

**Plan de Negocios para el Montaje de un Centro de Asesoría y
Consultoría Psicológica del Programa de Psicología de la Corporación
Universitaria Tecnológica de Bolívar**

Cueto, G; Herrera, D; Simancas, M

**Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar
Programa de Psicología
Cartagena - Bolívar
Octubre 24 de 2003**

Titulillo: CAPSI

**Plan de Negocios para el Montaje de un Centro de Asesoría y
Consultoría Psicológica del Programa de Psicología de la Corporación
Universitaria Tecnológica de Bolívar**

Cueto, G; Herrera, D; Simancas, M; Fang, Y*

Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar

Programa de Psicología

Cartagena - Bolívar

Octubre 24 de 2003

* Directora

Titulillo: CAPSI

Tabla de contenido Gráficos

Nombre del gráfico	Página
Gráfico 1 Personas consultadas según el genero.	18
Gráfico 2 Acuerdo o desacuerdo a la creación de un centro psicológico.	18
Gráfico 3 Problemáticas a atenderse.	18
Gráfico 4 Interés por trabajar con el CAPSI (rectores).	19
Gráfico 5 Servicios educativos de interés para los rectores.	19
Gráfico 6 Servicios de preferencia de servicios educativos para los padres.	21
Gráfico 7 Conocimiento de servicios psicológicos (respuesta de mujeres).	29
Gráfico 8 Conocimiento de servicios psicológicos (respuesta de hombres).	29
Gráfico 9 Calificación de los servicios psicológicos (hombres).	30
Gráfico 10 Calificación de los servicios psicológicos (mujeres).	30
Gráfico 11 Población a la que se dirigirá los servicios (general).	32
Gráfico 12 Conocimiento de personas y/o Instituciones prestadoras de servicios de psicología clínica por parte de los hombres.	32
Gráfico 13 Conocimiento de personas y/o Instituciones prestadoras de servicios de psicología clínica por parte de las mujeres.	33
Gráfico 14 Medio de comunicación involucrado en el conocimiento de servicios psicológicos (hombres).	33
Gráfico 15 Medio de comunicación involucrado en el conocimiento de servicios psicológicos (mujeres).	33
Gráfico 16 Formas de pago de los servicios psicológicos.	34
Gráfico 17 Conocimiento de servicios psicológicos (colegios privados).	35
Gráfico 18 Conocimiento de servicios psicológicos (colegios públicos).	36
Gráfico 19 Convenios con instituciones prestadoras de servicios psicológicos.	36
Gráfico 20 Calificación del servicio recibido (colegios Privados)	38
Gráfico 21 Calificación del servicio recibido (colegios Públicos).	39
Gráfico 22 Servicios que les gustaría se les ofrecieran a los colegios	40
Gráfico 23 Precio de los servicios psicológicos (colegios Públicos)	41
Gráfico 24 Precio de los servicios psicológicos (colegios Privados)	41
Gráfico 25 Conocimientos de instituciones que brinden servicios	43

psicológicos (respuestas de instituciones médicas).	
Gráfico 26 Conocimientos de instituciones que brinden servicios psicológicos (respuestas de instituciones familiares y comunitarias)	43
Gráfico 27 Convenios con instituciones prestadoras de servicios psicológicos.	44
Gráfico 28 Servicios que les gustaría se les ofreciera a las instituciones	46
Gráfico 29 Servicios que les gustaría se les ofreciera a las instituciones	46
Gráfico 30 Precio de los servicios psicológicos instituciones de salud médica.	47
Gráfico 31 Precio de los servicios psicológicos instituciones de salud familiar	48

Tabla de contenido de Tablas

Nombre de la tabla	Página
Tabla 1. Tabla de Problemáticas a trabajar por psicólogos (hombres y mujeres).	31
Tabla 2. Tabla de precio dispuesto a pagar por los servicios psicológicos	34
Tabla 3. Tabla de razones de no convenio de colegios con instituciones	37
Tabla 4. Tabla de medios por los cuales con de instituciones de servicios psicológicos.	38
Tabla 5. Tabla de problemáticas a trabajar por un psicólogo@ en un colegio.	39
Tabla 6. Tabla de medio de difusión de los servicios psicológicos del CAPSI	42
Tabla 7. Tabla de problemáticas a trabajar por un psicólogo@ en una institución de salud	45
Tabla 8. Tabla de Medios de comunicación instituciones médicas	48
Tabla 9. Tabla Proyección de la demanda de la población del área clínica (zona sur occidental de Cartagena).	59
Tabla 10. Tabla Demanda instituciones de salud, Fuente DADIS	59
Tabla 11. Tabla Demanda Instituciones Educativas. Fuente secretaría de educación.	60
Tabla 12. Tabla Precio del diseño de la imagen corporativa del CAPSI	63
Tabla 13. Tabla de Costos de las Cuñas Radiales.	64
Tabla 14. Tabla de Valores por Clasificados en el Periódico “El Universal”	65
Tabla 15. Tabla de Presupuestos de Litografía.	66
Tabla 16. Tabla proyección de la oferta de servicios área clínica	71
Tabla 17. Tabla proyección de la oferta de servicios área educativa	72
Tabla 18. Tabla proyección de la oferta de servicios área clínica	73
Tabla. 19. Tabla requerimiento área clínica	74
Tabla 20. Tabla requerimiento área educativa.	75
Tabla 21. Tabla requerimientos área de la salud.	76
Tabla 22. Tabla artículos de oficina.	77
Tabla 23. Tabla equipos por departamentos	77
Tabla 24. Tabla de presupuesto de inversiones en activos fijos.	91
Tabla 25. Tabla de gasto de papelería.	92

Tabla 26. Tabla de Proyección Gastos Papelería.	92
Tabla 27. Tabla de Presupuesto de construcción de la sede	93
Tabla 28. Tabla de Presupuesto de mano de obra	94
Tabla 29. Tabla resumen de presupuesto de construcción del local	94
Tabla 30. Tabla de presupuesto arriendo del inmueble.	95
Tabla 31. Tabla de gasto de arranque construyendo el local	95
Tabla 32. Tabla de gasto de arranque arrendando el local.	95
Tabla 33. Tabla de presupuesto de adecuación de oficina.	96
Tabla 34. Tabla de servicios públicos.	96
Tabla 35. Tabla Gastos proyectados con construcción del local.	97
Tabla 36. Tabla de gastos proyectados con arriendo del local	97
Tabla 37. Tabla de proyección de ingresos área clínica	98
Tabla 38. Tabla de proyección de ingresos área educativa	98
Tabla 39. Tabla de proyección de ingresos área salud	99
Tabla 40. Tabla de utilidad operativa con gastos de construcción	100
Tabla 41. Tabla flujo de caja con gastos de construcción	100
Tabla 42. Tabla de utilidad operativa con arriendo del local	101
Tabla 43. Tabla flujo de caja con arriendo del local	101

Tabla de contenido de figuras

Figura 1. Logotipo producto.	51
Figura 2. Partes que conforman un estudio técnico.	69
Figura 3. Organigrama CAPSI.	84

*Tabla de Contenido**Resumen*

Introducción	1
Formulación del problema	21
Objetivo General	21
Objetivos específicos.	22
Variables	22
Método	24
Diseño.	24
Participantes	24
Instrumentos.	25
Procedimiento.	25
Resultados.	28
Análisis del mercado.	28
Estudio técnico.	69
Estructura administrativa.	82
Análisis económico y financiero	90
Análisis legal social	102
Análisis de riesgos e intangibles	104
Discusión	109
Referencias	116
Anexos	
Anexos A. Encuestas de sondeo	
Anexos B. Encuestas .	
Anexos C. Entrevistas semiestructuradas para profesionales.	
Anexos D. Portafolios de servicios.	
Anexos E. Formatos y cartas de los portafolios de servicios.	
Anexos F. Listas de los participantes.	
Anexos G. Cuadros del análisis económico y financiero.	
Anexos H. Plano del CAPSI.	
Anexos I. Resumen ejecutivo	

**Plan de Negocios para el Montaje de un Centro de Asesoría y Consultoría
Psicológica del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria
Tecnológica de Bolívar**

La psicología durante muchos años, en su empeño por lograr una efectiva aplicación del conocimiento científico acumulado y dadas las enormes demandas sociales, ha contribuido a la organización y creación de centros que garanticen los servicios psicológicos a las personas que lo soliciten (Lujan, 2002).

