sus vivencias y experiencias, determinando su sentido de interconexión con otros para experimentar sentimientos de regocijo y totalidad. Este concepto va más allá de lo religioso y de lo místico, centrándose en la

realización del ser humano y el desarrollo de un estilo de vida enfocado en el bienestar (Arias et al., 2013).

Así, se puede definir de muchas maneras y se ha distinguido de lo concretamente religioso, en que lo espiritual refleja una experiencia interior e individual más que una observancia de dictados o costumbres externas que puedan estar ligada a una tradición religiosa particular. Las teorías anteriores sobre el desarrollo espiritual se han centrado en paralelos con muchos aspectos del desarrollo de la humanidad. Algunas teorías, por ejemplo, se han enfocado en el desarrollo del ego, la autonomía y la autoestima que son aspectos que se encuentran relacionados unos con otros. Otras teorías se han centrado en el desarrollo de la comprensión moral y el consiguiente comportamiento hacia proteger a otros (Cartwright, 2001).

La espiritualidad en el lugar de trabajo proporciona un paraguas holístico que abarca de manera compatible un conjunto de actividades relacionadas con el trabajo que provienen del yo interior. En este sentido, si estas actividades son iniciativas que involucran diversidad, desempeño, compromiso de los empleados, integración entre la vida laboral y la vida personal, o creatividad, innovación o imaginación, existe una dimensión espiritual en ellas y su aplicación en el ámbito laboral (Guillory, 2017).

Dimensiones del desarrollo humano y espiritual

Autoeficacia. Este es un aspecto de la teoría cognitiva social de Bandura y se comprende hasta qué punto los individuos creen que pueden dominar una tarea o habilidad específica. Del mismo modo, dentro de un programa de desarrollo humano, la autoeficacia se refiere a la creencia de que el empleado pueda brindar apoyo de manera efectiva en el asesoramiento a sus clientes. En este sentido, va más allá de las percepciones que uno tiene sobre sus capacidades y también está relacionada con la ansiedad, agotamiento e incluso efectividad (Zeligman y Babb, 2023).

De hecho, la autoeficacia puede tener un efecto tan fuerte relación con las respuestas fisiológicas al estrés en los empleados de una empresa, que incluso puede ser conceptualizado como una forma de identificar el desempeño organizacional. La atención plena de la autoeficacia sirve como regulador del comportamiento del personal (Zeligman y Babb, 2023).

Empatía. Es la capacidad de sentir las emociones de otra persona, lo cual dentro de un programa de desarrollo humano se logra al establecer medios de interconexión entre uno mismo y con los demás como una segunda perspectiva que puede promover la empatía. Estos programas se centran en la meditación que integra deseos y anhelos con la autocompasión, lo que tiene el potencial de aumentar aún más la empatía (Zeligman y Babb, 2023).

Conciencia de sí mismo. Los programas de asesoramiento no sólo tienen la tarea de desarrollar la autoeficacia y la empatía, sino también la autoconciencia. Los teóricos del asesoramiento humanista han apoyado el uso de la inmediatez en la sesión y un enfoque en la conciencia para permanecer en el aquí y el ahora con los clientes. Además, se sugiere que los individuos podrían tomar conciencia de emociones o reacciones dentro del cuerpo antes de poder reconocerlos cognitivamente, apoyando así la necesidad de ser consciente dentro de la sesión (Zeligman y Babb, 2023).

Centralización en las cualidades humanas. Esta dimensión encierra que la vida espiritual se enmarca en una definición alejada en poderes sagrados o superiores, siendo la cuestión central el desarrollo de un conjunto de cualidades humanas que pueden contextualizarse o no lo religioso. Por ello, este tipo de servicios de consultoría encierra la perspicacia y comprensión; una conciencia de la interconexión entre personas y otras formas de vida; una experiencia de misterio y de realidad y una

postura de generosidad ante lo que rodea a las personas. En este sentido, el foco del desarrollo espiritual está en dilucidar el poder que viene desde dentro, con conocer el yo más profundo (Guillory, 2017).

Dinámica universal. Se busca la conexión o afiliación con elementos que pueden conectar a distintas personas, una vez entendido el poder dentro de cada persona. De esta manera, se entiende que en el ser humano se pueden potenciar las proporciones de neuropéptidos, como la oxitocina y la arginina vasopresina que tienen un comportamiento afiliativo, permitiendo que grupos de trabajo trabajen de manera más consolidada (Guillory, 2017).

Objetivos de desarrollo. En este caso, se pretende lograr que la persona, a través de orientaciones teóricas, pueda fijarse metas pequeñas y alcanzables que guíen sus pasos hasta el logro objetivos de mayor envergadura. Es decir, crear un cierto conjunto de reglas y normas de conducta gobernada y regulada por el deseo de lograr óptimas condiciones; así, la tarea principal era garantizar una relativa estabilidad del bienestar humano (Urrila, 2022).

Sistemas de desarrollo. Consiste en lograr en que las personas se comprometen con las ideas o con los objetivos institucionales que trascienden el yo en el espacio y el tiempo. Este es un trabajo más mental y conductual en el que se conciben se construye una personalidad sustentada entre la influencia mutua y bidireccional de cada persona y su complejo conjunto de ecologías del desarrollo. Es esta interacción dinámica lo que fomenta el desarrollo positivo de la persona, logrando que interactúe de manera sana con los aspectos sociales, contextos familiares, escolares, entre compañeros, de medios y religiosos y, por otro lado, contribuya al tejido cultural en el que está inmerso (Urrila, 2022).

2.2. Importancia de las variables

2.2.1. Importancia del proyecto de inversión

La importancia de un proyecto de inversión es que permite establecer las pautas a seguir para convertir una idea de negocios en una realidad, logrando identificar las ventajas y desventajas de estas e identificando la necesidad de llevarse a cabo (Baca, 2013).

En este sentido, se entiende que el proyecto de inversión es un elemento sustancial para la toma de decisiones acertadas, estimando los riesgos, incertidumbres y ambigüedades y estimando su potencial de generar valor para cada uno de los stakeholders. De esta manera, debe configurarse que el proyecto de inversión es un antecedente justificatorio de la asignación de recursos de inversión a una idea que se ha planteado para atender a una necesidad de la población (Sapag, 2011).

De hecho, para Serrano (2020), lo más importante de la preparación y evaluación de proyectos es que permite la satisfacción de un requerimiento o la reducción de una brecha (en salud, educación, infraestructura, entre otras) dentro de un área geográfica. A esto, Sapag (2011) agrega que un proyecto de inversión permite la sistematización de información para la aceptación o no de una idea de inversión, logrando proveer de hallazgos e indicios que facilitan la toma de decisiones.

2.2.2. Importancia de la consultoría

En muchos casos se recurre a una consultora por las siguientes razones Zapata et al. (2010):

- Necesidad de experiencia. Debido al hecho de que las habilidades y conocimientos necesarios para garantizar los resultados financieros, el

crecimiento o hacer frente a cualquier cambio importante en las actividades de la empresa a menudo no se puede obtener de los empleados permanentes.

- Falta de tiempo. Los empleados de la empresa, que a menudo tienen conocimientos, no tienen tiempo para realizar nuevos proyectos o estudios.
- Falta de experiencia. Es posible que la empresa no cuente con especialistas calificados y los consultores pueden hacer esta función hasta que sean contratados o capacitados empleados permanentes.
- Opinión objetiva desde el exterior. Los consultores externos pueden aportar nuevos conocimientos y ofrecer una visión imparcial de cómo resolver el problema.

Para Creplet et al. (2001), su necesidad radica en:

- Nuevas ideas. Los consultores aportan ideas derivadas de su trabajo en otras empresas y industrias, nuevos conocimientos y modelos de soluciones exitosos de múltiples fuentes.
- Rapidez y eficiencia. Consultores con experiencia en la implementación de los proyectos de la empresa en el pasado puede ser una forma más rápida y efectiva de resolver el problema que tomar una decisión con sus propias fortalezas.
- Evaluación de la situación. El Consultor puede proporcionar una evaluación objetiva de la situación, identificar el problema y proporcionar recomendaciones para resolverlo.
- Independencia. En caso de situaciones contradictorias y cuando sea necesario conciliar los intereses de diferentes partes (por ejemplo, en fusiones o

adquisiciones, en la reorganización de la empresa), el consultor puede actuar como intermediario independiente para resolver las contradicciones.

2.2.3. Importancia del desarrollo humano y espiritualidad

Con el desarrollo humano se aprende la capacidad de ser consciente y aceptar los propios estados emocionales sin que necesariamente se actúen sobre ellos o dejen que se intensifiquen, lo que ha sido reconocido como un factor común en diferentes orientaciones de meditación y se mide como la variable de resultado en muchos métodos basados en el mindfulness (Temme y Kopak, 2016).

Con el desarrollo humano se realiza la práctica de centrar la atención en el presente, experiencias momento a momento sin juzgar, entrenando la mente para estar singularmente enfocada en cultivar una mejor atención, conciencia y aceptación y permitir la reflexión en lugar de la reacción. Se cree que estas actividades autorregulan el cuerpo y la mente, controlando así, eventos mentales mediante la participación de un conjunto de atención específico (Temme y Kopak, 2016). La espiritualidad en el lugar de trabajo es un concepto que ha recibido considerable interés de investigación en el pasado reciente entre la industria, esto es evidente por el crecimiento exponencial en el número de investigaciones empíricas y estudios de investigación realizados sobre el concepto y la utilidad de la espiritualidad en el lugar de trabajo, especialmente en la última década

Grandes corporaciones como Apple Computers, DuPont, Hewlett Packard y Ford Motor Company reconocen la importancia de la espiritualidad en el lugar de trabajo y se embarcaron en ambiciosos programas para fomentarla entre los empleados, debido a que, con ello, las organizaciones son capaces de obtener múltiples beneficios, como una mejor resolución de problemas, una mayor creatividad y una reducción del estrés (Jnaneswar y Sulphey, 2021).

El sistema de valores y creencias que se puede ver en la espiritualidad en el lugar de trabajo, también se ve como un medio para entrar en contacto con el yo interior y es una herramienta para la autorrealización; no obstante, la literatura existente informa sobre la complejidad y variedad en la definición o explicación de la espiritualidad en el lugar de trabajo. Al comentar sobre las consecuencias de la espiritualidad en el lugar de trabajo, se suele usar el concepto de superinteligencia, ya que es capaz de generar comprensión, juicio y respuesta rápidas a los estímulos entrantes (Da Silva y Pereira, 2017).

De manera similar, la espiritualidad en el lugar de trabajo se equipara con el respeto, la humildad y el coraje; así como la proyección de un propósito común. Los estudiosos del contexto occidental se concentraron en la vida interior, trascendencia, sentido de comunidad, alineación de valores organizacionales e individuales, sentido de disfrute y significado al hablar espiritualidad en el lugar de trabajo (Gargiulo, 2023).

En contraste con estos, los eruditos indios se han centrado en la espiritualidad como los valores y ética. Otros beneficios destacados de la espiritualidad en el lugar de trabajo incluyen la satisfacción laboral, una mayor participación en el trabajo, la honestidad, confianza y compromiso, mejor desempeño laboral, identidad con los equipos de trabajo, orientación a largo plazo, satisfacción con las recompensas e identificación organizacional (Jnaneswar y Sulphrey, 2021). Los empleados con alto sentido de orientación espiritual muestran más productividad y superan a las demás porque suelen tener un alto comportamiento de ciudadanía organizacional (Da Silva y Pereira, 2017).

2.3. Análisis comparativo

Considerando los elementos teóricos, se seleccionarán las premisas que guiarán la actuación de la empresa consultora.

En la tabla 2 se presenta el análisis comparativo de la variable proyecto de inversión, allí se observa que para Serrano (2020) y Baca (2013) este término se refiere a un plan para satisfacer una necesidad, mientras que Sapag (2011) lo conceptualiza como un procedimiento para organizar y analizar información y así evaluar si una idea de negocios es factible, lo cual Sapag et al. (2014) lo extiende más un estudio de distintos factores con ese mismo fin, siendo una definición más robusta que las anteriores. De hecho, estos mismos autores, incluyen más dimensiones estudio de mercado, técnico, organizacional-administrativo, legal, financiero y de impacto socioambiental; para el resto de los autores, los estudios más importantes son: de mercado, económico y legal.

En la tabla 3 se presenta el análisis de la variable consultoría mediante el cual se observa que Zapata et al. (2010) se centra en una tipología de empresas que ofrece asesoramiento u orientación, mientras que Creplet et al. (2001), va más allá al indicar que su propósito es resolver problemas comerciales de clientes. No obstante, las dimensiones del primer autor permiten una descripción de esta variable al centrarse en la codificación del conocimiento, personalización y disponibilidad y el segundo autor solo señala los tipos.

En referencia a la variable desarrollo humano y espiritualidad, en la tabla 4, se observa como los tres autores a pesar de abordar dimensiones distintas y considerar ventajas empresariales diversas, entienden que este término se centra en la introspección y el análisis del yo para construir una autoconciencia más sólida. Así, como lo describen Zeligman y Babb (2023), esto ayuda a reducir el estrés, mientras que Urrila (2022) destaca su análisis de la conducta ética y Guillory (2017) describe su incidencia en la creatividad, innovación e integración.

Tabla 2

Análisis comparativo de la variable proyecto de inversión

Tópico	Autor	Definición	Dimensiones	Importancia
Proyecto de inversión	Serrano (2020)	Se corresponde con un plan al cual se le asignan recursos financieros con el objetivo de lograr la elaboración de un producto o la prestación de un servicio y, de esta manera, satisfacer una necesidad de una determinada población	Estudio de mercado, técnico y financiero	Permite la satisfacción de un requerimiento o la reducción de una brecha (en salud, educación, infraestructura, entre otras) dentro de un área geográfica
	Sapag (2011)	Comprende un procedimiento global que se centra en recopilar, crear y sistematizar información para identificar una idea de negocio y realizar la medición cuantitativa de sus costos y beneficios, para así evaluar si se emprende o no	Estudio de mercado, técnico y financiero	Permite la sistematización de información para la aceptación o no de una idea de inversión, logrando proveer de hallazgos e indicios que facilitan la toma de decisiones
	Sapag et al. (2014)	Es un estudio que se centra en la viabilidad basada en la determinación de factores comerciales, técnicos, legales, organizacionales y financieros de una idea, lo cual determina si se concreta en no en realidad	Estudio de mercado, técnico, organizacional-administrativo, legal, financiero y de impacto socioambiental	Es un elemento sustancial para la toma de decisiones acertadas, estimando los riesgos, incertidumbres y ambigüedades y estimando su potencial de generar valor para cada uno de los stakeholders
	Baca (2013)	Es un plan al cual le es asignado un capital y se le otorga una variedad de insumos para producir un bien o prestar un servicio que es de utilidad para la sociedad	Estudio de mercado, técnico y económico	Permite establecer las pautas a seguir para convertir una idea de negocios en una realidad

Nota. En tabla se hace una comparación entre autores

Tabla 3

Análisis comparativo de la variable consultoría

Tópico	Autor	Definición	Dimensiones	Importancia
Consultoría	Zapata et al. (2010)	Es una empresa que ofrece servicio de asesoramiento u orientación que ofrecen personas especializadas y entrenadas en un tema particular a otras empresas, para lograr identificar problemas en su gestión y generar mejoras con la implementación de estrategias que persiguen alcanzar objetivos particulares	Codificación del conocimiento, personalización y disponibilidad	Necesidad de experiencia, falta de tiempo y falta de experiencia
	Creplet et al. (2001)	Se basa esencialmente en un grupo de empresas especializadas con personal altamente cualificado para resolver los problemas comerciales de sus clientes. A estas empresas ocasionalmente se les pide que lleven a cabo misiones específicas dentro de la empresa con el fin de asesorar a los tomadores de decisiones rentabilidad en un entorno empresarial complejo	Tipos de consultoría: aventurero mental, médico responsable, arquitecto del sistema y amable copiloto	Nuevas ideas; rapidez y eficiencia, evaluación de la situación e independencia

Nota. En tabla se hace una comparación entre autores

Tabla 4

Análisis comparativo de la variable desarrollo humano y espiritualidad

Tópico	Autor	Definición	Dimensiones	Ventajas
Desarrollo humano y espiritualidad	Zeligman y Babb (2023)	Tiene el valor instrumental de aportar una multitud de beneficios a personas y organizaciones, como la reducción del estrés reducción y mejora de la concentración, debe entenderse que no es una técnica cognitivo-conductual que busca desplegarse en un paradigma de cambio de comportamiento, sino una forma de ser y una forma de ver, que tiene profundas implicaciones para la comprensión de la naturaleza de las mentes y cuerpos de las personas y vivir la vida como si realmente importara	Autoeficacia, empatía y conciencia de sí mismo	Reduce el estrés Mejora la concentración Permite una mayor comprensión
	Urrila (2022)	Se enmarca en una práctica contemplativa basada en valores y orientada al desarrollo que intrínsecamente implica meditación (es decir, contemplación dirigida hacia fenómenos internos y externos), introspección (es decir, reflexión y seguimiento del estado mental y las acciones) y conducta ética (es decir, tomar decisiones decididas)	Centralización en las cualidades humanas y dinámica universal	Evalúa el estado mental y las acciones Analiza la conducta ética
	Guillory (2017)	Proporciona un paraguas holístico que abarca de manera compatible un conjunto de actividades relacionadas con el trabajo que provienen del yo interior. En este sentido, si estas actividades son iniciativas que involucran diversidad, desempeño, compromiso de los empleados, integración entre la vida laboral y la vida laboral, o creatividad, innovación o imaginación, existe una dimensión espiritual en ellas y su aplicación en el ámbito laboral	Objetivos y desarrollo y sistema de desarrollo,	Mejora las relaciones entre los trabajadores Fortalece el yo interno Fomenta creatividad e innovación Desarrolla la integración

Nota. En tabla se hace una comparación entre autores

2.4. Análisis crítico

En primer lugar, para la variable proyecto de inversión se asume la postura de Sapag et al. (2014) de entenderla como un estudio de distintos factores para la sistematización de la información que ayuda a valorar una idea de negocios, solo que de sus dimensiones no se considerará el estudio de impacto socioambiental, debido a que la modalidad de la empresa consultora tiene un bajo impacto generador de problemas socioambientales,

En referencia a la variable consultoría, se asume lo planteado por Zapata et al. (2010) al señalar que la labor de esta empresa es analizar toda la información disponible para lograr personalizar su servicio al cliente y ofrecer una disponibilidad continua en resolver su problema. También visto, la naturaleza del servicio y de acuerdo con Creplet et al. (2001) esta empresa es del tipo médico responsable que deriva sus recomendaciones de una profunda comprensión de la dinámica interna de la organización del cliente, a menudo dispuesto a sacrificar algo de objetividad para obtener una perspectiva realista de lo que es realizable.

En materia de la variable desarrollo humano y espiritualidad, se asume el criterio de Zeligman y Babb (2023) de promover la empresa en el ámbito de lograr la reducción del estrés laboral en el personal de sus clientes y en el de Guillory (2017) en cuanto al desarrollo de la creatividad, innovación e integración. En cuanto a las dimensiones, se consideran también las de Zeligman y Babb (2023) que son autoeficacia, empatía y conciencia de sí mismo, pero se agrega de Urrila (2022) lo referente a centralización en las cualidades humanas y de Guillory (2017) lo atinente a objetivos y desarrollo.

Capítulo III Marco Referencial

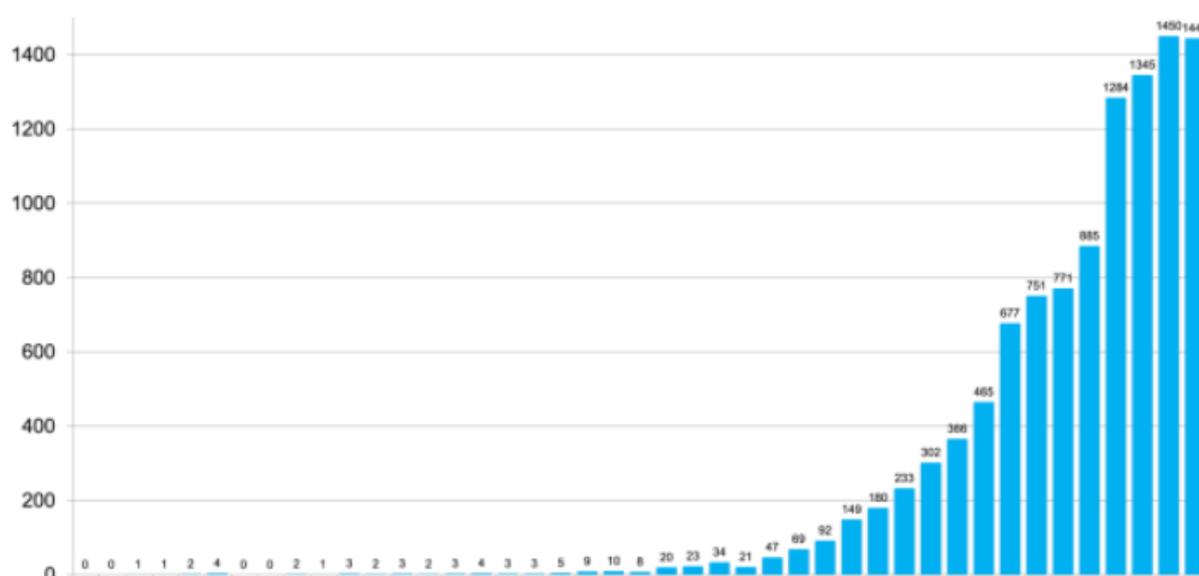
3.1. Reseña histórica del sector

Se suele considerar que el mindfulness inicia formalmente desde hace más de 25 años con la proliferación de las prácticas del yoga y de la meditación, siendo una industria cuyo crecimiento ha sido referente mundial, pues para el año 2018, según la “Encuesta de salud y bienestar patrocinada por los empleadores” de 163 empresas realizada por el Grupo Empresarial Nacional de Salud (NBGH) y Fidelity Investments encontró que el 52% de las empresas ofrecieron capacitación en mindfulness ese año (Lau, 2020).

Una de las formas de evaluar el crecimiento del mindfulness en los últimos años, puede ser evaluando la cantidad de investigaciones que se realizan anualmente sobre este tema en el mundo, las cuales han crecido desde ninguna en 1980 a 1,444 en 2022 (Bil, 2023), como se observa en la figura 2.

Figura 2

Artículos académicos elaborados sobre mindfulness entre 1980-2022



Nota. Las barras representan la cantidad de artículos en cada año por (Bil, 2023) <https://www.linkedin.com/pulse/business-case-mindfulness-training-programs-workplace-bil-mba-cphr-yzsd>

Así, las empresas consultoras enmarcadas en el mindfulness han logrado un importante posicionamiento durante los últimos años a nivel mundial; de hecho, grandes empresas como Apple, Google, Twitter y Nike han optado por estos servicios para reducir el estrés laboral en sus empleados, amparándose en la necesidad de que el empleado se reconozca a sí mismo, preste atención a sus emociones, pensamientos y sensaciones y acepte las condiciones del entorno con una actitud proactiva (El Peruano, 2022).

De hecho, como se ha indicado, este tipo de consultoras facturan USD 4.5 billones en el mundo (Vennare, 2023); asimismo, al menos 3,000 organizaciones con más de 20 millones de empleados han adoptado el mindfulness como estrategia para el desarrollo personal y espiritual de sus empleados, estimándose que al menos un 30% más requieran de ello (Vox, 2023).

Así, uno de los principales hechos registrados en cuanto a la adopción del mindfulness en empresas, lo representa Aetna, una aseguradora de salud estadounidense, que ha capacitado a sus 13,000 empleados en esta área, lo que resultó en una reducción reportada en niveles de estrés del 28% y mejoras en la productividad anual, como un efecto secundario, estimados en USD 3,000 por empleado (BCG, 2018).

En el caso de Nike, por ejemplo, su eslogan “Just Do It” proviene precisamente de la adopción del mindfulness como parte de la “higiene mental” que la empresa aplica con sus empleados, mientras que en el Google su adopción data de más de 10 años, logrando un liderazgo corporativo con altos niveles de inteligencia emocional. Otro caso representativo lo describe General Mills, la empresa fabricante de cereales reconocidos a nivel mundial, cuya adopción de mindfulness generó que un 80% de los

ejecutivos líderes mejoraran sus habilidades para tomar decisiones y el 89% de ellos había informado una mejora en sus habilidades para escuchar (Grabowski, 2018).

A manera de resumen, tal como se observa en la tabla 5, se describen los beneficios que ha generado el mindfulness en distintas empresas (Mindfultext, 2023).

Tabla 5

Registro histórico de beneficios del mindfulness en distintas empresas en el mundo

Empresa	Beneficios
Microsoft	Reducción del estrés en 25% Incremento de la memoria en 18% Incremento de la atención en 11%
Dow Chemical	Reducción del estrés en 30% Incremento del compromiso en 30% Productividad de USD 22,000 por empleado
Aetna	Reducción del estrés en 28% Incremento de la productividad de 4 horas/ empleado Ahorros de USD 3,000 por empleado en gastos médicos
Nike	Incremento de la atención en 90% Reducción del estrés en 80% Mejora en el equilibrio de vida en 63%
Roche	Reducción del estrés en 37% Incremento de la atención en 19% Incremento de la agilidad mental en 11%
Accentur	Incremento de la atención en 30% Reducción del multi-trabajo en 25% Reducción de las distracciones en 17%
Citrix	Incremento de la atención en 32% Reducción del multi-trabajo en 19% Incremento de la eficiencia en 32%
General Mills	Mejora en la innovación en 93% Mejora de la autoconciencia en 89% Mejora de la cognición en 70%

Nota. Se identifican los beneficios obtenidos en cada empresa por Mindfultext (2023) <https://mindfultext.com/types-of-mindfulness-companies/>

En la actualidad muchas de las empresas dedicadas al mindfulness han empezado a innovar en apps; especialmente, luego de haber implantado programas

de este tipo como servicios de consultoría a empresas. De hecho, este segmento del mercado aglutinó USD 412,7 millones en 2023 y se estima que crezca a una tasa de 32.4% hasta llegar a USD 2,938.3 millones para 2030 con una tasa compuesta anual. Este segmento de mercado tiene como líderes a las empresas: Calm.com, Inc; Headspace, Inc; Insight Timer; Breethe; Waking Up, LLC; Ten Percent Happier; Mindfulness with Petit BamBou; Meditopia; Aura; Simple Habit, Inc.; Buddhify; entre otros (LinkedIn, 2024).

En el contexto peruano, los entornos donde se aplica el mindfulness de manera corporativa aún son muy bajos y la variedad de opciones para que las empresas pueden solicitar este tipo de servicios es desigual al compararse con la gran diversidad observable en otros países (El Peruano, 2023).

3.2. Presentación de actores

3.2.1. Clientes

En cuanto a los clientes, se han considerado empresas medianas y grandes de Lima Moderna, que comprende los distritos de Santiago de Surco, Miraflores, San Miguel, San Isidro, La Molina, San Borja, Surquillo, Jesús María, Lince, Magdalena del Mar, Pueblo Libre y Barranco, en donde se estiman existan 1,769 empresas de estos tamaños (INEI, 2020). En cuanto a su ubicación, en la figura 3, se aprecia que se ubica al occidente de la región de Lima (CPI, 2022)..

Figura 3

Ubicación de Lima Moderna



Nota. Se representa a Lima Moderna en el mapa por CPI (2022). https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf

En cuanto a las empresas que capacitan a su personal en el Perú, se tiene que en general el 43.2% del total de unidades productivas instaladas en el país implementan programas de este tipo, como se aprecia en la figura 4, destacándose que, en la provincia de Lima, se implementan en el 44.3% (INEI, 2019).

Figura 4

Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según región - 2019

Región	Total de empresas	Empresas que brindaron capacitación a sus trabajadores (%)	
		Si	No
NACIONAL	182 109	43,2	56,8
AMAZONAS	916	41,4	58,6
ÁNCASH	3 706	52,2	47,8
APURÍMAC	1 274	51,2	48,8
AREQUIPA	9 328	45,9	54,1
AYACUCHO	1 444	32,7	67,3
CAJAMARCA	3 340	39,1	60,9
CALLAO	6 054	49,9	50,1
CUSCO	4 689	47,3	52,7
HUANCAVELICA	230	32,7	67,3
HUÁNUCO	1 777	36,5	63,5
ICA	3 745	37,0	63,0
JUNÍN	3 501	32,7	67,3
LA LIBERTAD	8 749	41,8	58,2
LAMBAYEQUE	4 507	36,2	63,8
PROVINCIA DE LIMA	102 476	44,3	55,7
LIMA PROVINCIAS	2 578	46,0	54,0
LORETO	3 521	34,6	65,4
MADRE DE DIOS	1 080	29,3	70,7
MOQUEGUA	836	50,1	49,9
PASCO	750	45,7	54,3
PIURA	5 813	49,3	50,7
PUNO	3 125	32,2	67,8
SAN MARTÍN	3 476	32,7	67,3
TACNA	1 956	37,1	62,9
TUMBES	805	37,0	63,0
UCAYALI	2 434	41,3	58,7

Nota. Se representa a la inversión en capacitación según el renglón indicado por INEI (2019). <https://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/ene2019/Informe%20%20T%C3%A9cnico%20de%20la%20Encuesta%20Nacional%20de%20Empresas%202019.pdf>

Además, como se aprecia en la figura 5, el 67.0% de las empresas grandes y el 56.4% de las medianas invierten en la capacitación de su personal, superando a las empresas pequeñas (48.5%) y microempresas (33.6%) (INEI, 2019).

Figura 5

Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según tamaño - 2019

Tamaño de empresa	Total de empresas que tienen trabajadores	Trabajadores recibieron alguna capacitación de la empresa (%)	
		Si	No
NACIONAL	182 109	43,2	56,8
GRANDE	9 000	67,0	33,0
MEDIANA	3 024	56,4	43,6
PEQUEÑA	93 021	48,5	51,5
MICRO	77 064	33,6	66,4

Nota. Se representa a la inversión en capacitación según el renglón indicado por INEI (2019). <https://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/ene2019/Informe%20%20T%C3%A9cnico%20de%20la%20Encuesta%20Nacional%20de%20Empresas%202019.pdf>

En cuanto al tipo de capacitación, se aprecia en la figura 6 que se centra en 43.3% en gestión empresarial, 37.0% en temas técnicos, 30.4% en herramientas digitales y 8.7% en acceso al financiamiento y uso (INEI, 2019).

Figura 6

Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según tipo de capacitación - 2019

Región	Total de empresas que brindaron capacitación a sus trabajadores	Capacitación que brindaron las empresas a sus trabajadores (%)					Otro 1)
		Gestión empresarial	Acceso al financiamiento y su uso	Herramientas digitales	Temas técnicos productivos (uso de máquinas, soldadoras, otros)		
NACIONAL	78 692	43,3	8,7	30,4	37,0	29,2	
AMAZONAS	379	51,7	4,4	22,2	26,0	30,7	
ÁNCASH	1 933	43,2	10,5	17,2	36,9	28,7	
APURÍMAC	652	55,5	10,4	32,4	31,2	35,5	
AREQUIPA	4 279	31,6	10,1	32,4	43,9	35,0	
AYACUCHO	471	51,0	9,5	26,1	36,5	15,1	
CAJAMARCA	1 305	45,5	4,5	13,5	25,5	33,8	
CALLAO	3 019	42,7	4,2	20,6	43,4	18,0	
CUSCO	2 216	29,1	8,2	28,7	41,1	37,2	
HUANCAVELICA	75	20,2	0,0	15,1	44,3	35,4	
HUÁNUCO	648	31,8	13,7	34,4	49,1	14,4	
ICA	1 385	35,2	5,7	21,4	42,4	36,6	
JUNÍN	1 146	45,8	7,4	29,3	36,4	30,6	
LA LIBERTAD	3 659	44,9	9,2	28,1	29,8	30,0	
LAMBAYEQUE	1 631	42,8	13,6	27,6	48,6	15,2	
PROVINCIA DE LIMA	45 379	45,1	8,9	32,7	36,3	28,9	
LIMA PROVINCIAS	1 186	45,0	15,4	34,1	40,2	41,6	
LORETO	1 218	50,0	12,7	16,3	34,9	21,4	
MADRE DE DIOS	317	26,5	6,4	48,5	18,8	29,0	
MOQUEGUA	419	44,7	3,9	18,1	36,5	38,9	
PASCO	343	50,7	3,6	15,2	42,8	14,3	
PIURA	2 863	44,5	8,5	35,6	40,9	37,8	
PUNO	1 006	43,5	5,4	41,1	34,7	22,5	
SAN MARTÍN	1 135	40,6	5,7	30,1	21,3	36,4	
TACNA	725	42,0	5,5	25,8	31,0	16,3	
TUMBES	298	35,1	4,7	17,3	42,6	36,9	
UCAYALI	1 005	37,6	8,4	25,4	35,8	29,6	

Nota. Se representa a la inversión en capacitación según el renglón indicado por INEI (2019). <https://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/ene2019/Informe%20%20T%C3%A9cnico%20de%20la%20Encuesta%20Nacional%20de%20Empresas%202019.pdf>

Adicionalmente, como se aprecia en la figura 7, las empresas de los sectores universidades no estatales (89.8%), hidrocarburos (86.4%), eléctrico (82.2%) y actividades financieras (75.4%), son los que mayormente invierten en capacitación en el país (INEI, 2019).