Los centros de atención son empresas encaminadas a brindar servicios psicológicos que fomenten la aplicación de conocimientos adquiridos sobre psicología en los ámbitos científicos, educativos y de la salud en la comunidad.

Con relación a lo anterior, en el mundo de hoy y particularmente en Colombia, es esencial hilar y fundamentar el balance social de todas las personas y principalmente de los profesionales, con miras a lograr mejores niveles de convivencia y calidad de vida. Si se prima el balance social de cada persona, sobre el balance económico, habrá más progreso y menos corrupción; en este contexto, las universidades tienen que trabajar incansablemente en fortalecer sus misiones en lo referente a la formación integral, que compromete los valores de las personas. Según Belinchón (2002) se requiere más acción comunitaria y compromiso con la suerte del colectivo social, de aquí surge la importancia de la creación de los centros de atención psicológica.

Al hablar de centros de atención psicológica, es importante hacer claridad al respecto de los servicios que la psicología puede prestar en éstos: asesoría y consultoría pedagógica, legal política, tributaria y en el área organizacional; diseño y elaboración de proyectos e investigaciones, asistencia clínica, programas preventivos, desarrollo psicométrico y en casos especiales elaboración de software (Aunsio, 2002). A continuación se explicará cada uno de estos conceptos:

La asistencia clínica es un servicio que engloba los procesos de evaluación, diagnóstico y tratamiento de diversas problemáticas psicológicas. Por asesoría se entiende al servicio prestado por una persona o grupo de personas que dan un dictamen de los problemas relacionados con las políticas, organización y métodos de una institución y fija los criterios que se tienen en cuenta para tomar decisiones respecto a

un asunto. En cambio la consultoría es servicio prestado por personas calificadas que ayudan a que el cliente identifique y evalúe problemas y elija las soluciones más adecuadas (Equipo Norma, 1997).

Por otra parte, la investigación es el proceso de descubrir las causas o consecuencias de ciertos acontecimientos o estudiar a fondo una situación; los proyectos, son un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente encaminados a la consecución de una meta y por último, la prevención que tiene como objeto disminuir las evidencias de enfermedad (prevención primaria), disminuir la prevalencia acortando el periodo de enfermedad (prevención secundaria), y de las secuelas y complicaciones de la enfermedad (prevención terciaria).

Al indagar y consultar en diferentes medios (Internet, folletos, documentos, ect) se encontraron diferentes tipos de centros de atención psicológica tales como:

El PSU (Proyección Social Universitario), en el cual se trabaja consultaría y asesoría a nivel empresarial, mercadeo, venta y publicidad, además, asesoría pedagógica, legal, gestión de proyectos de carácter social y gerontológico. Por otra parte también se encarga de asistencia clínica y jurídica (Facultad de Psicología de la Corporación Universitaria de Remington, 2000).

El CPA (Centro de Psicología Aplicada) de la Universidad Autónoma de Madrid, ofrece servicios de asistencia clínica a niños, adolescentes y adultos; desarrolla programas de prevención psicológica y de gestión del talento humano, además, elabora test psicométricos (Belinchón, 2002).

El SAPSICO (Servicio de atención Psicológica) de la Universidad de Granada de España, brinda servicios de programas preventivos y de asistencias psicológica bajo un enfoque cognitivo- conductual.

Existen centros que se dedican a atender una problemática en un área específica de la psicología, tal es el caso del centro Psicológico Apertura de Argentina, que ofrece asistencias clínica en trastornos de ansiedad (Bango, 1999).

El Centro Psicológico Belgrano de Argentina, el cual ofrece, asistencia clínica general a través de un servicio interdisciplinario compuesto por psicólogos y psiquiatras (Aunsio, 2002).

Indagando en la historia de los Centros de Atención Psicológica antes mencionados y por mencionar se encontró éstos pueden ser creados por psicólogos (as) independientes, por organizaciones de salud pública, privada o sin ánimo de lucro, por

instituciones universitarias o asociaciones interdisciplinarias de profesionales de la salud cobijados por entidades externas

Un ejemplo de centro psicológico cobijado por una Institución universitaria es el caso del Centro Psicológico de la Pontificia Universidad Católica de Chile –CEPUC.

El CEPUC es una organización de formación y asistencia psicológica abierta a la comunidad. Su misión fundamental ha sido impartir formación especializada en psicología clínica, convirtiéndose en uno de los principales centros de formación profesional a nivel nacional. Junto con la labor docente se ha desarrollado un modelo y equipo de atención altamente consolidado.

Los profesionales del CEPUC, de vasta experiencia clínica en las especialidades infantil, juvenil y adultos, desarrollan una labor de supervisión de psicólogos en formación como terapeutas, coordinación y atención directa de pacientes. El equipo de profesionales está conformado por psicólogos, psiquiatras, neurólogos, fonoaudiólogos y psicopedagogos, lo que permite ofrecer un modelo de atención integral. El CEPUC presta atención psicológica a público general y está abierto a establecer convenios con empresas, instituciones o colegios que quieran brindar este recurso a sus trabajadores o familias (Sharif, 2002).

Entre los casos de centros de atención Psicológica en Colombia se encontró:

El centro de Servicios Psicológicos de la Universidad Pontífice Bolivariana, de Bucaramanga, brinda a la sociedad la orientación y el apoyo psicológico necesario para la prevención, mantenimiento y recuperación del ser humano como entidad bio-psico-social y espiritual que es; fomenta la formación y el cambio de actitudes y valores que estimulen el desenvolvimiento personal, social y académico de los integrantes de la comunidad universitaria; ofrece servicios psicológicos fuera del ámbito universitario que contribuyan a la transformación personal – social de los bumanguenses y abre campos de práctica para el programa de Psicología de la Universidad a través de la prestación de servicios profesionales a empresas, organizaciones, instituciones educativas y de salud (Álvarez, J y Ocampo, T, 2001).

Los Centros de Atención Psicológica de las Instituciones Universitarias tienen la posibilidad de ser utilizados como medios para la investigación psicológica, el

desarrollo del conocimiento práctico del psicólogo(a) de pregrado y postgrado o la proyección social de la institución en la que este inmerso, como es el caso del servicio de atención psicológica (El S.A.P.) de la Universidad Nacional sede Bogotá es un medio para la formación integral del individuo, por lo tanto, va más allá de los objetivos académicos, estimulando el desarrollo de aspectos personales y sociales, donde se conjugan el ejercicio docente, la investigación y la extensión universitaria. Durante los 20 años de funcionamiento, el Servicio ha extendido gradualmente su labor de extensión solidaria a otros sectores de la comunidad (estudiantes de otras facultades, docentes, personal administrativo), así como a la población en general. Igualmente la labor docente se ha ampliado, incluyendo además a estudiantes de otros semestres quienes realizan pre-prácticas desempeñándose como observadores, auxiliares y/o co-terapeutas (Rodriguez, 2002)

Además, otros beneficios que poseen los centros de atención psicológica es que sirven como medios de aplicación de conocimientos en las diferentes áreas de la psicología, en las cuales algunos de los centros tienen la peculiaridad de especializarse en un área, como en el caso del Centro de Estudios y Tratamientos Psicológicos (CETRAP) que se ha especializado en área clínica tanto legal, como psicoanalítica, realizando diagnóstico y rehabilitación de diferentes enfermedades mentales (Blanes, 2000). Mientras que otros, se especializan en diferentes áreas como El Centro de Psicología Aplicada (CPA) que es un centro autofinanciado cuyos objetivos generales son la realización de actividades asistenciales, formación e investigación, en los ámbitos clínico y de la salud, organizacional y educativo (Belinchón, 2002).

Una de las funciones que pueden tener los Centros de Atención Psicológica es ser medio de proyección social de la institución, como ejemplo, El Centro de Servicios Psicológicos es una unidad adscrita a la Escuela de Psicología de la Universidad del Valle creada con el objetivo de responder a las necesidades de la comunidad regional en las áreas de competencia de la psicología a través de la prestación de servicios especializados a nivel de asesoría, intervención y formación tendientes al desarrollo integral de personas, grupos, organizaciones y comunidades (Barona, 2001).

Otro de los beneficios, es la facilidad para realizar asociaciones o contratos con instituciones no educativas que requieran los servicios psicológicos que estos ofrecen, lo que hace que se puedan llevar a cabo una gran cantidad y variedad de programas en

caminados a mejorar el bienestar de las personas. Esto se relaciona directamente con el apoyo que existe entre directivos, decano, docentes y estudiantes que laboran en la facultad; lo que se puede observar en el Servicio de Atención Psicológica de la Universidad Nacional es que esta conformado por un director, cuatro supervisores-profesores, practicantes de psicología (Rodríguez, 2002).

Asimismo, se puede mencionar que, los Centros de Atención Psicológica son medios para que las universidades manejen la interdisciplinariedad entre sus facultades, como lo hacen los Consultorios de Psicología de La Universidad Santo Tomas (quienes brindan servicio psicológico a la comunidad en especial a la familia), los que, además de ser utilizado como sitio de practicas profesionales y de utilizar varios modelos de intervención, están conformados por psicólogos, abogados, administradores de empresa y practicantes, quienes cumplen funciones asistenciales, de investigación, docencia y administrativas (Facultad de Psicología de la Universidad de Santo Tomas, 2002).

En contraposición de todos los beneficios aportados por los Centros de Atención Psicológica a las Instituciones Universitarias, éstos también tienen como característica generar ingresos sólo para el mantenimiento del centro, lo que puede estar relacionado por la venta de sus servicios a un muy bajo costo o gratuito debido a las condiciones de la población a las que se les brinda (la cual es generalmente de escasos recursos). Lo que a su vez influye en que no se puedan suministrar los servicios en más de cuatro ámbitos.

En el II Encuentro Nacional sobre servicios de atención Psicológica universitarios realizado en Malagá (España) los días cinco y seis de octubre de 2000 , dieciocho representantes de los veintisiete Centros de Servicios de Atención Psicológicas universitarios (SAP), que hay en España, llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Respecto a los objetivos de un Servicio de Atención Psicológica son el ofrecer un servicio de promoción y de asistencia (diagnóstico en intervención de problemáticas), formativo y de investigación. Esos son los objetivos siempre comunes, la diferencia es de grado en cuanto a la acentuación mayor o menor en algunas de esas funciones, así como el modelo teórico en el que sustentan sus intervenciones y la metodología (acerca de cómo organizar un centro de orientación de forma tal que se logre eficiencia y efectividad). Se constata el uso de esos servicios por una necesidad de formación especializada, de manera fundamental con licenciados en cursos de tercer ciclo, pero también de alumnos del último año en prácticas, y de formación continua de

los propios profesores, en una práctica profesional que la Universidad difícilmente permite de otra manera. Esta función lleva necesariamente a una segunda función asistencial añadida, ofrecer un servicio psicológico a personas que no lo pueden obtener en otras entidades, o bien un tipo de servicio muy especializado y puntero que sólo la Universidad podría ofrecer, es decir, encaminada al bienestar comunitario. En tercer lugar, una función de investigación sobre casos clínicos reales, con personas que sufren problemas psicológicos y necesitan soluciones; de forma tal que se puedan realizar investigaciones con mayor validez externa, con poblaciones que no sean las habituales "muestras de estudiantes voluntarios", y que investiguen sobre formas de tratamiento e intervención psicológica que demuestren su efectividad.

2. El tipo de población que se atiende generalmente abarca: alumnado, profesorado y personal de la administración y servicios de las universidades, aunque estén abiertos a la población en general donde se realiza intervención individual, en grupo, de pareja y familiar. Sin embargo, los porcentajes reales de usuarios son mayoritariamente estudiantes. En ocasiones, se ofrecen servicios a otras entidades y organizaciones, como cursos de formación, programas preventivos y convenios para desarrollar una aplicación concreta.

En todos ellos el personal fundamental está formado por profesores, en muchos casos como voluntarios, a los que se unen profesores que realizan tesis doctorales, programas subvencionados, o convenios con otras entidades. En algunos de ellos han conseguido personal contratado –psicólogos (as) licenciados(as)- que realizan en los centros su labor clínica diariamente. En todos los casos hay también colaboradores, becarios y alumnos en formación, que permanecen ligados al servicio en distintos programas y funciones. En muy pocos casos cuentan con secretario (a) o personal administrativo.

3. En cuanto a su estructura formal, desde un punto de vista técnico permanecen ligados a las Facultades o Departamentos de Psicología, con mucho voluntariado por parte del profesorado. En algunos otros, existen una dependencia económica de los servicios centrales de la Universidad, generalmente vicerrectorados de asuntos sociales, extensión universitaria, etc. Sólo en casos excepcionales, son centros independientes con su propia organización y autofinanciación, ofreciendo sus servicios como centro a la Universidad.

El mantenimiento económico y organizativo a largo plazo de estos servicios es lo que resulta más difícil. Por la forma en que se han creado y han ido evolucionando, aquellos que tienen más historia, siempre hay un comienzo "voluntarioso" por parte de algunos profesores, si no se planifica una continuidad como servicio institucional decaen o no pasan de esa etapa de supervivencia. La dependencia económica de servicios centrales universitarios les da cierta permanencia, al igual que la autofinanciación parcial al cobrar las sesiones a los precios mínimos del mercado y se incorporan al presupuesto de la Universidad y la Facultad.

Cuando esos servicios se expanden y son muy conocidos por la población universitaria llegan a un punto de saturación, pueden ofrecer una determinada cantidad y calidad de servicio dentro de sus posibilidades de personal, pero su desarrollo queda limitado por la falta de financiación completa, falta de una estructura de personal permanente, y las dificultades de crecer en espacios dentro de la propia universidad. Los centros independientes, autofinanciados y con personal propio ofrecen una alternativa que se ha desarrollado en muy pocas universidades (Valero, 2000)

Los puntos antes mencionados son los parámetros que según el II Encuentro Nacional sobre servicios de atención Psicológica universitarios realizado en Málaga (España), deben poseer todos los Centros de Servicios de Atención Psicológicas universitarios de España, lo cual sirve como referente para todos los Centros en Ibero América.

Como se mencionó anteriormente, entre las características básicas de los centros de atención psicológica, se encuentra su sustento en un marco teórico y metodológico que define un enfoque psicológico: sistémico, cognitivo, psicodinámico, conductual, cognitivo conductual, etc.

Entre los enfoques antes mencionados, el enfoque cognitivo conductual se erige cada año más dominante entre las propuestas psicoterapéuticas y su eficacia y eficiencia en la práctica clínica es cada vez más reconocida en las investigaciones sobre diversos trastornos de gran incidencia actual, tales como: depresión, adicciones, ansiedad, trastornos de pánico, agorafobia, fobia social, disfunciones sexuales, etc. así como sobre muchos problemas, tales como la violencia, la ira, las inhibiciones, los conflictos de pareja y otros.

Algunas de las características prácticas más destacadas de este modelo psicoterapéutico son: Su brevedad, su enfoque centrado en el presente, en el problema y en su solución, su carácter preventivo de futuros trastornos, el estilo de cooperación entre paciente y terapeuta, la importancia de las tareas de auto-ayuda a realizarse entre sesiones (Williams, 2001).

Contrariamente a lo supuesto por algunos, este enfoque apunta al acceso a estructuras muy profundas y a su modificación, con resultados comprobados muy sólidos y perdurables. La década de los 90 nos muestra adicionalmente una decidida y creciente tendencia a la integración de los aportes de las diversas corrientes psicoterapéuticas en la búsqueda de un abordaje específico y más efectivo para cada tipo de patología, con un énfasis en la prevención, el incremento de la labor interdisciplinaria y la creciente participación del enfoque de la corriente cognitiva conductual como eje de dicho proceso.

En la práctica actual ha alcanzado un gran reconocimiento la incorporación al modelo cognitivo conductual de las técnicas y recursos de las corrientes humanistas y experienciales, especialmente del psicodrama (Obst Camerini, 2000) y la terapia gestalt. También ha sido muy importante la integración del abordaje social y el enfoque de las terapias sistémicas del M.R.I. y la investigación del proceso interpersonal paciente-terapeuta planteada por Jeremy Safran (1998), entre otros aportes significativos.