Figura 7

Empresas que invierten en capacitación a sus empleados, según sector económico - 2019

Sector económico	Total de empresas que tienen trabajadores	Trabajadores recibieron alguna capacitación de la empresa (%)	
		Si	No
NACIONAL	182 109	43,2	56,8
AGENCIAS DE VIAJES	706	73,7	26,3
AGROINDUSTRIAS	920	52,9	47,1
CENTROS EDUCATIVOS NO ESTATALES	2 738	67,9	32,1
COMERCIO	72 903	38,1	61,9
CONSTRUCCIÓN	12 418	41,9	58,1
ACTIVIDADES FINANCIERAS	796	76,4	23,6
HOSPEDAJE	1 965	57,4	42,6
HIDROCARBUROS	59	86,4	13,6
PESCA	1 125	36,7	63,3
MANUFACTURA	19 956	44,5	55,5
SERVICIOS ELÉCTRICOS	73	82,2	17,8
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	21 830	45,2	54,8
UNIVERSIDADES NO ESTATALES	49	89,8	10,2
RESTAURANTES	7 162	41,7	58,3
SERVICIOS	37 285	48,5	51,5
MINERÍA	2 123	33,7	66,3

Nota. Se representa a la inversión en capacitación según el renglón indicado por INEI (2019). <https://ogeiee.produce.gob.pe/images/oe/ene2019/Informe%20%20T%C3%A9cnico%20de%20la%20Encuesta%20Nacional%20de%20Empresas%202019.pdf>

3.2.2. Competidores

En el caso de las empresas del sector mindfulness en Lima, no existe una gran variedad destacándose Arcade en el distrito de Miraflores que ofrece, además de programas individuales, servicios a empresas en gestión emocional, convivencia, solución de problemas, entre otros. También se incluye a Hiperiont que tienen un

programa de mindfulness aplicado al entorno empresarial y Maca Coach con sedes en Magdalena del Mar, Santiago de Surco, San Borja y Miraflores; así como, de manera virtual o en las oficinas de las empresas clientes.

3.2.3. Ente regulador

En cuanto a la regulación, se destaca que la empresa estará sometida a la regulación tributaria de la SUNAT, además cumplirá con Ley N° 26887 – Ley General de Sociedades y con las normas laborales del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

3.3. Diagnóstico sectorial

Para contar con un panorama global del comportamiento sectorial, se hace uso de la metodología de cinco fuerzas de Porter, resaltando aspectos como:

1. Rivalidad entre competidores existentes: Se visualiza que, la competencia dentro del sector de consultoría en mindfulness para empresas en Perú es moderada, con un número limitado de compañías que ofrecen estos servicios especializados. Aunque algunas propuestas destacan, la falta de personalización en los servicios actuales presenta una oportunidad clara para la diferenciación en el mercado.

2. Poder de negociación de los proveedores: en este caso, los proveedores poseen un poder de negociación considerable dado que, el éxito del proyecto depende en gran medida de contar con profesionales altamente calificados que brinden conocimientos y técnicas especializadas.

3. Poder de negociación de los clientes: Se tiene que, los clientes poseen un poder de negociación moderado, ya que buscan asegurarse de que los servicios de consultoría contratados cumplan con sus expectativas internas, lo que les permite negociar ciertas condiciones al cerrar acuerdos.

4. Amenaza de nuevos entrantes: Esta amenaza es media, siendo impulsada por el creciente interés en el mindfulness como herramienta para el desarrollo de competencias en el ámbito empresarial.

5. Amenaza de productos o servicios sustitutos: La amenaza de sustitutos es también media, destacando el rápido crecimiento de aplicaciones alternativas de mindfulness, que podrían convertirse en una opción relevante en el futuro cercano.

Para englobar el diagnóstico sectorial, a continuación se enumeran las oportunidades y amenazas que caracterizan al sector de consultorías en mindfulness en el país. Como se aprecia, existen importantes factores externos positivos u oportunidades; destacándose que las cifras de estrés laboral en el país, la tendencia a capacitar en las empresas y los bajos niveles de competitividad son los más importantes.

No obstante, también se debe considerar que el sector mindfulness en el Perú no está desarrollado a nivel de otros países y que no existen implementaciones en empresas reconocidas que permitan exhibir su impacto. Este factor implica dentro de la propuesta de proyecto de inversión, la necesidad de realizar una campaña de promoción de los beneficios del mindfulness dentro del plan de marketing que se proponga, a los fines de lograr un mejor reconocimiento de los atributos del mindfulness, en especial de los programas de desarrollo humano y vida espiritual.

3.3.1. Oportunidades

- Niveles de estrés laboral altos en el Perú (Chávez, 2023).
- Estimaciones positivas de crecimiento económico para 2024 y 2025 (El Comercio, 2024).
- Reducción de la inflación (AmCham Perú, 2024).
- Bajos niveles de competitividad (El Peruano, 2023).

- Importantes niveles de inversión en capacitación por parte de las empresas (INEI, 2019).
- Incremento de la tendencia del mindfulness a nivel mundial (Vox, 2023).
- Experiencias exitosas de mindfulness en empresas reconocidas (Mindfultext, 2023).
- Crecimiento de la actividad de empresas consultoras (INEI, 2024).

3.3.2. Amenazas

- Poca difusión del mindfulness en el país (El Peruano, 2023).
- Auge de apps enfocadas en el mindfulness (LinkedIn, 2024).

Capítulo IV Resultados

4.1 Estudio de Mercado

4.1.1. Análisis del consumidor

El análisis del consumidor se centra en los siguientes objetivos:

- Conocer el perfil de los potenciales usuarios de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual.
- Determinar y calificar los atributos del servicio más importantes según los potenciales usuarios.
- Cuantificar el nivel de disposición a demandar el servicio.
- Establecer la disponibilidad a pagar de los potenciales usuarios.
- Identificar los canales de prestación de servicios preferidos por los potenciales usuarios.

Para tal fin se parte de la información descrita en el apartado 1.4.4 Ámbito y Tiempo Social de la Investigación, que se resume en la tabla 6.

Tabla 6

Mercado potencial

Descripción	Cantidad de sujetos
Total de empresas en Lima Moderna (INEI, 2020).	294,890
Total de medianas y grandes empresas en Lima Moderna (0.6%) (INEI, 2020)	1,769
Total de medianas y grandes empresas que invierten en capacitación en Lima Moderna (64.3%) (INEI, 2019)	1,138

Nota. Se identifica el total de mercado disponible

Así, de conformidad con los resultados de aplicar la fórmula para el cálculo del tamaño muestral se obtuvo en ese apartado que era necesario encuestar a 288 responsables de RRHH de medianas y grandes empresas de Lima Moderna. En este

sentido, se aplicó una encuesta a través de medios electrónicos, usando Google Form, la cual estuvo en línea desde el 20 de junio al 01 de julio de 2024, fecha en la cual se logró obtener el total de cuestionarios completados. Los resultados de esto se describen a continuación:

- Segmentación

En cuanto a la segmentación, se han seleccionado empresas medianas y grandes de Lima Moderna orientadas a cualquier actividad económica que invierten en capacitación del personal.

- Perfil de los potenciales usuarios

Como se observa en la tabla 7 y figura 8, el 59% de las empresas son medianas y el 41% son grandes.

Tabla 7

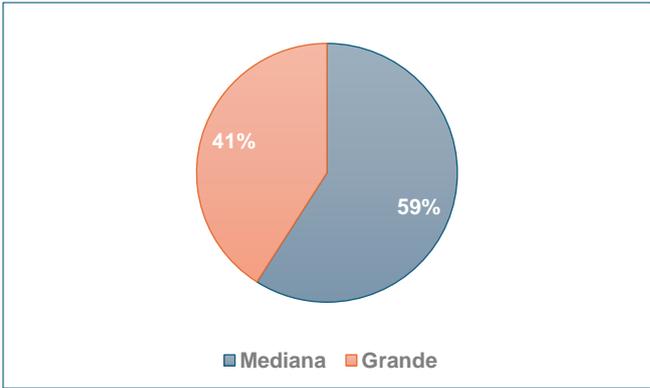
Distribución por tipo de empresa

Respuesta	n	%
Mediana	170	59%
Grande	118	41%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 8

Distribución por tipo de empresa



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

En cuanto a la cantidad de empleados, el promedio fue 63 empleados, siendo el mínimo de 37 empleados y el máximo de 275.

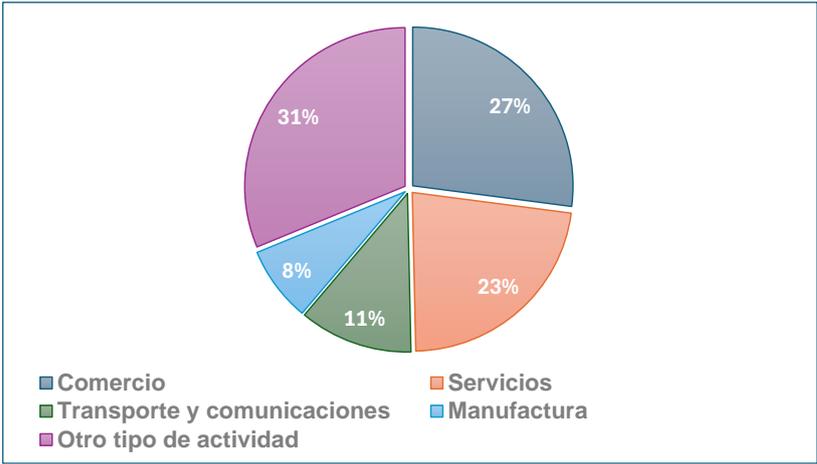
Como se observa en la tabla 8 y figura 9, el 27% de las empresas se dedican al comercio y el 23% al sector servicios. Además, el 31% se corresponde con otros sectores.

Tabla 8
Distribución por tipo de actividad económica

Respuesta	n	%
Comercio	78	27%
Servicios	65	23%
Transporte y comunicaciones	33	11%
Manufactura	22	8%
Otro tipo de actividad	90	31%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 9
Distribución por tipo de actividad económica



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 9 y figura 10, el 41% invierte menos del 1% de sus ingresos en capacitación, el 35% entre 1 y 25%, el 15% entre 2.6 y 5% y el 9% más del 5%.

Tabla 9

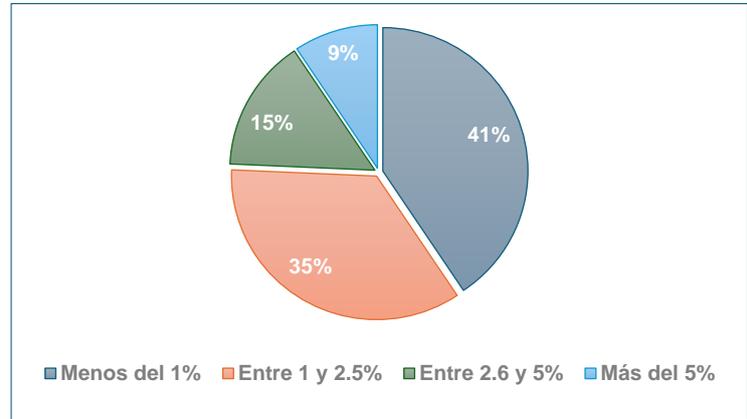
Inversión en capacitación

Respuesta	n	%
Menos del 1%	117	41%
Entre 1 y 2.5%	101	35%
Entre 2.6 y 5%	43	15%
Más del 5%	27	9%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 10

Inversión en capacitación



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 11 y figura 11, el 31% invierte en gestión empresarial y el 25% en acceso al financiamiento y su uso.

Tabla 10

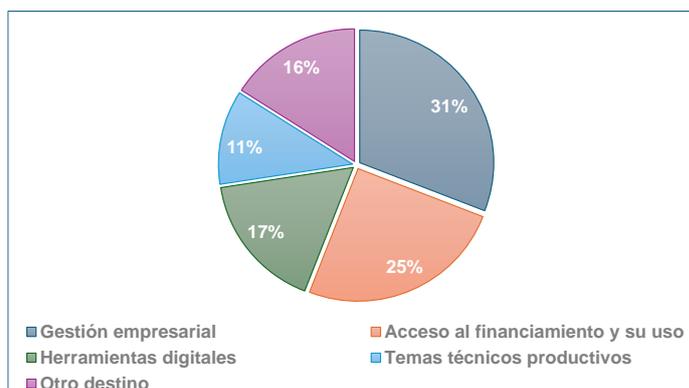
Tipo de capacitación en que invierte

Respuesta	n	%
Gestión empresarial	89	31%
Acceso al financiamiento y su uso	72	25%
Herramientas digitales	48	17%
Temas técnicos productivos	33	11%
Otro destino	46	16%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 11

Tipo de capacitación en que invierte



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 11 y figura 12, el 31% capacita a su personal de dos a tres veces al año y 28% lo realiza una vez al año.

Tabla 11

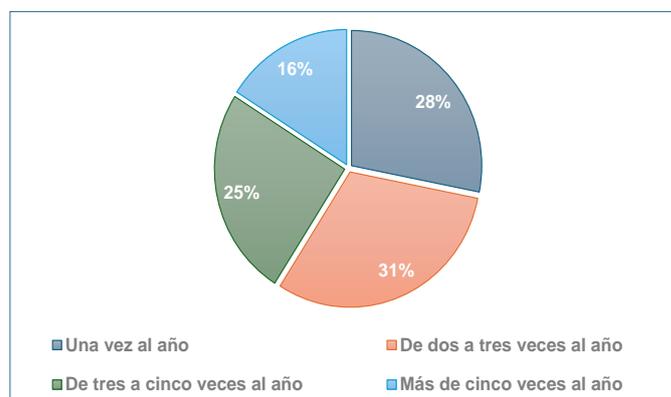
Periodicidad de capacitación

Respuesta	n	%
Una vez al año	81	28%
De dos a tres veces al año	89	31%
De tres a cinco veces al año	72	25%
Más de cinco veces al año	46	16%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 12

Periodicidad de capacitación



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 12 y figura 13, los tres atributos más importantes al considerar la contratación de una consultora orientada a la capacitación de los empleados son: nivel de capacidad técnica y experiencias de los profesionales (4.7), personalización de la consultoría (4.6) y nivel de actualización de recursos de capacitación utilizados (4.4).