En cuanto al promedio de personas que atienden los centros de atención psicológica conservan muchas diferencias: Durante los primeros cinco años de funcionamiento del COAP por ejemplo han sido atendido mas de 4 000 personas, cuatro comunidades y tres instituciones a través de 18 programas de servicios y 36 especialistas. Han participado en sus prácticas de producción más 200 estudiantes de los diferentes años de estudio de la Facultad de Psicología. Se han realizado cuatro encuentros con especialistas suizos y costarricenses, han cursado entrenamiento un español, tres brasileños, una Argentina y un profesor español especialista en la educación a niños y niñas con síndrome Down que impartió cuatro conferencias. En la actualidad pasan un entrenamiento tres psicólogos griegos y una obstetra peruana. En estos momentos realizan sus prácticas sistemáticas, sus trabajos de tesis de diploma o colaboran voluntariamente, más de 70 estudiantes de la facultad de psicología, los que conjuntamente con sus profesores, garantizan los servicios que se realizan en el centro (Vega, 1998).

El centro “Huerta del Rey”, especializado en la identificación seguimiento, formación e investigación de la superdotación intelectual, aspectos en los aspectos en los aspectos. Ha atendido más de 400 intervenciones en radio, televisión y prensa; más de 750 niños y jóvenes identificados de toda de toda España, más de 200 cursos, conferencias nacionales e internacionales y han realizado más de 100 artículos en libros y revista.(Benito, 2000).

Por otra parte en Colombia el instituto UNISABANA CASA CHIA, en convenio con la Alcaldía de Chía, ha brindado sus servicios a ocho colegios oficiales – con una población aproximada de 3.459 estudiantes, 171 profesores y padres de familia – el Hospital San Antonio, de Chía, dos ancianatos, dos fundaciones y entidades públicas y privadas de esta zona del departamento, se han beneficiado de los programas que ofrece el Centro de Servicios de Psicología, abordados desde la psicología clínica y educativa. Desde la Facultad de Psicología, 1.600 padres de familia han realizado los Talleres de Escuela de Padres, como parte del programa Familia e Infancia, que trabaja conjuntamente con el área social – organizacional de la facultad, y el programa de protección de la familia y al niño, a través de la formación de adultos del ICBF (Lujan, 2002).

En el caso de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar de Cartagena, el Departamento de Servicio a la Comunidad, tiene como principal razón de ser el servicio de consulta individual él donde se presta orientación y consejería psicológica. Durante el primer semestre del presente año 2002, se atendieron 186 personas, atiendo más al alumnado (157 personas) en sesiones de una hora cada una. Los motivos de consulta son muy variados, pero los más frecuentes fueron problemas familiares, rendimiento académico, y orientación profesional.

Retomando todo lo expuesto anteriormente, en las universidades que poseen facultad de psicología, a nivel internacional y nacional, se ha observado la necesidad de crear centros donde el estudiante ponga en práctica los conocimientos teóricos adquiridos (mejorando así el nivel de aprendizaje), a la vez que se contribuye con el bienestar comunitario que hace parte de la formación integral impartida por las instituciones de educación superior.

Pero para que un centro de atención psicológica pueda ser promovido por una universidad y cumpla con las funciones antes mencionadas, se deben realizar una serie

de análisis de los diferentes factores que intervienen en la puesta en marcha del nuevo negocio o empresa.

Una empresa es un conjunto de elementos organizados de producción orientados a un fin concreto, por sí sola, la empresa carece de sentido, por lo tanto necesita de individuos (clientes) que consuman los resultados que producen. Para esto las empresas necesitan de ciertos niveles operacionales como son: actividades, proyectos, programas y planes. Esta línea de acción va de lo específico (actividad) a lo general (plan), y requiere una complementariedad entre cada nivel (Cerda, 1996).

En el primer nivel del proceso operativo se encuentra la actividad que se describe como un conjunto de acciones o tareas que se realizan en el desarrollo de un proyecto, sin las cuales sería difícil cumplir con los objetivos planteados.

En cambio, el proyecto es conjunto de actividades, planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos, tiene como objeto crear un producto o servicio único. Teniendo en cuenta esta definición se puede observar que el proyecto tiene como características: persecución de uno o varios objetivos integrados entre sí y estructurados (que en general es satisfacer un conjunto de requisitos técnicos, a un coste dado en las condiciones más eficientes); actividades planificadas, ejecutadas y supervisadas (vinculadas entre sí), disponibilidad limitada de recursos (para buscar la eficiencia del uso), limitación de tiempo (debe ser acotado en términos de principio y fin aunque sus resultados pueden ser infinitos) y por último el proyecto debe ser de resultado único, es decir, que exige hacer algo nuevo y único en su género y no reproducir resultados de otras actividades (Domingo, 2000).

Con relación a los proyectos, se debe tener en cuenta que el proyecto no es un bien o servicio de la empresa, es un conjunto de actividades orientadas a un fin mercantil, pero no el fin en sí mismo. Por esta razón dentro del proyecto se sigue un proceso.

El proceso proyectual concibe en primera instancia obtener un resultado en forma de bien o servicio para un destinatario o cliente. Segundo, el destinatario impone una serie de especificaciones que deben cumplirse para considerar el resultado del proyecto como válido. Tercero, se debe hacer uso de un conjunto de recursos (materiales y humanos) sometidos restricciones de tipo económica y temporal y por último la dirección del proyecto persigue la correcta planificación, ejecución y supervisión de actividades que permitan alcanzar los objetivos del mismo.

Hay diferente tipos de proyectos: clásicos (realización de una serie de documentos que definen el trabajo a realizar en el futuro se les conoce como anteproyectos),

proyectos de investigación, los cuales aportan un conjunto de conocimientos nuevos en una disciplina o materia concreta; estudios y análisis (análisis de la información disponible acerca de los aspectos técnicos, económicos o sociales de un problema), estudios de viabilidad (pone de relieve aspectos considerados antes de realizar un proyecto definitivo) y proyectos industriales, estos comienzan y terminan en sí mismos, dando lugar a un producto o servicio terminado (Domingo, 2000).

Por otra parte, los proyectos involucran aspectos que surgen de los objetivos del destinatario, recursos disponibles, restricciones y entorno donde se lleva a cabo. Para esto se dividen en cuatro dimensiones: técnica, económica, comercial y estratégica.

La dimensión Técnica hace referencia a la adecuación del resultado del proyecto a los objetivos del destinatario. La dimensión económica, involucra aspectos de costes e ingresos (en donde el primero no debe superar al segundo) permitiendo que el proyecto sea económicamente razonable. En la dimensión comercial, la empresa proporciona una imagen frente a sus potenciales clientes y facilita la reutilización para otros proyectos. Finalmente, la dimensión estratégica hace referencia a que si el ejecutor de un proyecto es una empresa, está llamada a perdurar en el tiempo realizando acciones que le permitan seguir compitiendo en el mercado en las mejores condiciones en el mayor tiempo posible.

Domingo Ajeno (2000) postula además, que para que una empresa perdure en las mejores condiciones es necesario que lleve a cabo proyectos que le generen beneficios (que no siempre son de tipo económico sino que también social). A su vez, para obtener beneficios es necesario incurrir en una serie de costes que es el valor de factores de producción que se ponen un juego y se consumen para realizar una actividad (destrucción o inutilización de un recurso), en cambio el gasto se refiere al intercambio de un factor de producción por otro.

Por supuesto, cuando se incurren a costes es porque se quieren obtener ingresos (bienes materiales, prestigio social, etc.). La diferencia obtenida entre los ingresos obtenidos y los costes es lo que se denomina margen, que resulta positivo cuando se ha consumido menos de lo que se ha recuperado en ingresos y es negativo cuando los ingresos no han sido suficientes para compensar los costes.

Por otra parte, para que un proyecto sea exitoso es necesario que siga una serie de pautas o fases en su ciclo de vida, estas fases son: detección de oportunidades, donde se trata de detectar la posibilidad de un futuro contrato investigando las oportunidades que hay en cuanto al cliente (qué necesitan), mercado (dificultades) y producto o servicio

(características); la segunda fase es preparar la oferta se prepara la documentación que permite al cliente juzgar la idoneidad del ofertante para la realización de trabajos, así como fijar el precio de los mismos.

Una vez realizada la oferta, se debe realizar una nueva evaluación crítica de la misma, tras este análisis, se hace una última decisión acerca de la conveniencia de presentar o no la oferta. Luego se realiza la evaluación de esta por parte del cliente que puede dar lugar a tres tipos de respuestas: adjudicación del contrato, la no adjudicación del contrato (supone un rechazo de la oferta) y revisión de la oferta (cambiar algunos aspectos del contrato, abriendo un nuevo periodo de presentación de ofertas). Luego sigue la fase de ejecución de las actividades y la última fase, la de cierre, en donde se efectúa la culminación del proceso proyectual y el balance del mismo (Domingo, 2000).