Tabla 12

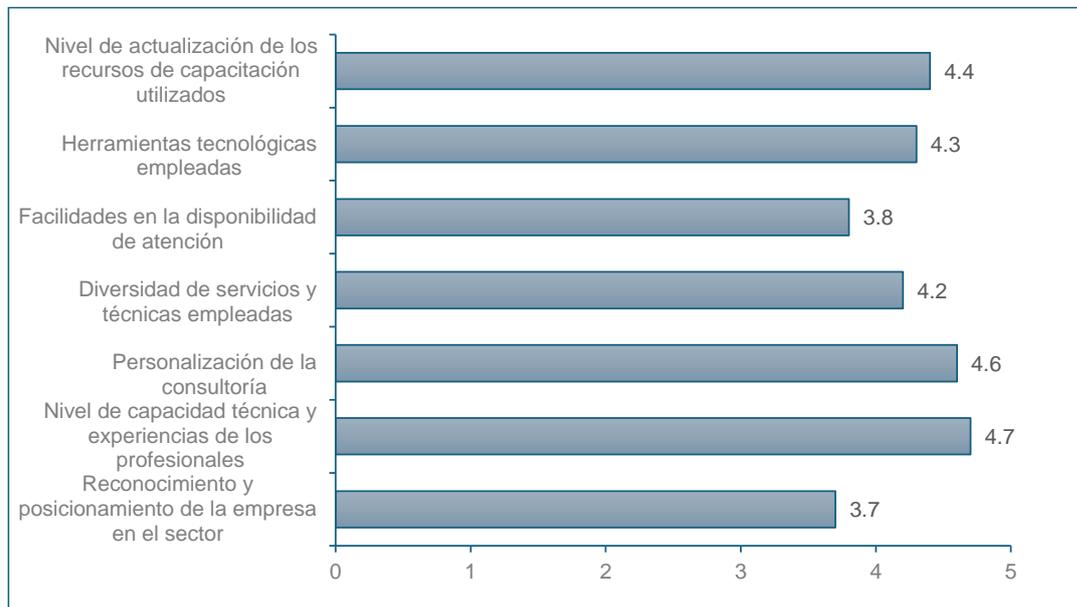
Valoración de atributos

Respuesta	Media
Reconocimiento y posicionamiento de la empresa en el sector	3.7
Nivel de capacidad técnica y experiencias de los profesionales	4.7
Personalización de la consultoría	4.6
Diversidad de servicios y técnicas empleadas	4.2
Facilidades en la disponibilidad de atención	3.8
Herramientas tecnológicas empleadas	4.3
Nivel de actualización de los recursos de capacitación utilizados	4.4

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 13

Valoración de atributos



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 13 y figura 14, para el 35% de los consultados es importante capacitar en mindfulness a los empleados de la empresa.

Tabla 13

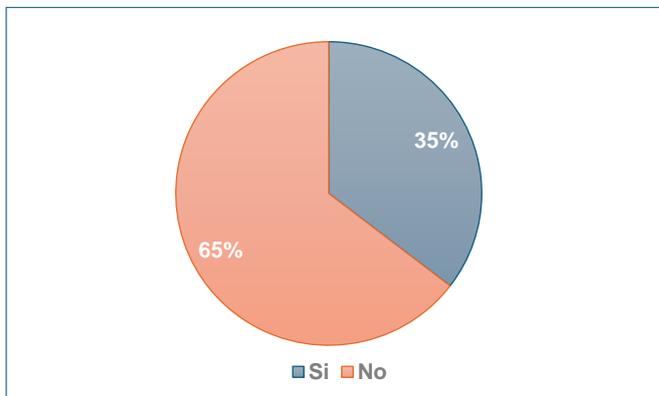
Importancia del mindfulness

Respuesta	n	%
Sí	102	35%
No	186	65%
Total	288	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 14

Importancia del mindfulness



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 14 y figura 15, el 83% de los consultados, que consideran importantes el mindfulness, estarían dispuestos a contratar los servicios de la consultora.

Tabla 14

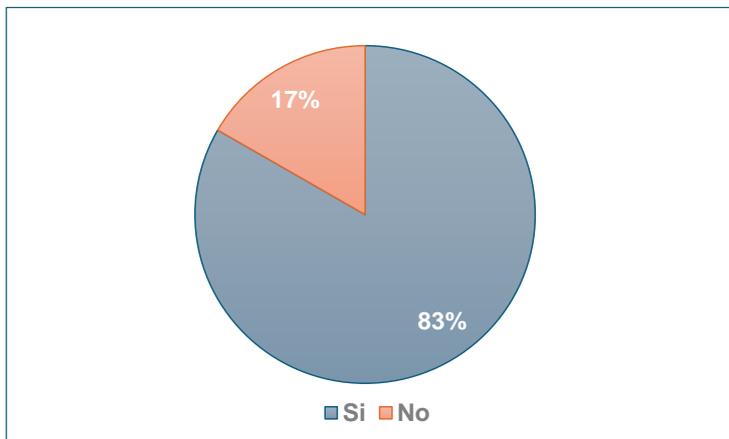
Posibilidad de acceder a servicios de la consultora

Respuesta	n	%
Sí	85	83%
No	17	17%
Total	102	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 15

Posibilidad de acceder a servicios de la consultora



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 15 y figura 16, el 36% de los encuestados contrataría el servicio para incrementar la motivación y productividad de la empresa y el 32% para reducir el estrés.

Tabla 15

Necesidad del servicio

Respuesta	n	%
Reducir el estrés laboral	27	32%
Mejorar el clima laboral	12	14%
Incentivar la innovación y creatividad	15	18%
Incrementar la motivación y productividad	31	36%
Total	85	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 16

Necesidad del servicio



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 16 y figura 17, el 44% estaría dispuesto a pagar entre S/. 500 y S/. 750 por empleado para la capacitación a través de la consultora.

Tabla 16

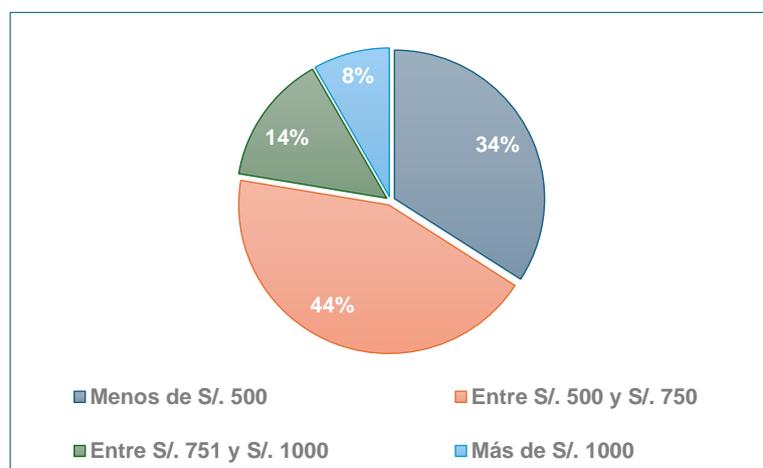
Disponibilidad a pagar por hora de consultoría

Respuesta	n	%
Menos de S/. 500	29	34%
Entre S/. 500 y S/. 750	37	44%
Entre S/. 751 y S/. 1000	12	14%
Más de S/. 1000	7	8%
Total	85	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 17

Disponibilidad a pagar por hora de consultoría



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Como se observa en la tabla 17 y figura 18, el 41% prefiere la capacitación en la sede de la empresa consultora, el 22% de manera virtual, el 20% in company y el 17% en espacios alternativos (centros de recreación, parques, etc.).

Tabla 17

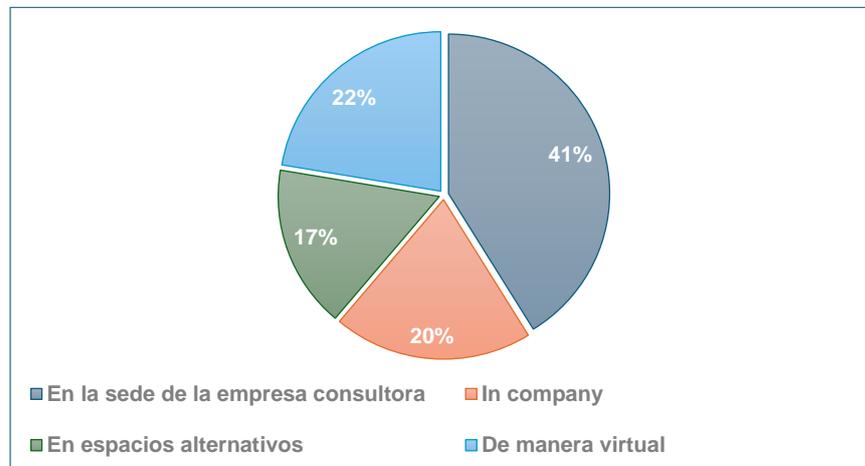
Lugar de capacitación

Respuesta	n	%
En la sede de la empresa consultora	35	41%
In company	17	20%
En espacios alternativos	14	16%
De manera virtual	19	22%
Total	85	100%

Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

Figura 18

Lugar de capacitación



Nota. Se corresponde con los resultados de la encuesta

4.1.2. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se procede con el análisis de las cinco fuerzas de Porter; lo cual contempla lo siguiente:

- Rivalidad entre competidores existentes

En el Perú, es poca la oferta de consultoría asociada al mindfulness para empresas, destacándose la propuesta de D'arte Human & Business School Coaching y PNL, donde se refleja una alta fundamentación hacia la regulación emocional y análisis de los estados afectivos en un curso de 450 horas. También se tiene la propuesta del centro Despertar de Psicología, Mindfulness y Dharma, la cual es online y se centra en la reducción del estrés, la atención plena y la resiliencia y el Curso de Mindfulness para el Manejo del Estrés que es presencial en 64 horas de formato presencial en su sede en Miraflores y se centra en la reducción de los niveles de estrés (Molina, 2023).

De igual modo, como se ha destacado previamente, se dispone de las propuestas de:

- Arcade en el distrito de Miraflores que ofrece, además de programas individuales, servicios a empresas en gestión emocional, convivencia, solución de problemas, entre otros. Tiene un programa de mindfulness que es virtual y tiene un costo de S/. 300 y de autocuidado por S/. 700 (Arcade, 2024).
- Hiperiont que tienen un programa de mindfulness aplicado al entorno empresarial con distintos talleres y siendo la única en el mercado que presentan programas personalizados en función de las necesidades de cada empresa (Hiperiont, 2024).
- Maca Coach con sedes en Magdalena del Mar, Santiago de Surco, San Borja y Miraflores; así como, de manera virtual o en las oficinas de las empresas clientes. Este programa es 20% teórico y 80% práctico y se enfoca en el liderazgo, la gestión de emociones y las relaciones interpersonales (Maca Coach, 2024).

Al respecto, se observa que son pocos los oferentes del sector y que la personalización de servicios que es una de las exigencias de los consumidores poco se contempla dentro de las propuestas, presentándose programas ya estandarizados, con lo cual se aprecia que la rivalidad entre competidores existentes alcanza un nivel bajo.

- Poder de negociación de los proveedores

Como toda consultora, el aspecto más importante en la prestación del servicio se asocia con el nivel de conocimiento de los profesionales; de esta manera, el rol del personal contratado es de importancia absoluta en el éxito de este proyecto de

inversión, por lo cual tienen un alto poder de negociación al proveer las técnicas, herramientas y métodos de alta especificación (Cortéz et al., 2020). Así, se aprecia que hay un alto poder de negociación de los proveedores.

- Poder de negociación de los clientes

Al momento de la contratación, las empresas que demandan los servicios de consultoría también consideran importante establecer algunas pautas para garantizar que la actividad de consultoría genere resultados internos satisfactorios (El Peruano, 2023). Ante ello, se considera que los clientes tienen un poder de negociación medio.

- Amenaza de nuevos entrantes

El sector mindfulness ha venido crecido en los últimos años y ya son cada vez más las empresas importantes que lo aplican como estrategia para fortalecer las habilidades de sus empleados (Mindfultext, 2023); así, se considera que existe una notable intención de muchos emprendedores de participar en este sector, por lo que la amenaza de nuevos entrantes puede catalogarse en un nivel medio.

- Amenaza de productos o servicios entrantes

En referencia a la amenaza de productos o servicios entrantes, se observa que este tipo de capacitaciones no tiene sustitutos cercanos, lo que si existe es una tendencia al uso de programas de mindfulness a través de app, el cual se estima que crezca a una tasa de 32.4% hasta 2030, siendo un potencial sustituto importante (LinkedIn, 2024). Basado en ello, esta fuerza del mercado tiene una valoración media.

En la tabla 18 se resume el análisis de las cinco fuerzas de Porter correspondiente al sector donde se formula el proyecto de inversión, encontrándose que el grado de atractividad del sector es neutral (calificación media de 2.8).

Tabla 18

Grado de atraktividad del sector

Factores de evaluación	Muy poco atractiva	Poco atractiva	Neutral	Atractiva	Muy atractiva	Ponderación
	1	2	3	4	5	
Rivalidad entre competidores existentes				X		4
Poder de negociación de los proveedores	X					1
Poder de negociación de los clientes			X			3
Amenaza de nuevos entrantes			X			3
Amenaza de productos o servicios sustitutos			X			3
Ponderación total						2.8

Nota. Nota la valoración se desprende del análisis de las fuerzas de Porter

4.1.3. Estimación de la demanda

En la tabla 19 se presenta el mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo del proyecto de inversión. Para el mercado potencial, como se describió en el estudio de mercado, se consideran 1,138 medianas y grandes empresas que invierten en capacitación (INEI, 2019); luego, considerando la pregunta en el cuestionario respecto a la importancia del mindfulness dentro del talento humano, se obtuvo que el 35% del total respondió afirmativamente, generando un mercado disponible de 398 empresas. Seguidamente, considerando la pregunta referida a si la empresa está dispuesta a contratar los servicios de la referida consultora (83% del total) se estableció un total de 331 empresas. Finalmente, considerando la capacidad del modelo de negocio prevista para el primer año solo es posible atender el 5% del mercado efectivo o 17 empresas (mercado objetivo) de tamaño promedio de 60 personas.

Tabla 19

Mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo

Descripción	Cantidad de sujetos
Mercado potencial	1,138
Mercado disponible: empresas que consideran la capacitación en mindfulness importante (35% del total)	398
Mercado efectivo: empresas que están dispuestas a contratar la consultoría (83% del total)	331
Mercado objetivo: capacidad de atención del modelo de negocio (5% del mercado efectivo)	17

Nota. Se presenta la cantidad de empresas para cada mercado

En la tabla 20 se presenta la demanda actual y proyectada, considerando que el interés por el mindfulness crece a una tasa del 14% (Vennare, 2023), entonces se estima una demanda de 33 empresas para el año 2029

Tabla 20

Demanda actual y proyectada

Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Demanda	17	19	22	25	29	33

Nota. Se considera la proyección de 14%

4.1.4. Definición del producto – Plan de marketing

- Producto

En la tabla 21 se presenta la descripción del servicio de consultoría ofrecido, destacándose que conforme al tipo de consultoría médico responsable que deriva sus recomendaciones de una profunda comprensión de la dinámica interna de la organización del cliente (Creplet et al., 2001); en primer lugar, se realiza una valoración diagnóstica de la empresa, utilizándose distintos instrumentos como el Test

de Clima Laboral CL-RG, la Escala de Estrés Laboral de la OIT-OMS y la Escala de Compromiso Organizacional.

Luego, con los resultados obtenidos, se procede al diseño de una propuesta de intervención, la cual es sometida a valoración de la empresa contratante y se procede a su implementación. De esta manera, una vez aplicada las estrategias desarrolladas, se procede a su valoración con una evaluación final.

Tabla 21

Servicios ofrecidos

Descripción del servicio	Detalles	Tiempo de atención por grupos de 60 personas (h)
Evaluación diagnóstica de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Selección del tamaño de la muestra a encuestar • Evaluación del clima laboral • Evaluación del estrés laboral • Evaluación de compromiso organizacional • Elaboración de informe inicial • Presentación de informe inicial 	30
Diseño de propuesta de intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Definición del objetivo de la intervención • Definición de indicadores claves • Composición de la metodología a aplicar. • Delimitación de metodología de seguimiento • Discusión de la propuesta con la empresa contratante 	30
Aplicación de la propuesta de intervención	<ul style="list-style-type: none"> • Comprende talleres y terapias enfocados en autoeficacia; empatía; conciencia de sí mismo; centralización en las cualidades humanas y dinámica universal 	40
Evaluación de resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de indicadores claves • Elaboración de informe • Presentación de resultados a la empresa contratante • Informe de recomendaciones 	20
Total		120

Nota. Se describen las características del producto

Los talleres y terapias del programa que se aplicarán se orientan a:

- Enfoque en la respiración.

- Exploración corporal.
- Meditación.
- Desarrollo de niveles de conciencia y atención.
- Desarrollo de la concentración.
- Reducción de niveles de estrés y ansiedad.
- Identificación, clasificación y regulación de emociones.
- Orientación al bienestar individual y colectivo.
- Desarrollo de relaciones armónicas.
- Liberación de la creatividad.
- Reforzamiento de competencias, actitudes y habilidades personales.
- Liderazgo centrado en la gestión de emociones.

Por otro lado, los programas de intervención se compondrán de la siguiente manera: Fundamentación teórica: 15%, Práctica: 75% y Autoevaluación: 10%.

- Precio

En cuanto al precio, se fija costo por hora de S/. 750, el cual se encuentra dentro de la disponibilidad a pagar por las empresas y es menor al precio promedio de mercado que es de S/. 1,000 (Diario del Cusco, 2023). Sin embargo, de manera promocional, para el primer año se cobrará S/. 600 y en la tabla 22 se presenta el costo de la consultoría para una empresa promedio de 60 empleados.

Tabla 22

Precio de la consultoría

Descripción del servicio	Tiempo de atención por grupos de 60 personas (h)	Tarifa por h (S/.)	Precio total (S/.)
Total	120	600.00	72,000.00

Nota. Se identifica el precio por grupos de 60 personas

- Plaza (distribución)

En cuanto a la distribución; en primer lugar, debe indicarse que para la prestación del servicio de consultoría se firmará un contrato de servicio entre las partes. En dicho contrato, se obliga a la empresa contratante a los siguientes pagos:

- Se paga el 10% del precio de la consultoría a la firma del contrato.
- Se paga el 20% luego de la presentación del informe inicial.
- Se paga el 30% luego de la presentación de la propuesta de intervención.
- Se paga el 30% posterior a la implementación de la propuesta de intervención.
- Se paga el 10% previo de presentar el informe final.

La evaluación diagnóstica se realizará en la sede de la empresa contratante, pero la aplicación de la intervención tiene las cuatro modalidades siguientes; se destaca que la contratación, el alquiler y la logística en un espacio alternativo queda a responsabilidad de la empresa contratante.

- Sede de la empresa consultora.
- In company.
- Virtual.
- Espacios alternos.

- Promoción

El presupuesto del marketing será 0.5% de los ingresos. La promoción del servicio será realizada bajo dos modalidades: un 65% mediante canales online y un 35% usando canales offline.

- Canales online

En la tabla 23 se realiza una descripción del contenido de la promoción a través de canales online y del peso que tiene en el presupuesto de marketing

Tabla 23

Estrategias de promoción de canales online

Medio	Participación del presupuesto	Contenido
Facebook	15%	Promociones de servicios, testimonios infografías y videos educativos
Instagram	15%	Promociones de servicios, testimonios infografías y videos educativos
WhatsApp Business	15%	Promociones de servicios, difusión de mensajería instantánea, testimonios infografías y videos educativos
Emailing	10%	Promociones de servicios
Motores de búsqueda	5%	Perfil de empresa entre los más destacados en buscadores como Google
Blog en páginas Web	5%	Artículos de blog, testimonios y videos educativos a través de la página Web
Total	65%	

Nota. Se presentan las opciones de canales online y su peso en el presupuesto del marketing

- Canales offline

La tabla 24 expresa el uso de los medios offline y su peso en el presupuesto del marketing. Se destaca una alianza con el Ministerio de Salud (MINSA) y Ministerio del Trabajo y Promoción de Empleo (MPTE), para promover acciones para la reducción del estrés laboral.

Tabla 24

Estrategias de promoción de canales offline

Medio	Participación del presupuesto	Contenido
Alianza con organismos públicos (MINSA y MPTE)	15%	Charlas educativas, talleres y desarrollo de actividades para la promoción de la reducción del estrés laboral
Entrevistas en radio y TV	10%	Promoción de servicios Llegar de manera masiva al grupo de interés.
Promoción directa en empresas	10%	Folletos
Total	35%	

Nota. Se presentan las opciones de canales offline y su peso en el presupuesto del marketing

4.2 Estudio Legal

La constitución de la empresa se realizará de manera remota o de presencialmente ante la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), cumpliéndose lo siguiente:

- Se consulta un nombre disponible, se realiza la selección del tipo de empresa y se paga en SUNARP.
- Se elige el régimen tributario.
- Se redacta el acta constitutiva.
- Se presenta ante un notario el registro de la empresa.
- Se realiza la inscripción de la empresa ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), para obtener el RUC.
- Se hace la solicitud de la licencia de funcionamiento.

En cuanto a la selección del régimen tributario se busca el cumplimiento de las obligaciones tributarias mediante la emisión de comprobantes de pago, boletas, facturas, guías de remisión, etc. y así lograr que no se generen contingencias

tributarias que culminen en sanciones. Esto abarca el cumplimiento del impuesto general a las ventas (IGV), impuesto a la renta (IRL), impuesto temporal de los activos netos, ESSALUD (9%), aporte a Oficina de Normalización Previsional - ONP (13%) y llevar contabilidad completa, visto que se optará por el régimen MYPE tributario.

Las operaciones de la empresa consultora se ejecutarán bajo el régimen laboral de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE), ya que se estiman ventas inferiores a 1,700 UIT, por lo que deben cumplirse con los colaboradores en cuanto a Remuneración Mínima Vital (RMV), jornada laboral de ocho horas, descanso sábados, domingos y feriados, vacaciones de quince días, ESSALUD, SCTR, 02 gratificaciones, entre otros.

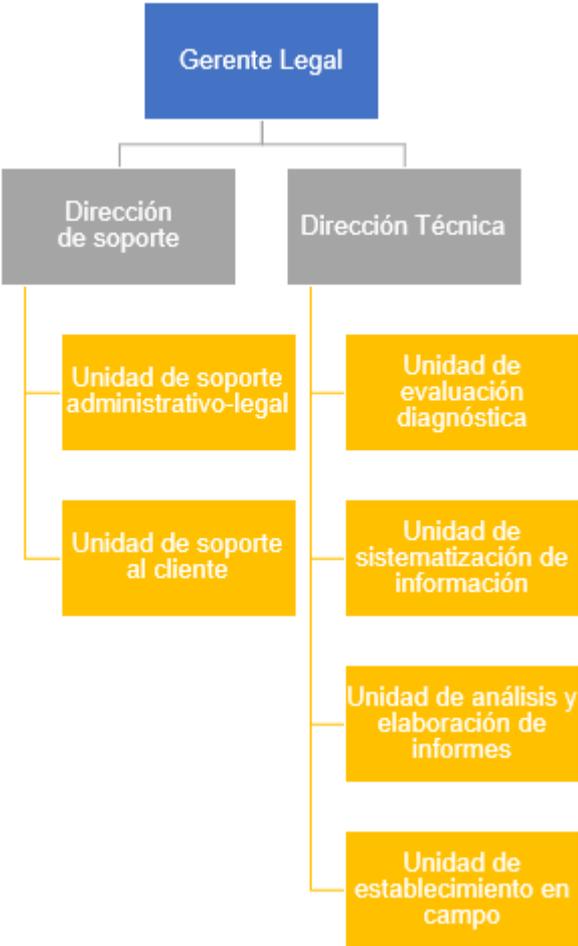
De conformidad a la Ley N° 26887 – Ley General de Sociedades, la empresa se constituirá por accionistas, donde el Gerente General ejercerá la máxima autoridad en la toma de decisiones.

4.3 Estudio Organizacional

Conforme lo describe Mintzberg (1989), la estructura organizativa de la empresa consultora es del tipo funcional, dividida en direcciones autónomas, con una estructura particular y un nivel de acoplamiento alienado por un directorio único (gerencia), visualizada en la figura 19.

Figura 19

Estructura organizativa



Nota. Cada cuadro representa una dirección o unidad.

Con respecto a la estructura organizativa descrita en la figura 19, se destaca que el cargo de gerente general y director de soporte serán asumidos por los propios inversionistas, contratándose el personal descrito en la tabla 25. Además, se procederá a la subcontratación de las actividades de marketing, recursos humanos, seguridad y mantenimiento.

Tabla 25

Personal requerido

Cargo	Cantidad	Perfil	Funciones principales
Director Técnico	1	Psicólogo especialista en el área organizacional con más de 10 años de experiencia	Gestionar relación con las empresas Diseñar los programas de intervención propuestos Evaluar el cumplimiento de las actividades Profundizar en I+D
Admisionista	1	Título técnico de marketing o carreras afines con más de 3 años de experiencia	Realizar la gestión de la central telefónica Recibir, realizar el registro de los participantes y gestionar el proceso de pago Ofrecer información de los servicios y promociones Actualizar la información en sistemas Recibir, gestionar y distribuir la documentación
Analista administrativo	1	Bachiller en administración, contabilidad o finanzas con más de 3 años de experiencia	Realizar gestión de cobranza Realizar pago a proveedores y personal Elaborar estados financieros
Analista legal	1	Bachiller en derecho con más de 3 años de experiencia	Elaborar contratos Establecer soluciones a conflictos Establecer convenios institucionales
Psicólogo	6	Licenciado en psicología con más de 5 años de experiencias en técnicas mindfulness, psicología positiva, terapia cognitivo-conductual, terapia transpersonal y terapia sistemática	Coordinar las evaluaciones Apoyar en el diseño de la programación de intervenciones Aplicar los programas de intervención Preparar los informes de evaluación
Estadístico	1	Bachiller en estadísticas con más de 3 años de experiencia	Aplicar test y realizar mediciones Sistematizar información Presentar reportes
Total	11		

Nota. Se describe la cantidad de personal necesario, sus perfiles y funciones.

Las políticas de remuneración del personal quedan establecidas conforme la ley respecto al régimen laboral de pequeñas empresas (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021) y se detallan en la tabla 26.

Tabla 26

Políticas de remuneración

Obligación	Descripción
Remuneración mínima vital (RMV)	Sí
Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)	15 remuneraciones diarias por año completo de servicios, con un máximo de 90 remuneraciones diarias
Gratificaciones	2 gratificaciones anuales (Fiestas Patrias y la Navidad) por media remuneración cada una
Vacaciones	15 días por cada año completo de servicios
Utilidades	Sí
Jornada laboral	Máximo 8 horas diarias o 48 horas semanales
Descanso en días feriados	Sí
Horario nocturno (De 10:00 p. m. a 6:00 a. m.)	Salario no menor de una RMV más una sobretasa equivalente al 35% de esta
Tiempo de refrigerio	No menor a 45 minutos diarios
Descanso semanal obligatorio	No menor a 24 horas consecutivas cada semana, otorgado preferentemente el domingo
Indemnización por vacaciones no gozadas	Sí aplica
Seguro de Salud	ESSALUD
Sistema pensionario	Sistema Nacional de Pensiones (ONP) o Sistema Privado de Pensiones (AFP)
Seguro de vida Ley	Sí aplica
Indemnización por despido injustificado	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 120 remuneraciones diarias
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	Sí

Nota. Estas políticas se describen en el marco del cumplimiento de los establecido por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2021).

De esta manera, el gasto en planilla se presenta en la tabla 27.

Tabla 27

Planilla

Personal	Cantidad	RMV mensual (S/.)	RMV anual (S/.)	CTS	Gratificación (anual)	ESSALUD (9%)	Total anual (S/.)
<i>Dirección de soporte</i>	3		51,000	4,250	4,250	4,590	64,090
Analista administrativo	1	2,500	30,000	2,500	2,500	2,700	37,700
Admisionista	1	1,750	21,000	1,750	1,750	1,890	26,390
Analista legal	1	2,500	30,000	2,500	2,500	2,700	37,700
<i>Dirección técnica</i>	8		630,000	18,750	18,750	56,700	724,200
Director técnico	7,500	90,000	7,500	7,500	8,100	113,100	7,500
Psicólogos	5,500	396,000	5,500	5,500	35,640	442,640	5,500
Estadístico	2,750	33,000	2,750	2,750	2,970	41,470	2,750
Total			570,000	20,000	20,000	51,300	661,300

Nota. Se cuantifica el gasto de personal según lo establecido en ley

Como se ha comentado la gestión del talento humano será tercerizada y se estima cancelar un 5% de los costos, englobándose allí lo relativo a la reclutamiento, selección y contratación del personal; así como las políticas de formación y desarrollo.

4.4 Estudio Técnico

4.4.1. Horario de atención

La atención se realizará bajo el siguiente horario:

- De lunes a viernes de 8:00 am a 1:00 pm, luego de 2:00 pm hasta 5:00 pm.
- No laborará domingos y feriados.

4.4.2. Materiales

Los materiales se clasifican entre:

- Materiales asociados a la prestación de servicio. Se corresponde con materiales para la atención en admisión, para la evaluación psicológica y para realización de terapias y talleres. En este caso, se refiere a material de oficina y papelería.

- Materiales de aseo, limpieza y acondicionamiento. Comprende materiales para mantener el aseo, limpieza y acondicionamiento de los espacios de la consultora.

4.4.3. Equipos

Los equipos son detallados en la tabla 28.

Tabla 28

Equipos requeridos

Área	Descripción
Equipos para oficinas	Computadora, mobiliario, impresora, frigobar, microondas y cafetera
Equipos para salas	Laptop, pizarras, mesa de break, carpetas, mobiliario y televisor
Equipos de recepción	Mobiliario para personal y para sala de espera, celular y computadora

Nota. Se identifican los materiales requeridos para cada área

4.4.4. Tecnología

En referencia a los recursos tecnológicos, se dispondrá de una central telefónica; un sistema de gestión de información, una página Web; redes sociales y mail a los clientes.

4.4.5. Determinación de la ubicación de la empresa

Para la ubicación de la empresa, se han elegido tres distritos de Lima Moderna, siendo estos San Borja, Jesús María y Barranco y para su evaluación se aplicó el método de ranking de factores, eligiéndose los siguientes criterios:

- CD = cercanía a clientes (densidad empresarial)
- PR = presencia de potenciales riesgos (seguridad ciudadana, eventos naturales, etc.)

- DP = disponibilidad de conectividad y servicios
- VA = vías de accesos (disponibilidad de transporte y capacidad de movilización)
- DT = disponibilidad de oficinas (espacio amplio).
- PA = precio del alquiler

Seguidamente, en la tabla 29 se presentan las ponderaciones de cada factor.

Tabla 29

Ponderación de factores

Factor	Ponderación
CD	20%
PR	10%
DP	15%
VA	15%
DT	20%
PA	20%
Total	100%

Nota. Se pondera cada factor con una determinada proporción

Se realiza una calificación con la siguiente escala:

- 10 – Excelente
- 08 - Muy bueno
- 06 – Bueno
- 04 – Regular
- 02 – Deficiente

Se identifica cada uno de los distritos seleccionados:

A1 – San Borja.

A2 – Jesús María

A3 – Barranco.

La tabla 30 contiene los resultados de la valoración, seleccionándose el distrito de Jesús María con una puntuación de 8.40 como la mejor opción, debido al precio del alquiler.

Tabla 30

Selección de localización de las instalaciones

Factor	Ponderación	A1		A2		A3	
		Puntaje	Ponderado	Puntaje	Ponderado	Puntaje	Ponderado
CD	20%	10	2.00	8	1.60	6	1.20
PR	10%	8	0.80	8	0.80	10	1.00
DP	15%	8	1.20	8	1.20	8	1.20
VA	15%	10	1.50	8	1.20	8	1.20
DT	20%	10	2.00	8	1.60	6	1.20
PA	20%	4	0.80	10	2.00	8	1.60
Total	100%		8.30		8.40		7.40

Nota. Se utiliza la ponderación y la calificación de cada factor para determinar una valoración global

4.4.6. Proceso de producción del servicio

Con base a lo expuesto por Abunadi y Kumar (2021), se ha establecido la clasificación de los procesos de la consultora en tres áreas: estratégicos (imprescindibles para la orientación y progreso del servicio), operativos (caracterizados por emplearse para estar en contacto directo con los usuarios) y de soporte (apoyan a los procesos operativos).