En un nivel superior del proyecto, se encuentra el programa que es un conjunto de proyectos relacionados entre sí, el cual se caracteriza principalmente porque implica una distribución y ordenamiento de las partes constituyentes de un todo orgánico, teniendo por esta razón, metas y objetivos de un plan que deberá cumplirse dentro de un determinado tiempo.

Mucho más global y general que todos los anteriores, se encuentra el plan, que hace referencia a un amplio conjunto de fines, objetivos, medios, instrumentos, metas, recursos, etc. para alcanzar los objetivos que tienen que ver con el desarrollo de un área. En los planes se repiten las mismas fases y estructura de un programa y aun de un proyecto, pero su cobertura y alcance son mayores (cerda, 1996).

Complementando el anterior concepto, un plan de negocio es la información básica para planificar una nueva actividad empresarial, un nuevo producto o un nuevo servicio. Este tiene como objetivo aclarar ideas, cuantificar estimaciones de costes e ingresos esperados y transmitir lo anterior a las fuentes de financiación. Además debe: acotar las áreas de interés, caracterizar el producto y el entorno, identificar a los clientes, identificar ventajas y desventajas competitivas, determinar cómo se va a gestionar el proceso y quienes son los responsables, estimar costes, ingresos, margen, beneficios y tiempo.

Según Barela (2001), el plan de negocio busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco preguntas que todo empresario, inversionista, financista proveedor, comprador, etc, desea resolver:

- a) ¿qué es y en qué consiste el negocio?
- b) ¿quién dirigirá el negocio?

c) Cuáles son las razones y causas del éxito?

d) Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?

e) ¿qué recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y qué estrategias se van a usar para conseguirlos?

En este sentido, el plan de negocio es un proceso de darle al negocio una identidad, una vida propia. Es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo de proyectar la empresa en el futuro, de prever dificultades y de identificar posibles soluciones a las coyunturas que pueden presentarse.

Al elaborar el plan de negocio, el empresario, además de tener en cuenta las cinco preguntas, debe lograr tres atributos básicos:

a) Disponer de un excelente producto / servicio con suficientes clientes dispuestos a adquirirlo.

b) Contar con un excelente grupo empresarial y un excelente grupo humano en lo técnico y administrativo.

c) Tener bien definidas las formas operaciones, requerimiento de recursos, resultados potenciales y estrategias que permitan lograr todas las estrategias previstas.

Si estos dos grandes aspectos (Las cinco preguntas y los tres atributos) se logran dilucidar con claridad, el plan de negocio estará bien elaborado y permitirá tomar decisiones.

El proceso de elaboración del plan de negocio indicado por Barela (2001) implica una serie de etapas de análisis interrelacionadas con retroalimentación permanente que obliga muchas veces la repetición de las mismas, las cuales inician con la oportunidad de negocio hasta que el negocio este en operación. Las etapas son:

1. Análisis de mercado: determina la existencia real de clientes con pedidos, disposición de estos para pagar el precio establecido, determinación de la cantidad de demanda en términos de poder elaborar una proyección de ventas, aceptación de las formas de pago, validez de los mecanismos de mercadeo y veta previstos, identificación de los canales de distribución que se van a usar, identificación de las ventajas y desventajas competitivas, etcétera. Incluye análisis del entorno económico y comercial en el cual se va a mover el negocio. Es la etapa más difícil del proceso.

2. Análisis técnico: define la posibilidad de lograr el producto o servicio deseado en la cantidad, la calidad y el costo requerido. Identifica procesos productivos, proveedores de materias primas, equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, sistemas de control, formas de operación, consumos unitarios de materias primas, insumos y servicios, distribución de planta y de equipos, requerimientos de capacitación del recurso humano, etcétera.

3. Análisis administrativo: define las necesidades del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y los estilos de dirección, los mecanismos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados, y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

4. Análisis legal y social: posibilidad legal y social que existe, para que se establezca y opere. Temas como permisos, reglamentaciones, leyes, obligaciones, efectos sociales, tipo de sociedad, responsabilidades, entre otros, para visualizar la factibilidad de cumplir con los elementos legales y evitar las incidencias negativas sobre la comunidad.

5. Análisis económico y financiero: determina las características económicas del proyecto: necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, utilidad, puntos de equilibrio contable y económico, posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado. Determinar necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de éstas y las posibilidades de acceso a las mismas.

6. Análisis de riesgos e intangibles: analiza los efectos que cambios potenciales en las variables básicas del proyecto pueden generar en los indicadores de factibilidad. Igualmente, analiza al menos cualitativamente, aquellas variables que no han podido ser en todas las etapas anteriores y determina qué dificultades pueden crear aquéllas en el futuro negocio.

Con los diversos referentes que se tienen al respecto de otros centros de atención psicológica como el de la Pontificia Universidad Javeriana o el de la Universidad de la Habana, se observa la necesidad de realizar un plan de negocios para el montaje de un Centro de Atención Psicológica en la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, siendo que las experiencias y resultados previamente mencionados han sido realmente positivos, para dichas universidades y sus respectivas facultades de psicología; y es que

teniendo en cuenta la escasa proyección social que posee la facultad de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, el gran potencial intelectual que esta maneja y la situación social que aqueja a Cartagena, se ha considerado como conveniente la creación de un Centro de Atención Psicológica que fomente el conocimiento del potencial que posee el psicólogo. La función social de la educación en la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar concebida como un compromiso para el servicio a la comunidad a partir de valores como la responsabilidad y la solidaridad. Esta función social nos compromete a planear estrategias de acercamiento con los miembros de la comunidad.

De acuerdo con el anterior principio, la Tecnológica ha establecido a nivel de formación de sus estudiantes, los seminarios socio humanísticos como estrategia para contextualizarlos con su realidad social en cuanto responsabilidad histórico política, reflexión crítica y liderazgo entre otras, para formar al profesional como un agente de cambio. También se destaca la labor de otras áreas como la Dirección de investigaciones en el sentido de apoyar el desarrollo económico, social, de salud y educación, entre otros, de los municipios en Bolívar.

A pesar de estos esfuerzos, los resultados en las auto evaluaciones y los diagnósticos realizados por otras instituciones muestran como regular el factor que evalúa las relaciones de la entidad con el entorno. Según lo anterior falta integrar aun más, los equipos interdisciplinarios para que conjuntamente con la comunidad, se planeen e investiguen y se busquen soluciones a algunos de los problemas que existen en la ciudad.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta, es que los estudiantes desconocen en gran medida los problemas que afectan a la comunidad, aunque la practica profesional es un medio para identificarlas no se alcanza a cubrir todas las instancias, perdiendo una importante oportunidad de extensión a la comunidad (la que podría generar la capacidad investigativa, necesaria en el psicólogo), que se cubriría si se fomenta la participación de todos los integrantes de la facultad.

Además, muchas personas desconocen que el estudiante formado en La Tecnológica está capacitado en algunas áreas de diagnostico e intervención manejadas por la Psicología (Psicología educativa, clínica, social y organizacional), por lo que la creación del centro podría se conozcan y se cambie la imagen de psicólogos con formación solo organizacional que se tiene en el mercado.

No ajenos a las demandas proporcionadas por el medio, en el año de 1997, la facultad de psicología de **LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**, elaboró un proyecto denominado “CESIP” centro de servicios e investigación psicológica, con el cual se pretendía suplir la necesidad de proyectar socialmente a la facultad y mostrar sus diversos campos de acción, en los cuales se destacó la labor del área de Dirección de investigaciones cuyo sentido fue el de apoyar el desarrollo económico, social, de salud y educación entre otros, de los municipios en Bolívar.

A pesar de estos esfuerzos, los resultados en las autoevaluaciones y los diagnósticos realizados por otras instituciones, mostraron como regular el factor que evalúa las relaciones de la entidad (Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar) con el entorno. Según los resultados arrojados por la evaluación faltó integrar aun más los equipos interdisciplinarios, para que conjuntamente con la comunidad, se planearan e investigaran y buscarán soluciones a algunos de los problemas que existen en la ciudad.

Otro aspecto que se tuvo en cuenta, fue que los estudiantes desconocían en gran medida los problemas que afecta a la comunidad, aunque la practica profesional es un medio para identificarlas no se alcanzaba a cubrir todas las instancias perdiendo una importante oportunidad de extensión a la comunidad.