- Procesos estratégicos

Los procesos estratégicos se refieren a:

- Planeación estratégica. Se refiere a las actividades de planificación de recursos, estrategias, establecimiento de objetivos y metas y evaluación de desempeño organizacional, llevada a cabo por gerente general y director de soporte.

- Desarrollo de alianzas estratégicas. Consiste en establecer alianzas con MINSA y MPTE para promocionar la reducción del estrés laboral, lo cual es labor del gerente general y director técnico.
- Investigación y desarrollo. La indagación de nuevas terapias y talleres que emplean dentro del ámbito del mindfulness que será llevada a cabo por el director técnico.

- Procesos operativos

El proceso operativo comprende cuatro grandes procesos: evaluación diagnóstica de la empresa, diseño de propuesta de intervención, aplicación de la propuesta de intervención y evaluación de resultados, tal como se presenta en la figura 20.

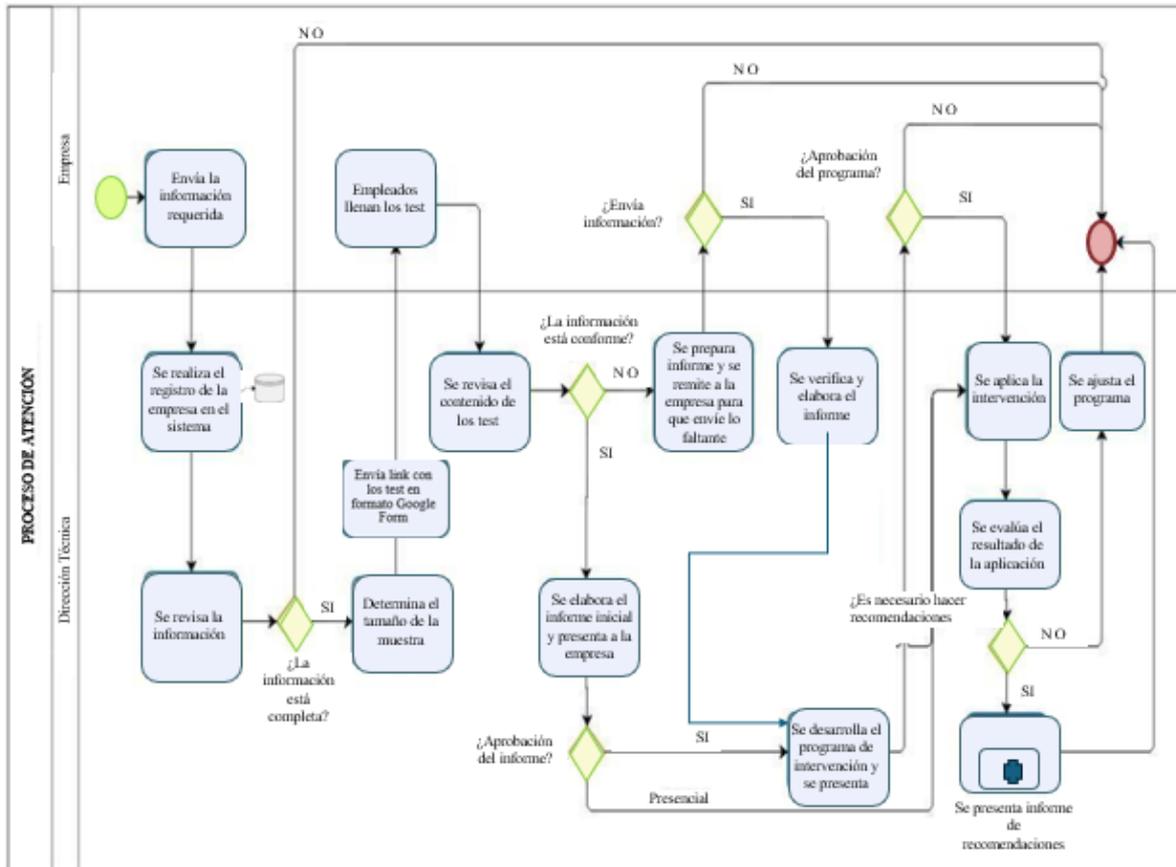
- Procesos de soporte

Los procesos de soporte incluyen administración de RRHH; administración y finanzas; marketing-comercial, asesoría legal y gestión de atención.

- Administración de RRHH. Se refiere a las fases de reclutamiento, selección, evaluación y desarrollo del talento humano, lo cual será tercerizado
- Administración y finanzas. Comprende las solicitudes y requerimientos a proveedores, pagos a terceros y empleados, gestión de cobranza y elaboración de estados financieros, para lo cual se dispone de un personal.
- Marketing-comercial. Se refiere a la publicación de promoción mediante distintos canales, lo cual también será subcontratado.

Figura 20

Flujograma del proceso de atención



Nota. Se describen los procesos de cada fase de atención

- Asesoría legal. Establecimiento de contratos de servicios, resolución de conflictos y cumplimiento de normativas.
- Gestión de atención. Atención en sede de colaboradores de la empresa contratante.

4.4.7. Modelo de negocio

En la figura 21 se presenta el modelo de negocios de la consultora centrado en potenciar las habilidades de los trabajadores de distintas empresas a través de un sentido de autoeficacia, conciencia de sí mismo y centralización en el yo para lograr

una adaptación a la dinámica universal y alcanzar los objetivos de desarrollo propuestos en las organizaciones.

Figura 21

Modelo de negocios

7. Socios claves	6. Actividades claves	2. Propuesta de valor	4. Relación con clientes	1. Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> Ministerio de Salud Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación diagnóstica de la empresa Diseño de propuesta de intervención Aplicación de propuesta de intervención Evaluación de resultados Gestión legal Responsabilidad social-empresarial 	<p>Potenciar las habilidades de los trabajadores de distintas empresas a través de un sentido de autoeficacia, conciencia de sí mismo y centralización en el yo para lograr una adaptación a la dinámica universal y alcanzar los objetivos de desarrollo propuestos en las organizaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> Canales streaming, cine, eventos y foros Servicios online Web site 	<p>Medianas y grandes empresas de cualquier actividad económica de Lima Moderna</p>
	5. Recursos		3. Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> Personal capacitado Marca y reputación Infraestructura Tecnología Canales de atención 		<ul style="list-style-type: none"> Web site y redes sociales Recomendación boca a boca Alianzas con organismos públicos 	
9. Estructura de costos			8. Estructura de ingresos	
<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura. Materiales y equipos. Recursos humanos. Servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos de marketing y publicidad. Investigación en desarrollo 		<ul style="list-style-type: none"> Ingresos por consultoría 	

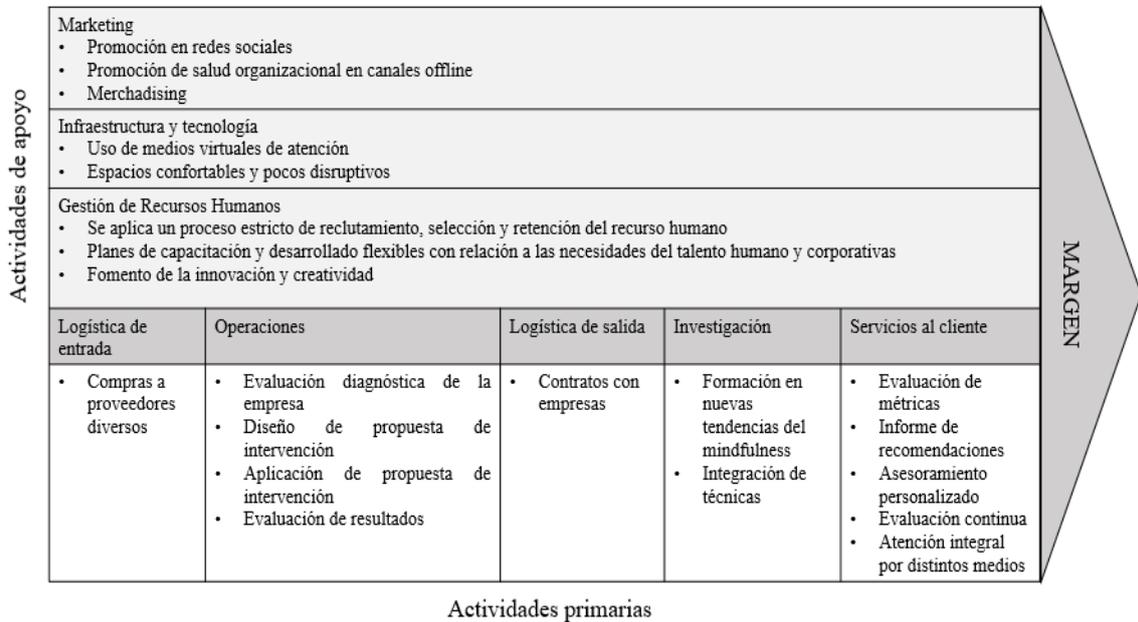
Nota. Cada renglón corresponde un elemento del modelo de negocio que permite presentar la propuesta de valor

4.4.8. Cadena de valor

En la figura 22 se desarrolla la cadena de valor

Figura 22

Cadena de valor



Nota. Se discriminan las actividades de apoyo y primarias que permiten agregar valor en la empresa consultora

4.3.9. Diseño y distribución de las instalaciones

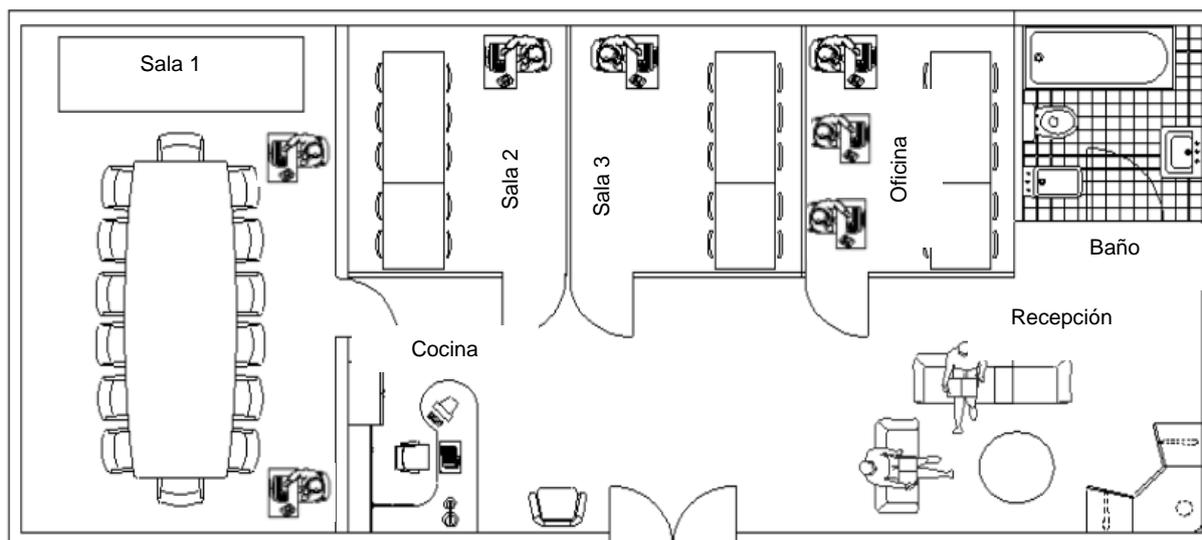
En la figura 23 se presenta la distribución espacial de las áreas de la empresa consultora que incluye:

- Tres salas de capacitaciones
- Un área de oficinas
- Recepción
- Baño
- Cocina

La oficina debe tener una capacidad aproximada de atención 60 personas con un área de 420 m² aproximadamente, la cual será alquilada.

Figura 23

Distribución espacial de las áreas de la empresa consultora



Nota. Se discriminan las actividades de apoyo y primarias que permiten agregar valor en la empresa consultora

Así, en la tabla 31 se refleja que, la disposición de las tres salas puede albergar hasta 60 personas de manera simultánea, por lo tanto, es posible atender en sede a 52 empresas durante los programas de intervención.

Tabla 31

Capacidad instalada

Descripción	Horas
Horas disponibles al día	8
Cantidad de días laborales por semana	5
Cantidad de semanas por año	52
Cantidad de horas disponibles	2,080
Tiempo asignado a la intervención	40
Cantidad de empresas atendidas en oficinas	52

Nota. Se determina la cantidad de empresas para atender en el año

4.5 Estudio Financiero

4.5.1. Supuestos

- Se fijó el horizonte temporal en cinco años.
- No se ajustan los valores a inflación (Sapag, 2011).

- La inversión inicial será asumida por los inversionistas.
- A partir del segundo año, se cobrará el precio de S/. 750 la hora, generando un ingreso de S/. 90,000.00.
- A partir del cuarto año, se incrementa la cantidad de psicólogos de seis a ocho.
- El costo de capital es de 30%.
- Para el cálculo de la depreciación y amortización, se aplicará el método de la línea recta con cinco años de vida útil.

4.5.2. Proyección de ingresos

En la tabla 32 se presenta la proyección de la demanda, siendo el valor inicial de 19 empresas atendidas en el año 2025 y se incrementa a 33 empresas en el año 2029. Además, se observa que la mayor proporción de atención será en la sede de la consultora.

Tabla 32
Proyección de demanda desagregada

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Empresas atendidas en sede de consultora	8	9	10	12	14
Empresas atendidas de manera virtual	4	5	6	6	7
Empresas atendidas in company	4	4	5	6	7
Empresas atendidas en espacios alternos	3	4	4	5	6
Total	19	22	25	29	33

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 33 se presenta el precio de la consultoría, siendo de S/. 600 por hora para el año 2025 y se incrementa a S/. 750 por hora en 2029.

Tabla 33

Proyección precios

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Tiempo de atención por grupos de 60 personas (h)	120	120	120	120	120
Tarifa por h (S/.)	600	750	750	750	750
Precio total	72,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 34 se presenta la proyección de ingresos, alcanzando la cifra de S/. 2,970,000.00 en el año 2029.

Tabla 34

Proyección de ingresos

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos por consultoría	1,368,000.00	1,980,000.00	2,250,000.00	2,610,000.00	2,970,000.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.5.3. Proyección de gastos y costos

En la tabla 35 se presenta la proyección de gasto de planilla, siendo el monto total de S/. 842,880.00 para el año 2029.

Tabla 35

Proyección de planilla

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Mano de obra directa	597,210.00	597,210.00	597,210.00	741,090.00	741,090.00
Mano de obra indirecta	101,790.00	101,790.00	101,790.00	101,790.00	101,790.00
Total	699,000.00	699,000.00	699,000.00	842,880.00	842,880.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 36 se detalla el costo de los materiales de atención de una empresa promedio de 60 personas, siendo el costo de S/. 7,765.00.

Tabla 36

Materiales directos para la atención de una empresa de 60 personas

Descripción	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Valor total (S/.)
Material para atención de una empresa de 60 personas			
Papel bond x 500 hojas	3	25.00	75.00
Caja de lapiceros por 6 unidades	10	12.00	120.00
Tinta de impresora	1	160.00	160.00
Carpetas de oficina	60	3.50	210.00
Refrigerio	480	15.00	7,200.00
Total			7,765.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 37 se describen los materiales indirectos para un año de servicio, siendo el costo de S/. 5,689.00.

Tabla 37

Materiales indirectos

Descripción	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Valor total (S/.)
Papel bond x 500 hojas	24	25.00	600.00
Caja de lapiceros por 6 unidades	12	12.00	144.00
Tinta de impresora	4	160.00	640.00
Cajas de post it	6	37.50	225.00
Sobre manilas A4 x 50 unidades	6	30.00	180.00
Kit de oficinas	26	150.00	3,900.00
Total			5,689.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 38 se detalla la proyección de los gastos de materiales, destacando un monto total de S/. 261,934.00 para el año 2029.

Tabla 38

Proyección de gastos de materiales

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Materiales directos	147,535.00	170,830.00	194,125.00	225,185.00	256,245.00
Materiales indirectos	5,689.00	5,689.00	5,689.00	5,689.00	5,689.00
Total	153,224.00	176,519.00	199,814.00	230,874.00	261,934.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 39 se identifica el costo de servicios por un año de la consultora, el cual asciende a S/. 345,990.00.