Por eso en aquel entonces se concluyó que, la universidad estaba aunando esfuerzos para dirigirse a la comunidad a través de investigaciones sistemáticas que orientan la accionen el medio social, no se conocía objetivamente la población en cuanto a sus problemáticas particulares y su potencial desarrollo.

De aquí surgió la iniciativa de crear un centro de atención psicológica para la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar que manejara los diferentes campos de acción que en la institución se infunden como son: el área clínica, en la cual se pretendió implementar una serie de consultorios clínicos; el área educativa pretendió prestar servicios psicológicos en las comunidades educativas de primaria y bachillerato; el área organizacional buscaba apoyar a las organizaciones en cuanto a los servicios inmersos en esta y el área social, estaría en función del apoyo psicológico a las comunidades.

Dicho proyecto por diversas circunstancias no vio la luz, pero sirve de conexo para mostrar el gran interés que despierta dentro de la facultad la implementación de un

centro que permita mostrar el excelente producto que se esta originando dentro de la misma.

Con motivo de identificar el grado de aceptación que tendría dentro de la comunidad la creación del centro de atención psicológica de la facultad de psicología de **LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**, se elaboraron una serie de encuestas de sondeo las cuales por su misma naturaleza no presentan coeficientes de confiabilidad y su validez es solo de contenido (ver anexos A) basadas en la información obtenida a través de la revisión de distintos centros de atención psicológica a nivel internacional, nacional y local y la información de los competidores potenciales que son psicólogos que ofrecen sus servicios en el área clínica, educativa y de la salud que suman alrededor de 260 psicólog@s.

Los resultados arrojados por las encuestas fueron los siguientes:

En el área clínica, se aplicaron 197 encuestas, en 16 Barrios de la ciudad de Cartagena, entre los que se encuentran: Gaviotas, pie de la popa, Manga, Bosque, socorro, San Fernando, el rodeo, el Recreo, Simón Bolívar, Zaragocilla, Bocagrande, San José de los Campanos, entre otros.

De la muestra el 53% eran hombres y el 47% mujeres; el 94% de los encuestados están de acuerdo con la creación del CAPSI ya que sería un medio para que ayudaran a la gente, y solo un 6% piensa que las personas no lo necesitarían (ver gráfico 1 y 2).

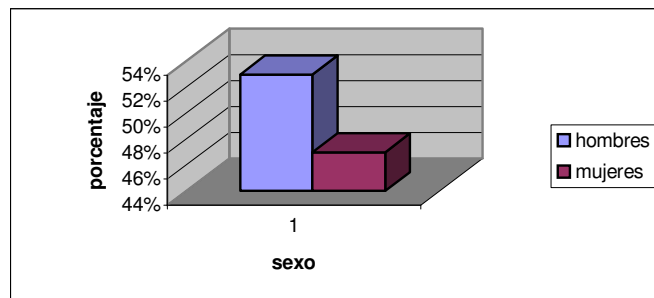


Gráfico 1 personas consultadas según el genero

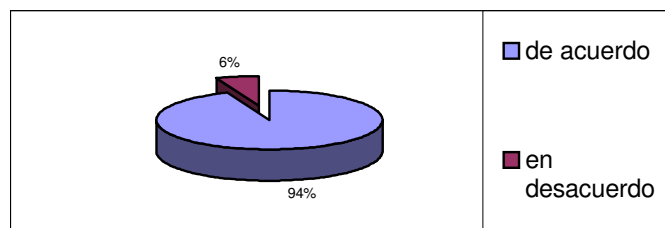
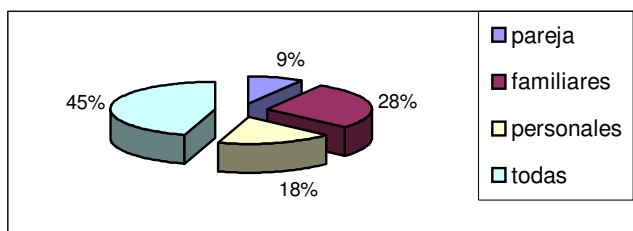


Gráfico 2 Acuerdo o desacuerdo a la creación de un centro psicológico

Del 94% de la personas que están de acuerdo el 84% asistiría al centro con dos objetivos principales: recibir ayuda (52%) y recibir orientación (34%).

Los problemas que según los encuestados deben atenderse son: de pareja (8%), personales (17%), familiares (26%) y todos (42%) (ver Gráfico 3).



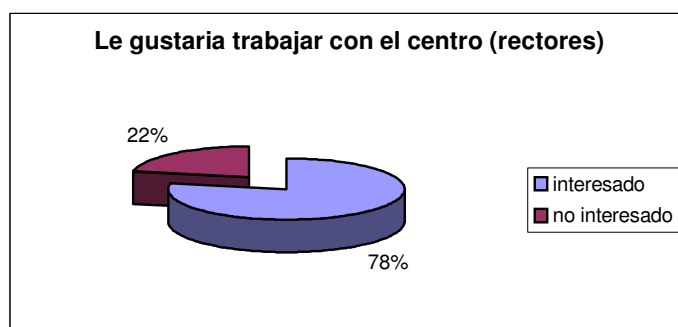
Gráfica 3 Problemáticas a atenderse en el área clínica

El lugar para ubicar le centro según los resultados son Ternera con un 42%, Manga 36%, avenida Pedro de Heredia 16% y el centro 6%; además el horario para la atención se encontraría entre lunes a viernes de 2-6pm (54%) y 8-12m (23%).

El promedio de dinero que están dispuestos a pagar por consulta es de \$5.500 aunque hay un 17% de personas que opinión que el servicio debe ser gratis.

En el área educativa, se seleccionaron 30 colegios de la Ciudad de Cartagena, de estrato medio bajo, medio y alto, de los cuales contestaron 9 rectores, 74 alumnos y 22 padres de familia.

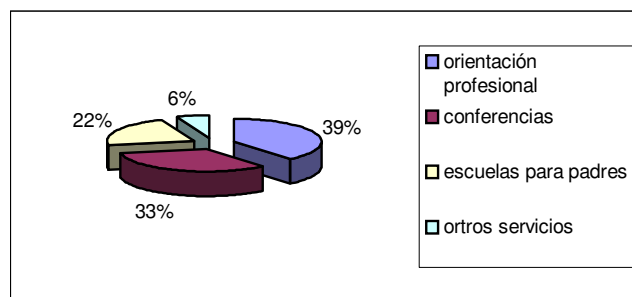
La encuesta de los rectores arrojó los siguientes datos: el 78% de l@s rectores (as) les interesaría trabajar conjuntamente con el CAPSI, el 22% no esta interesado (ver Gráfica 4).



Gráfica 4 Interés por trabajar con el CAPSI (rectores)

Los interesados solicitan los servicios de Orientación profesional y vocacional (39%), un 22% que se realizaran escuela para padres, un 33% conferencias y talleres

dirigidos a padres, estudiantes y directivos y un 6% otros servicios como programas de educación sexual (ver Gráfica 5).



Gráfica 5 Servicios educativos de interés para los rectores.

Así mismo sugieren que estos servicios se dirigieran a padres de familia (20%), alumnos (26%), profesores (13%), directivos (7%), Todas las anteriores (27%)

También creen que el horario más conveniente para realizar las actividades sería: de lunes a viernes de 2-5pm (un 38%) y los sábados (un 62% de los encuestados). Además, un 62% de los rectores piensa que estas actividades se deben ofrecer dentro de sus instituciones y el 43% de estarían dispuestos a pagar por dichos programas y un 57% no.

Del grupo de padres de familia el 77% esta de acuerdo en asistir a consulta psicológica, y un 23% no; les interesaría que se atendieran las siguientes problemáticas: 41% de tipo familiar, 26% de tipo personal, 31% de pareja y el 2% otros.

La mayoría de los padres les gustaría que el CAPSI estuviera ubicado en la sede de Manga de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar con un 50% y el 35% esta de acuerdo en que debe ser en la sede de Ternera en otros lugares el 15%.; además el servicio consideran que se debe prestar de lunes a viernes de 8 a 12 m (55%) y de lunes a viernes de 2 a 6 pm (35%) y en otros horarios como sábados y domingos (10%).

Así mismo afirma un 81% de los padres de familia que les interesaría que el colegio donde se encuentran sus hijos trabajará conjuntamente con el Centro de Atención psicológica de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar; y sugieren que este Centro preste los siguientes servicios en grado de pertinencia: Programas de Orientación profesional, Escuela para Padres de familia, conferencias y talleres dirigidos a padres, estudiantes y directivos y el servicio de atención y consultoría individual.

Con respecto a los resultados de las encuestas aplicadas a los alumnos y alumnas se encontró lo siguientes: el 72% de estos les interesaría asistir a consulta psicológica en el CAPSI y solo un 28% no lo esta. El 36% de los alumnos les gustaría que se atendieran los problemas familiares y personales, de pareja un 22% y un 6% otros.

Esta atención siguieren que se debe realizar en la sede de Manga de la Corporación Universitaria tecnológica de Bolívar (67% de los encuestados), en Ternera (el 23%) y en otros sitios el 6%.; en los siguientes horarios: de lunes a viernes de 2 a 6 PM principalmente y como segunda opción de lunes a viernes de 8 a 12 m.

Los interesados solicitan los servicios de Orientación profesional y vocacional 29%, un 18% que se realizaran escuela para padres, un 31% conferencias y talleres dirigidos a padres, estudiantes y directivos y un 22% a los servicios de atención y consultoría (ver Gráfico 6).

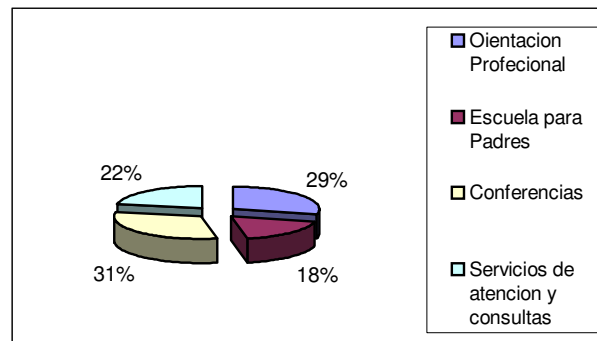


Gráfico 6 Servicios de preferencia de servicios educativos para los padres

Por último, en el área de la salud, se visitaron aproximadamente 18 instituciones encargadas de prestar servicios en el área de la salud que tienen oficinas en Cartagena, de las cuales solo seis respondieron la encuesta (Casa de Justicia, Profamilia, Coomeva EPS Zona Cartagena, DADIS, etc.); estas prestan los siguientes servicios: Atención especial, plan integral de salud, servicios de justicia y Atención en áreas de la sexualidad y reproducción, entre otras. Estas instituciones estarían interesadas en implementar programas en prevención, fortalecimiento y/o mejoramiento de la salud de la comunidad cartagenera; así como también estarían dispuestas a contratar estos servicios en el CAPSI, siempre y cuando sean a bajo costo y de calidad, y que cuenten con el respaldo de la Universidad.

Todo lo antes mencionado expone razones para la elaboración de un plan de negocios para el montaje de un Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica en

Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar ya que con este se atenderá la necesidad de proyección social del programa y se desarrollaría un puente de conexión directa entre esta y la comunidad cartagenera.

Toda esta información permite y justifica el diseño y montaje del Centro de Asesoría y consultoría psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar

Objetivos de la Investigación:

Objetivo general:

Elaborar un plan de negocios para el montaje del Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, con el fin de conocer la viabilidad de la creación del CAPSI que conlleve una futura inversión para su adecuación.

Objetivos específicos:

1. Determinar mediante un análisis de mercado el nivel de confianza del servicio, clientes, entorno económico y comercial del Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.
2. Realizar un análisis técnico para establecer la localización, la infraestructura y logística del Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.
3. Estructurar el portafolio de servicios a prestar en el Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, para satisfacer el mercado meta definido.
4. Realizar la estructura administrativa del Centro de Asesoría y consultoría Psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar
5. Definir la posibilidad legal y social para que exista el Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.
6. Efectuar el análisis económico y financiero del Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.

7. Analizar los riesgos e intangibles potenciales que puedan afectar el Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.

Tomando como base todo lo anterior la variable de estudio es:

Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) que se define conceptualmente como una organización encaminada a brindar servicios psicológicos que fomenten la aplicación de conocimientos adquiridos sobre psicología en los ámbitos científicos, educativos y de la salud en la comunidad. Y operacionalmente se definen como la tipos de servicios que ofrece de acuerdo a cada área, ámbitos de trabajo, clase y número de temáticas, personas que ofrecen el servicio, personal que labora en el centro, personas que reciben el servicio, recursos y material necesitados, días y horarios de atención, ingresos obtenidos por venta de servicios.

Plan de negocio que se define conceptualmente como la información básica para planificar una nueva actividad empresarial, un nuevo producto o un nuevo servicio. Y operacionalmente como aclarar ideas, cuantificar estimaciones de costes e ingresos esperados y transmitir lo anterior a las fuentes de financiación. Además debe: acotar las áreas de interés, caracterizar el producto y el entorno, identificar a los clientes, identificar ventajas y desventajas competitivas, determinar cómo se va a gestionar el proceso y quienes son los responsables, estimar costes, ingresos, margen, beneficios y tiempo.

Método

Diseño:

Para la elaboración del plan de negocio se utilizó un diseño de investigación de tipo descriptivo; teniendo en cuenta que en el caso de la formación de empresas este responde a preguntas como: ¿cuál es el entorno de la empresa?, ¿Cuántos departamentos tiene?, ¿Cuántas personas tiene cada departamento?, ¿Cuáles son las funciones de los empleados?, ¿Cuáles son las debilidades de la empresa o cuáles son sus fortalezas?, entre otras. La descripción lleva al investigador a presentar los hechos tal y como ocurren, puede afirmarse que agrupa y convierte en información hechos y eventos que caracterizan la realidad observada, así con ésta se preparan las condiciones necesarias para la explicación de los mismos (Méndez C, 1997).

Participantes:

En el área clínica, la población con la que se trabajó fueron los habitantes de los barrios de la zona sur occidental de la comunidad cartagenera, los cuales debían tener como característica básica estar en un rango de edad de 15 años en adelante.

En el área educativa, la población con la que se trabajó fueron los rectores de los colegios públicos y privados (de primaria y bachillerato) de la ciudad de Cartagena.

Por último, la población del área de la salud estuvo compuesta por los directores de las EPS., IPS y entidades gubernamentales y no gubernamentales, encargadas de promover la salud médica, familiar y comunitaria.

De estas poblaciones, se tomaron muestras probabilísticas estratificadas, que según Valledor (2002), es aquella en la que se otorga una probabilidad conocida de integrar la muestra a cada elemento de la población, y dicha probabilidad no es nula para ningún elemento. Además, tiende a asegurar que la muestra represente adecuadamente a la población en función de unas variables seleccionadas, obtienen estimaciones más precisa y su objetivo es conseguir una muestra lo mas semejante posible a la población en lo que a la (s) variables estratificadoras se refiere.

Las formulas con las cuales se reveló la cifra exacta de las muestras a las que se les aplicó las encuestas para cada área son:

Formula para hallar muestras donde no se conoce la población.

$$n = \frac{Z \sigma^2}{E^2} \quad \text{Donde } Z \text{ es el valor estandarizado normal, } \sigma \text{ es la}$$

desviación estándar y E, es el error aleatorio.

Formula para hallar muestras donde se conoce la población:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Donde N es la población general, p es la probabilidad de

éxito, q es la probabilidad de fracaso, E es el error aleatorio y Z es el valor estandarizado normal.

Instrumentos:

Para cada etapa del plan de negocios se diseñará un instrumento:

Análisis de mercado: se elaboraron las encuestas de sondeo (ver anexos A) y se realizó un tipo de encuesta para cada área psicológica que hará parte del Centro de Atención Psicológica de la facultad de psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar (ver anexos B).

Análisis técnico: se aplicaron entrevistas semiestructuradas a psicólogos (as) con experiencia en cada una de las áreas que harán parte del centro, estas evalúan aspectos como: núcleos temáticos más trabajados en cada área, actividades que realiza el psicólogo en cada área, campos de acción, materiales utilizados, precios por servicio, población más atendida (ver anexos C).

Para los demás estudios utilizaron , cuadros de proyección, presupuesto, análisis de costos, balance y flujo; y además, se utilizó la aplicación de Office 2000 (Anexos G).