Tabla 39

Servicios

Descripción	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Valor total (S/.)
Alquiler	12	20,500.00	246,000.00
RRHH	5% del gasto de planilla		34,950.00
Marketing	0.5% ventas		6,840.00
Mantenimiento	12	850.00	10,200.00
Seguridad	12	1,500.00	18,000.00
Servicios básicos	12	2,500.00	30,000.00
Total			345,990.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 40 se muestra la proyección de costos y egresos, determinándose un valor de S/. 1,599,658.00.

Tabla 40

Proyección de costos y egresos

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Costos directos	744,745.00	768,040.00	791,335.00	966,275.00	997,335.00
Mano de obra directa	597,210.00	597,210.00	597,210.00	741,090.00	741,090.00
Materiales directos	147,535.00	170,830.00	194,125.00	225,185.00	256,245.00
Gastos administrativos y de venta	515,029.00	545,629.00	559,129.00	584,323.00	602,323.00
Mano de obra indirecta	101,790.00	101,790.00	101,790.00	101,790.00	101,790.00
Materiales indirectos	5,689.00	5,689.00	5,689.00	5,689.00	5,689.00
Alquiler	246,000.00	246,000.00	246,000.00	246,000.00	246,000.00
RRHH	34,950.00	34,950.00	34,950.00	42,144.00	42,144.00
Marketing	68,400.00	99,000.00	112,500.00	130,500.00	148,500.00
Mantenimiento	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00	10,200.00
Seguridad	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Servicios básicos	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
Total egresos	1,259,774.00	1,313,669.00	1,350,464.00	1,550,598.00	1,599,658.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.5.4. Inversión inicial

En la tabla 41 se presenta la inversión en activos tangibles, la cual se ubica en S/. 93,340.00.

Tabla 41

Activos tangibles

Descripción	Cantidad	Precio unitario (S/.)	Valor total (S/.)
Equipos de sala			39,290.00
Parante de televisor	3	450.00	1,350.00
Televisor a color 65"	3	2,570.00	7,710.00
Laptop	4	2,150.00	8,600.00
Impresora	1	800.00	800.00
Teléfono	4	1,050.00	4,200.00
Pizarra	4	425.00	1,700.00
Escritorio	4	870.00	3,480.00
Sillas giratorias	4	350.00	1,400.00
Mesa grande	1	800.00	800.00
Mesas medianas	2	600.00	1,200.00
Sillas	60	120.00	7,200.00
Equipos para refrigerio	1	850.00	850.00
Mobiliario y equipos de computación			54,050.00
Teléfonos	6	450.00	2,700.00
Central telefónica	1	2,500.00	2,500.00
Laptop	12	2,150.00	25,800.00
Impresora	2	800.00	1,600.00
Escritorio con sillas	12	1,050.00	12,600.00
Estantes	12	550.00	6,600.00
Modulares para sala de espera	2	650.00	1,300.00
Frigobar	1	500.00	500.00
Microondas	1	450.00	450.00
Total			93,340.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 42 se observa la inversión en activos intangibles, los cuales se ubican en S/. 24,665.00.

Tabla 42

Activos intangibles

Descripción	Precio unitario (S/.)	Cantidad	Total (S/.)
Reserva de nombre de la empresa	55.00	1	55.00
Elaboración de minuta	410.00	1	410.00
Inscripción en registros públicos	300.00	1	300.00
Registro de marca	1,250.00	1	1,250.00
Sistema de gestión	20,000.00	1	20,000.00
Compra de espacio en la nube	2,500.00	1	2,500.00
Inscripción del dominio	150.00	1	150.00
Total activos intangibles (S/.)			24,665.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 43 se identifica el capital de trabajo requerido de S/. 299,553.50, el cual se calcula con base a los gastos del primer trimestre.

Tabla 43

Capital de trabajo

Descripción	Valor por tres meses (S/.)
Total capital de trabajo (S/.)	299,553.50

Nota. Se presentan cálculos estimados

En la tabla 44 se detalla que la inversión inicial se ubicó en S/. 417,558.50, encontrándose que el 71.74% es para capital de trabajo, el 22.35% para activos tangibles y 22.35% para activos intangibles.

Tabla 44
Inversión inicial

Descripción	Monto (S/.)	%
Activos fijos intangibles	24,665.00	5.91%
Activos fijos tangibles	93,340.00	22.35%
Capital de trabajo	299,553.50	71.74%
Total inversión inicial (S/.)	417,558.50	100.00%

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.4.5. Depreciación y amortización

En la tabla 45 se considera el gasto por depreciación y amortización de la empresa, aplicándose el método de línea recta con una vida útil de 5 años.

Tabla 45
Depreciación y amortización

Descripción	2025	2026	2027	2028	2029
Depreciación	18,668.00	18,668.00	18,668.00	18,668.00	18,668.00
Amortización	4,933.00	4,933.00	4,933.00	4,933.00	4,933.00
Gastos totales de depreciación y amortización	23,601.00	23,601.00	23,601.00	23,601.00	23,601.00

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.5.6. Punto de equilibrio

En la tabla 46 se determinó el punto de equilibrio, el cual se ubicó en $q = 14$ (empresas), así es necesario atender esta cantidad para cubrir los costos. Ahora bien, visto que la demanda estimada para el primer año es 19, lográndose tener un beneficio positivo.

Tabla 46

Punto de equilibrio

Descripción	Valor total (S/.)
Precio unitario	72,000.00
Costos variables	744,745.00
Costo variable por hora	39,197.11
Costos fijos	453,469.00
Punto de equilibrio	14

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.5.7. Costo de oportunidad de capital (Cok)

Se requiere un Cok = 30%, sin la necesidad de financiamiento.

4.5.8. Flujo de caja proyectado

En la tabla 47 se presenta el flujo de caja proyectado, obteniéndose un flujo positivo en todos los años del horizonte temporal.

Tabla 47

Flujo de caja proyectado

Descripción (S/.)	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Inversión inicial	-417,558.50					
Ingresos		1,368,000.00	1,980,000.00	2,250,000.00	2,610,000.00	2,970,000.00
Costos del servicio		744,745.00	768,040.00	791,335.00	966,275.00	997,335.00
Utilidad bruta		623,255.00	1,211,960.00	1,458,665.00	1,643,725.00	1,972,665.00
Gastos administrativos y de venta		515,029.00	545,629.00	559,129.00	584,323.00	602,323.00
Depreciación + amortización		23,601.00	23,601.00	23,601.00	23,601.00	23,601.00
Utilidad antes de impuesto		84,625.00	642,730.00	875,935.00	1,035,801.00	1,346,741.00
R = Impuesto a la renta (29.5%)		24,964.38	189,605.35	258,400.83	305,561.30	397,288.60
Utilidad después de impuesto		59,660.63	453,124.65	617,534.18	730,239.71	949,452.41
(+) depreciación		18,668.00	18,668.00	18,668.00	18,668.00	18,668.00
(+) amortización		4,933.00	4,933.00	4,933.00	4,933.00	4,933.00
Flujo de caja proyectado	-417,558.50	83,261.63	476,725.65	641,135.18	753,840.71	973,053.41

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.4.9. Evaluación de proyectos

En la tabla 48 se aprecia que el VAN = S/. 574,161.74; así siendo mayor que cero (VAN > 0) se garantiza su factibilidad económica; esto también se observa con una TIR = 81.37% (TIR > Cok), recuperándose la inversión en 2.24 años (2 años y tres meses).

Tabla 48
Indicadores

Indicador	Valor
VAN	574,161.74
TIR	81.37%
Período de recuperación aproximado	2.24

Nota. Se presentan cálculos estimados

4.4.10. Análisis de sensibilidad

En la tabla 49 se aprecia que, al establecer un escenario pesimista con un precio de S/: 600 por hora durante el horizonte temporal del proyecto y una tasa de crecimiento menor de 10%, el VAN se reduce a S/. 31,610.89, el cual aun siendo positivo es bastante inferior al proyectado en el escenario esperado. Ahora bien, considerando un escenario optimista con un precio por hora de consultoría de S/. 1,000 a partir del segundo año y una tasa de crecimiento de 20%, el VAN se incrementa a S/.1,703,019.80, demostrándose la alta sensibilidad a factores intrínsecos en el proyecto.

Tabla 49

Análisis de sensibilidad

Indicador	Escenario pesimista Precio por hora S/. 600 Tasa de crecimiento 10%	Escenario esperado	Escenario optimista Precio por hora S/. 1,000 Tasa de crecimiento 20%
VAN	31,610.89	574,161.74	1,703,019.80
TIR	34.03%	81.37%	141.25%
Período de recuperación aproximado	4.58	2.24	1.53

Capítulo V Sugerencias

Conclusiones

En referencia al objetivo general, se demostró la viabilidad de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna, lográndose cubrir el punto de equilibrio de atender a 14 empresas en el año, siendo el nivel de demanda para el primer año de proyecto de 19 empresas. Además, se demostró que la inversión de S/: 417,558.50 se recuperaría en dos años y tres meses.

En cuanto al primer objetivo específico, se encontró que en su mayoría las empresas dentro de este mercado tienen 60 empleados, se dedican al sector servicio y comercio e invierten menos de 1% en capacitación. Además, el nivel de capacidad del personal de la consultora y la personalización de servicios son los atributos más valorados. Así, el 35% consideran importante el mindfulness como elemento de formación en sus empresas y, de ese total, el 83% contrataría los servicios de una consultoría especializada en ello, generando una demanda que oscila entre 19 y 33 empresas, las cuales obtendrían el servicio a un precio de S/. 600 por hora (en el primer año), pudiéndose desarrollarse en la sede de la consultora, in company, virtualmente o en otros espacios.

Con respecto al segundo objetivo específico, la empresa se conformará como una empresa constituida por accionistas, bajo el régimen MYPE, visto que sus ventas no superan las 1,700 UIT. Esto le brinda acceso a beneficios como la reducción de la carga administrativa, posibles incentivos fiscales y laborales, así como la participación en programas de apoyo del gobierno. De esta manera, la empresa deberá ajustarse a estos parámetros, controlando sus ventas para no superar el límite establecido, lo cual impactará en sus estrategias de gestión y en su futuro crecimiento..

En respuesta al tercer objetivo específico, se determinó que la empresa funcionaría con una estructura tipo funcional que está dividida en direcciones autónomas, con una plantilla inicial de 11 empleados. Esta estructura permitirá una gestión eficiente y bien definida, maximizando el uso de los recursos humanos y garantizando que cada departamento alcance sus metas de manera óptima.

En referencia al cuarto objetivo específico, La localización estratégica de la empresa en Jesús María, junto con los 420 m² de espacio disponibles, están pensados para mejorar la eficiencia operativa y la atención a clientes corporativos. El hecho de que el proceso central de servicio, que abarca 120 horas para atender a una empresa de 60 personas, resalta la relevancia de mantener una alta eficiencia en la prestación de servicios. Asimismo, se enfatiza que el principal recurso técnico de la empresa es la formación y especialización de su equipo, lo cual será fundamental para garantizar la calidad y efectividad de las soluciones ofrecidas.

En cuanto al quinto objetivo específico, el proyecto es viable y rentable, como lo indican un VAN positivo de S/. 574,161.74 y una TIR del 81.37%, muy por encima del costo de oportunidad del capital (Cok). Sin embargo, se destaca que el éxito del proyecto es sensible a variaciones en el precio y al crecimiento de la demanda, lo que significa que cualquier fluctuación en estos factores podría afectar significativamente la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

Recomendaciones

La puesta en marcha de una consultora enfocada en el mindfulness es una propuesta viable en el escenario planteado; ante ello, se sugiere su implementación en función de desarrollar una alternativa innovadora que busca la salud mental de los trabajadores, los cuales están expuestos a innumerables factores de riesgos que generan estrés y, por ende, enfermedades ocupacionales que reducen la productividad, la creatividad y la motivación.

Precisamente, a partir de los problemas de salud mental de los trabajadores, debe considerarse la promoción del proyecto; ante ello, la alianza con el Ministerio de Salud y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo configura un elemento estratégico de alto valor, para lograr una mayor penetración del mindfulness en el sector empresarial, visto que las mayorías de las iniciativas en esta materia se centran más en la atención individual.

De hecho, se recomienda expandir la oferta al sector público debido a que es un sector importante en la economía nacional y sus empleados están sometidos a continuas exigencias y cargas laborales que ameritan intervenciones que contribuyan al control de sus emociones y al desarrollo de estrategias para mantener el control y ofrecer respuestas oportunas e innovadoras a problemas cotidianos.

En atención a lo anterior, se establece una necesidad de desarrollar líneas de investigación dentro de las universidades enfocadas en el empleo del mindfulness como parte de la labor en el campo de la psicología, esto permitiría tener una disposición de mano de obra más amplia y capacitada para afrontar diversos problemas en el campo organizacional, que por su envergadura y complejidad; además, de constante evolución requiere de personal más preparados.

Además, esto reduciría el alto poder de negociación que tienen los empleados en este tipo de proyectos, debido a la poca disponibilidad de profesionales capacitados en mindfulness en el país. Por otra parte, sería importante que los competidores existentes a nivel nacional contemplarán el levantamiento de cifras para medir el impacto de este tipo de consultoría en el incremento de la productividad.

Lo anterior contribuiría a disponer de cifras del mindfulness empresarial en Perú, las cuales son inexistentes y conllevan a estimaciones como las asumidas en el presente estudio que, aunque son soportadas en los recursos bibliográficos disponibles, tienen un margen de imprecisión que afectan los resultados obtenidos.

En referencia a los resultados obtenidos, debe destacarse que se soportan en una empresa tipo de 60 personas, por lo que se sugeriría a futuros investigadores estimar el efecto en los indicadores de evaluación de la factibilidad del proyecto del proyecto de cambios en este valor, considerando que esto amerita adecuar la capacidad instalada de la sede.

Asimismo, lo anterior permitiría ofrecer esquemas tarifarios ajustados a distintas condiciones, aprovechando las economías a escalas que conjugarían atender a empresas de gran tamaño. Incluso, podrían establecerse alianzas entre distintas consultoras (las cuales no suelen tener la capacidad requerida) para atender a este tipo de empresas que, además requieren de programas de intervención diferenciados no solo entre ellas, sino entre sus propios departamentos, los cuales por sus dimensiones encierran complejas situaciones que atentan contra la salud mental de sus empleados.

De hecho, esto también permite reflexionar sobre recomendaciones en cuanto a la distribución del servicio de la consultora, requiriéndose de una mayor difusión de

alternativas online que reducen el costo de traslado y de materiales, teniendo además un impacto positivo en el ambiente.

Por otro lado, también este tipo de consultoría especializada en mindfulness debe centrarse en orientar a las empresas a prestar atención en su clima laboral y las relaciones sociales que se establece, ante ello, también debe promocionarse las técnicas del mindfulness enfocadas en el desarrollo humano y la espiritualidad. Esto conlleva a capacitar a los empleados en la meditación, el autoconocimiento y el desarrollo de la plena atención, siendo una labor de la consultora ofrecer prácticas de uso común a los empleados.

En referencia a lo anterior, se entiende que el éxito de este tipo de proyectos de inversión se centra en la capacidad de personalización de servicios de la consultora, logrando intervenir en la estructura de la empresa contratante desde cada arista y en cualquier dirección (vertical u horizontal). Ante ello, se recomienda capacitar a los trabajadores en la orientación a la atención al cliente y el enfoque en sus metas, siendo una de las mayores demandas de las empresas en el país.

En correspondencia con lo anterior, la empresa consultora debe disponer de una estructura organizada, pero adaptable a las condiciones del entorno. Esto debido a que los problemas de estrés laboral están en constante evolución y varían en sus formas e intensidades entre empresas y a lo largo de los años.

Es por ello que es imprescindible ir innovando en este modelo de negocios y, si bien el punto de partida es el mindfulness, no debe dejarse de investigar sobre otros servicios que pueda ofrecer la empresa, logrando una mayor diversidad y reduciendo el riesgo de depender de un único formato de servicio que, si bien de gran importancia y aceptación, requiere de ir evolucionando.

Con base a lo anterior, también se sugiere la oportunidad de ofrecer nuevos servicios a las empresas que ya contrataron el servicio, lo cual permitirá el escalamiento de servicios; es decir, reducir en costos al ofrecer nuevos servicios ya que se pueden ahorrarse algunas actividades como el diagnóstico inicial.

Inclusive, puede establecerse la posibilidad de ofrecer planes especializados a los familiares de los empleados de las empresas que han contratado el servicio, donde se realicen intervenciones familiares que contribuyan a una mejor convivencia y al desarrollo de la aceptación de las condiciones. Además, sería propicio desarrollar materiales didácticos con base a las experiencias que se obtengan de las actividades laborales y ofrecerlos al mercado.

Asimismo, a través de los informes de recomendación que se emanen de la propuesta de intervención también deben propiciarse nuevos servicios dentro de la psicología organizacional en donde la consultora puede intervenir, creando una hoja de ruta de propuestas novedosas ajustadas a las condiciones de las empresas. Las cuales deben culminar con el desarrollo de una autonomía empresarial en la gestión de sus debilidades, es decir, que la empresa contratante disponga de las herramientas que aprendieron del mindfulness en resolver sus problemas internos.

En referencia a esto, se sugiere también considerar los resultados del estudio de mercado y evaluar las razones por las cuales muchas empresas no invierten en capacitación, siendo un segmento del mercado que puede ser aprovechable a través de iniciativas menos costosas, pero más efectivas que les incentive a profundizar en la formación de su personal.

Asimismo, es oportuno recomendarse a futuros inversionistas, la evaluación de proyectos destinados a aplicaciones digitales orientadas al mindfulness empresarial; lo cual, una vez lograda un mayor posicionamiento de estas técnicas,

permitiría reducir costos y llevar a la mano de los trabajadores una herramienta que pueden usar en cualquier momento y espacio.

Como aspecto final, se plantea las siguientes recomendaciones:

Se recomienda la inversión de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual en Lima Moderna.

Se recomienda ampliar la oferta de servicios, focalizados en las necesidades particulares de las empresas.

Se sugiere, luego de los primeros cinco años de operación, incrementar el número de sedes en otros distritos de Lima para cambiar a una denominación de mediana empresa y obtener mayores beneficios.

Se recomienda incentivar la capacitación del personal y desarrollar políticas atractivas de retención del talento humano.

Se recomienda diseñar planes para empresas de distintos tamaños.

Se sugiere medir el efecto de otros factores de riesgo en el análisis de sensibilidad, como pueden ser los costos o el tamaño de las empresas atendidas.

Bibliografía

- Abunadi, I., & Kumar, R. (2021). Blockchain and Business Process Management in Health Care, Especially for COVID-19 Cases. *Security and Communication Networks*, 2021, 1–16. <https://doi.org/10.1155/2021/2245808>
- Alonso, E. (2023). Mindfulness y astrología, entre las nuevas tendencias en la espiritualidad global. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/vida/religion/las-ultimas-tendencias-en-la-espiritualidad-global-769852>
- AmCham Perú. (2024). *INEI: inflación cerró en 3.41% en el 2023*. <https://amcham.org.pe/news/inei-inflacion-cerro-en-3-41-en-el-2023/>
- Appelbaum, S., & Steed, A. (2005). The critical success factors in the client-consulting relationship. *Journal of Management Development*, 24(1), 68-93. <https://doi.org/10.1108/02621710510572362>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Enfoques Consulting EIRL., Ed.).
- Arias, W., Masías, A., Muñoz, E., & Arpasi, M. (2013). Espiritualidad en el ambiente laboral y su relación con la felicidad del trabajador. *Revista de Investigación (Arequipa)*, 4, 9-33. https://ucsp.edu.pe/images/direccion_de_investigacion/PDF/revista2013/Espiritualidad-y-felicidad-en-el-trabajador.pdf
- Arcade. (2024). *Centro Psicológico*. <https://arcadep Peru.com/product/taller-de-autocuidado/>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (7ma ed.). Mc Graw Hill.
- BCG. (2018). *Unleashing the power of mindfulness in corporations*. <https://web-assets.bcg.com/cc/db/b39118d84b34be612fe22194f646/unleashing-the-power-of-mindfulness-in-corporations-rev.pdf>

- Benson, P., Scales, P., Syvertsen, A., & Roehlkepartain, E. (2012). Is youth spiritual development a universal developmental process? An international exploration. *The Journal of Positive Psychology*, 7(6), 453-470. <https://doi.org/10.1080/17439760.2012.732102>
- Bil, L. (2023). *Business case for mindfulness programs in the workplace: Fostering well-being, resilience and performance*. LinjedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/business-case-mindfulness-training-programs-workplace-bil-mba-cphr-yzsd>
- Borda, M. (2015). Dramatización infantil: una propuesta de reconstrucción del conocimiento experiencial. *ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 30(2), 247-258.
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística* (UIDE, Ed.).
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica* (San Marcos, Ed.).
- Cartwright, K. (2001). Cognitive developmental theory and spiritual development. *Journal of Adult Development*, 8(4), 213-220. <https://doi.org/10.1023/A:1011386427919>
- Chávez, L. (2023). El burnout sigue en ascenso en Perú: el 78% de los trabajadores afirma que lo experimenta. *Forbes*. <https://forbes.pe/capital-humano/2023-11-10/el-burnout-sigue-en-ascenso-en-peru-el-78-de-trabajadores-afirma-experimentarlo>
- Cortéz, P., Bedolla, M., & Pencina, E. (2020). El estrés laboral y sus dimensiones a nivel individual y organizacional. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional RILCO*, 2(7), 1-8.
- CPI. (2022). *Perú: Poblacion 2021*. https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf

- Creplet, F., Dupouet, O., Kern, F., Mehmanpazir, B., & Munier, F. (2001). Consultants and experts in management consulting firms. *Research Policy*, 30(9), 1517-1535. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00165-2](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00165-2)
- Da Silva, J., & Pereira, A. (2017). Perceived Spirituality, Mindfulness and Quality of Life in Psychiatric Patients. *Journal of Religion and Health*, 56(1), 130-140. <https://doi.org/10.1007/s10943-016-0186-y>
- Diario del Cusco. (2023). *¿Cuánto cobra un consultor CEO en el Perú?* <https://diariodelcusco.pe/2023/tendencias/cuanto-cobra-un-consultor-seo-por-hora-en-peru/>
- Dunford, R. (2000). Key challenges in the search for the effective management of knowledge in management consulting firms. *Journal of Knowledge Management*, 4(4), 295-302. <https://doi.org/10.1108/13673270010379849>
- El Comercio. (2024). *El sueño del rebote.* <https://elcomercio.pe/opinion/editorial/gobierno-economia-este-2024-el-peru-deberia-tener-un-mejor-desempeno-economico-noticia/>
- El Peruano. (2022). *Empresas: Mindfulness, la técnica que incrementa la productividad y reduce el estrés de los empleados.* <https://elperuano.pe/noticia/171011-empresas-mindfulness-la-tecnica-que-incrementa-la-productividad-y-reduce-el-estres-de-los-empleados>
- El Peruano. (2023). *Empresas: Mindfulness, la técnica que incrementa la productividad y reduce el estrés de los empleados.* <https://elperuano.pe/noticia/171011-empresas-mindfulness-la-tecnica-que-incrementa-la-productividad-y-reduce-el-estres-de-los-empleados>
- Erincz, A., & Tiuhtii, C. (2018). Consulting – A business for business. “Ovidius” *University Annals, Economic Sciences Series*, 18(2), 257-262.

- Gargiulo, M. (2023). The Role of Religion and Spirituality in Mindfulness Practices: A Qualitative Literature Review. *SMARATUNGGGA: JURNAL OF EDUCATION AND BUDDHIST STUDIES*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.53417/sjeb.v3i1.86>
- Grabowski, S. (2018). *4 Household Name Companies With Mindfulness Programs*. <https://themindfulsteward.com/mindfulness/4-household-name-companies-with-mindfulness-programs/>
- Guillory, W. (2017). Spirituality in the workplace. *Innovations International*, 11(21), 1-12.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (McGraw-Hill).
- Hiperiont. (2024). *Mindfulness empresarial*. <https://www.hiperiont.com/#>
- INEI. (2019). *Encuesta Nacional de Empresas 2019*.
- INEI. (2020). *Perú: Estructura Empresarial 2020*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1861/libro.pdf
- INEI. (2024). *Sector servicios prestados a empresas registró aumento de 2,89% en febrero de 2024*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/sector-servicios-prestados-a-empresas-registro-aumento-de-289-en-febrero-de-2024-15120/>
- Infobae. (2024). *¿Qué es Lima Moderna y qué distritos la conforman?* <https://www.infobae.com/america/peru/2022/07/20/que-es-lima-moderna-y-que-distritos-la-conforman/>
- Jnaneswar, K., & Sulphay, M. (2021). A study on the relationship between workplace spirituality, mental wellbeing and mindfulness. *Management Science Letters*, 1045-1054. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.038>

- Lau, Y. (2020). *Increasing Mindfulness In The Workplace*.
<https://www.forbes.com/sites/forbeshumanresourcescouncil/2020/10/05/increasing-mindfulness-in-the-workplace/>
- LinkedIn. (2024). *Global mindfulness meditation application market analysis (2032)*.
<https://www.linkedin.com/pulse/global-mindfulness-meditation-application-market-jbwue/>
- Maca Coach. (2024). *Programa de Mindfulness para Ejecutivos*.
<https://macacoach.pe/mindfulness-para-ejecutivos/>
- Medrano, R. (2016). El uso de la dramatización como estrategia de enseñanza-aprendizaje cooperativo. *Revista Torreón Universitario*, 5(12), 25-36.
- Mindfultext. (2023). *The 8 types of mindfulness companies*.
<https://mindfultext.com/types-of-mindfulness-companies/>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). *Guía sobre el régimen laboral de la micro y pequeña empresa*.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia_micro_pequena_empresa.pdf
- Mintzberg, H. (1989). The Structuring of Organizations. In D. Asch & C. Bowman (Eds.), *Readings in Strategic Management* (pp. 322–352). Macmillan Education UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_23
- Molina, X. (2023). *Los 7 mejores Cursos de Mindfulness en Perú*. Psicología y Mente.
<https://psicologiaymente.com/directorio/pe/rankings/mejores-cursos-mindfulness-peru>
- Montesinos, E. (2024). Consultorías, uno de los negocios más rentables en Perú: ¿Cuál es la carrera más demandada? *Infobae*.
<https://www.infobae.com/peru/2024/02/17/consultorias-uno-de-los-negocios-mas-rentables-en-peru-cuales-son-las-carreras-que-mas-ganan/>

- Navarro, M. (2007). Drama, creatividad y aprendizaje vivencial: Algunas aportaciones del drama a la educación emocional. *Cuestiones Pedagógicas*, 18(1), 161-172.
- Nissen, V. (2019). *Consulting research: A scientific perspective on consulting* (pp. 1-27). https://doi.org/10.1007/978-3-319-95999-3_1
- Powell, S. (2022). The Japanese skill copied by the world. *BBC*. <https://www.bbc.com/travel/article/20170504-the-japanese-skill-copied-by-the-world>
- Puche, A., & Botella, L. (2020). Desarrollo personal y práctica espiritual: Análisis narrativo de vivencias. *Revista de Psicoterapia*, 31(117), 57-83. <https://doi.org/10.33898/rdp.v31i117.449>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación* (2da ed.). Pearson Educación.
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (5ta ed.). McGraw Hill.
- Serrano, F. (2020). *Proyectos de inversión* (Grupo Editorial Paria, Ed.).
- Temme, L., & Kopak, A. (2016). Maximizing recovery through the promotion of mindfulness and spirituality. *Journal of Religion & Spirituality in Social Work: Social Thought*, 35(1-2), 41-56. <https://doi.org/10.1080/15426432.2015.1067591>
- Urrila, L. (2022). From personal wellbeing to relationships: A systematic review on the impact of mindfulness interventions and practices on leaders. *Human Resource Management Review*, 32(3), 100837. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100837>
- Vennare, J. (2023). *What's next for the mindfulness industry?* . Fitt Insider. <https://insider.fitt.co/meditation-mindfulness-startups/>
- Vox. (2023). *Real mindfulness would transform the economy*. <https://www.vox.com/future-perfect/23904723/mindfulness-meditation-economy-mcmindfulness-capitalism-stress>

Zapata, E., Sepúlveda, C., & Arenas, H. (2010). La consultoría de gestión humana en empresas medianas. *Estudios Gerenciales*, 26(114), 149-168.
[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70106-6](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70106-6)

Zeligman, M., & Babb, K. (2023). Brief mindfulness practice and personal development in counselors-in-training. *Journal of Counselor Practice*, 14(1).
<https://doi.org/10.22229/aws8975024>

Anexos

Anexo 1 Cuestionario empleado

Este cuestionario va dirigido a responsables de RRHH de medianas y grandes empresas de Lima Moderna.

Perfil

1. Tipo de empresa: a.- Mediana () b.- Grande ()
2. Cantidad de empleados: _____
3. Actividad económica: a.- Comercio () b.- Servicios () c.- Transporte y comunicaciones () d.- Manufactura () e.- Otro tipo de actividad ()
4. Porcentaje de sus ingresos que destina a capacitación: a.- Menos del 1% () b.- Entre 1 y 2.5% () c.- Entre 2.6 % y 5% () d.- Más del 5% ()
5. Destino de la capacitación: a.- Gestión empresarial () b.- Acceso al financiamiento y su uso () c.- Herramientas digitales () d.- Temas técnicos productivos () e.- Otro destino ()
6. Periodicidad de capacitación promedio por colaborador: a.- Una vez al año () b.- De dos a tres veces al año () c.- De tres a cinco veces al año () d.- Más de cinco veces al año ()

Atributos considerados al seleccionar una empresa consultora de capacitación

7. Con una escala del 1 al 5, donde 1 representa la valoración más baja y 5 la más alta, ¿cuál es la importancia de cada atributo en la selección de una empresa consultora de capacitación?

a.- Reconocimiento y posicionamiento de la empresa en el sector	1	2	3	4	5
b.- Nivel de capacidad técnica y experiencias de los profesionales	1	2	3	4	5
c.- Personalización de la consultoría	1	2	3	4	5
d.- Diversidad de servicios y técnicas empleadas	1	2	3	4	5
e.- Facilidades en la disponibilidad de atención	1	2	3	4	5
f.- Herramientas tecnológicas empleadas	1	2	3	4	5
g.- Nivel de actualización de los recursos de capacitación utilizados	1	2	3	4	5

Nivel de disposición a demandar el servicio

8. ¿Consideras importante que el personal de la empresa que representas se capacite en mindfulness?
a.- Si () b.- No () **Si tu respuesta es negativa, culmina la encuesta.**

9. ¿Considerarías contratar los servicios de una empresa consultora orientada al desarrollo humano y vida espiritual? **Si tu respuesta es negativa, culmina la encuesta.**

a.- Si () b.- No ()

10. ¿Cuál sería la razón principal para demandar este tipo de servicio? **Solo puede seleccionar una**

a.- Reducir el estrés laboral () b.- Mejorar el clima laboral () c.- Incentivar la innovación y creatividad () d.- Incrementar la motivación y productividad ()

Disponibilidad a pagar de los potenciales usuarios

11. ¿Qué monto estaría dispuesto a pagar por hora de consultoría?

a.- Menos de S/. 500 () b.- Entre S/. 500 y S/. 750 () c.- Entre S/. 751 y S/. 1,000 () d.- Más de S/. 1,000 ()

Canales de prestación de servicios preferidos

12. ¿Dónde le gustaría la capacitación? **Solo puede seleccionar una**

a.- En la sede de la empresa consultora () b.- In company () c.- En espacios alternativos como centros de esparcimientos, parques, etc. () d.- De manera virtual ()

Anexo 2 Cálculo del tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

n = tamaño de muestra

Z = nivel de confianza, Z=1.96, correspondiente al nivel del 95%.

E = margen de error permitido, e=0.05.

N = tamaño de la población que representara la investigación (1,138 empresas).

P = probabilidad de responder correctamente.

Así, se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5) \cdot 1138}{0.05^2 \cdot (1138 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)} = 288$$