Procedimiento:

Revisando el proyecto denominado "CESIP" Centro de Servicios e Investigaciones Psicológicas (1997), se observó la necesidad de adaptar dicho proyecto a las condiciones actuales del programa de psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar. Para esto se recopiló información acerca de los centros de atención psicológica, o similares, existentes a nivel local, nacional e internacional. Esto con el fin de identificar razones de origen, objetivos, características, áreas y temáticas a las que dirigen su servicio, personas, costos y tipos de servicios ofrecidos (promoción, prevención, asistencial, investigaciones y publicaciones). Además la aceptación que estos centros tienen en el mercado.

A continuación, se realizó un sondeo de opiniones dirigido a la población a la que se le ofrecerá el o los servicios. Este análisis, tuvo el objetivo de obtener información preliminar sobre las áreas y servicios que implementará el centro de asesoría y

consultoría psicológica, la población objetivo, supervisión, horarios de atención, lugar de ubicación, algunos precios de los servicios y nombre.

Una vez recolectada toda la información, referenciada por internet, libros, proyectos antecesores y profesionales de distintas áreas del saber (como psicólogos, ingeniera industrial, administradores, y contadores) se continuó con el estudio de mercado, donde se analizó la viabilidad de realizar un Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar. teniendo en cuenta los aspectos concernientes al mercado, los clientes y el producto.

Inmediatamente después, se llevó a cabo el estudio técnico en el que se hizo la estructura de cada una de los servicios de las áreas que brindará el centro de asesoría y consultoría psicológica (objetivos, temáticas a trabajar, actividades, recursos a utilizar, supervisión, horarios de atención, lugar tentativo de ubicación, posibles precios de los servicios, etc), así mismo, se diseñó la imagen corporativa de este y se propuso la elaboración de volantes, plegables y carpetas de servicios que apoyen la promoción de los servicios en los diferentes mercados.

Inmediatamente después, se elaboró la estructura administrativa, organigrama, políticas a implementar, eslogan del centro y de cada una de las áreas, misión y visión del centro, para esto se apoyó entrevista a profesionales en administración de empresa y psicología.

A continuación, se elaboró el análisis legal y social, en el cual se determinaron entre otros aspectos, como encuadra el proyecto dentro del engranaje de la universidad. Seguidamente, se procedió a elaborar el estudio económico- financiero donde se analizaron los costos que representarán la implementación del centro, para identificar el punto de equilibrio entre los ingresos y egresos, para fue primordial la asesoría de profesionales en contaduría pública e ingeniería industrial.

Para finalizar con los estudios, se elaboró el análisis de riesgos e intangibles, en el cual se determinaron aquellas amenazas y limitaciones que pueden afectar el funcionamiento del centro, así como las estrategias para hacerles frente.

Posteriormente, las directivas de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar y la directora del programa de psicología se encargarán de los aspectos necesarios para la de la ejecución del CAPSI, implementándolo y realizando concernientes evaluaciones periódicas.

Resultados

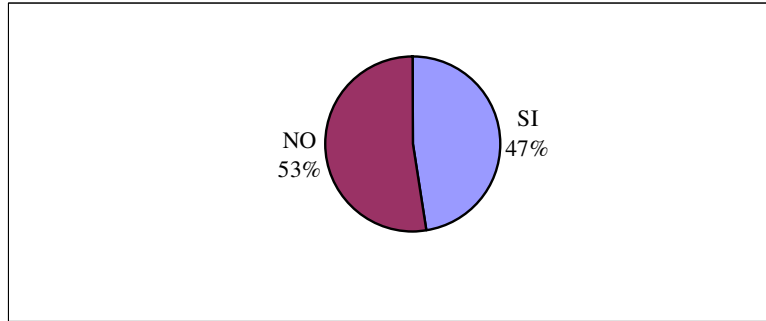
Los resultados obtenidos en el desarrollo de este plan de negocios, serán presentados teniendo en cuenta el seguimiento de cada uno de los estudios u análisis contemplados por este, iniciando por los resultados del estudio de mercado, seguido del estudio técnico, administrativo, económico financieros, legal social y riesgos e intangibles.

Análisis Del Mercado

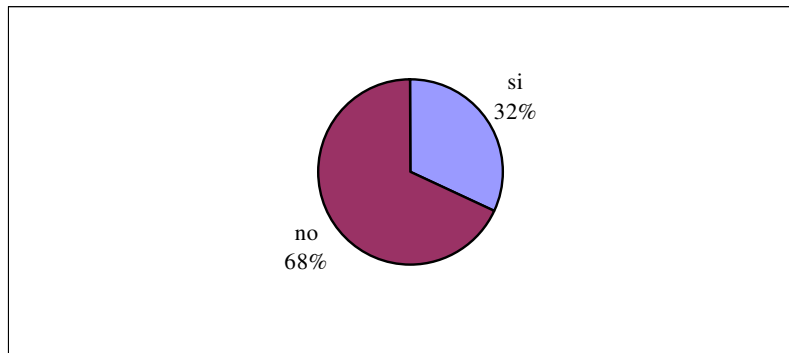
Con el fin de obtener información acerca del entorno en el cual se desarrollara el CAPSI, se elaboraron una serie de encuestas, tres en total, correspondientes a cada una de las áreas de la psicología con las cuales el centro de asesoría y consultoría hará su apertura (clínica, educativa y de la salud).

La encuesta para el área clínica consta de 13 preguntas, que pretenden obtener información precisa sobre el conocimiento general que tiene la población de la zona sur occidental de Cartagena acerca de este tipo de servicio psicológico (clínico). Esta encuesta fue aplicada a 412 personas (219 mujeres y 193 hombres), residentes de la zona de Cartagena nombrada con anterioridad. Los resultados arrojados por dicha encuesta son:

La primera pregunta, tuvo como objetivo el obtener información acerca del conocimiento que tienen los habitantes de la zona sur occidental de Cartagena de personas que presten este tipo de servicios psicológicos en el área clínica, en los resultados obtenidos se observa que más de la mitad de las personas encuestadas (hombres y mujeres), no han utilizado ningún tipo de servicio en esta área, siendo esta proporción mayor en hombres (68%), que en mujeres (53%). Lo que probablemente significa que los servicios brindados por el CAPSI en el área clínica podrían ser especialmente solicitados por las mujeres, debido a que los resultados demuestran que son estas las que más han utilizado este tipo de asistencia en comparación con el sexo opuesto, (ver gráficos 7 y 8).



Gráficos 7. Conocimiento de servicios psicológicos (respuesta de mujeres)



Gráficos 8. Conocimiento de servicios psicológicos (respuesta de hombres)

Referente a las razones del no conocimiento de personas que prestaran este tipo de servicios, las mujeres contestaron en un 42% que su razón primordial es la no necesidad de dicho servicio, otro 40% contestó que no lo habían hecho por falta de información y oportunidades (27 y 13% respectivamente). En el caso de los hombres, ellos consideran de igual forma que no necesitaban asistir al psicólogo@ (55%), además consideran un 12% que su no asistencia ha sido por falta de ganas, y otro 13% no contestó a dicha pregunta.

Lo que indica nuevamente que son las mujeres a las que más se les deben promocionar dichos servicios, pues en un gran porcentaje han indicado que su no utilización o asistencia es debido a la falta de información y de oportunidades.

Por otra parte, las mujeres que sí han asistido al psicólogo@, lo han hecho en su mayoría en instituciones (56%), siendo las más comunes el ICBF y colegios; en cambio los hombres han asistido más a consultorios particulares (69%) y un 13% no contestó a este interrogante.

Estas diferencias reafirman que serán las mujeres las que más solicitarán este servicio y se denota la probabilidad que sean ellas las que más soliciten los servicios en el CAPSI, puesto que es más común en ellas el uso de este tipo de servicios en las instituciones.

En cuanto a la calificación del servicio, se puede apreciar que las respuestas tanto de hombres como mujeres son equiparables, es decir, que tanto a hombres como a mujeres el servicio recibido les ha parecido entre bueno y excelente (54 y 31% respectivamente) (ver gráficos 9 y 10).

Esto puede significar que los psicólog@s que trabajan en el área clínica de la psicología están teniendo un buen desempeño en la comunidad cartagenera (zona sur occidental). Lo que hace que el CAPSI mantenga una gestión permanente de la calidad de sus psicólog@s y servicios, para manejar unos estándares de calidad que lo hagan competitivo en su entorno.

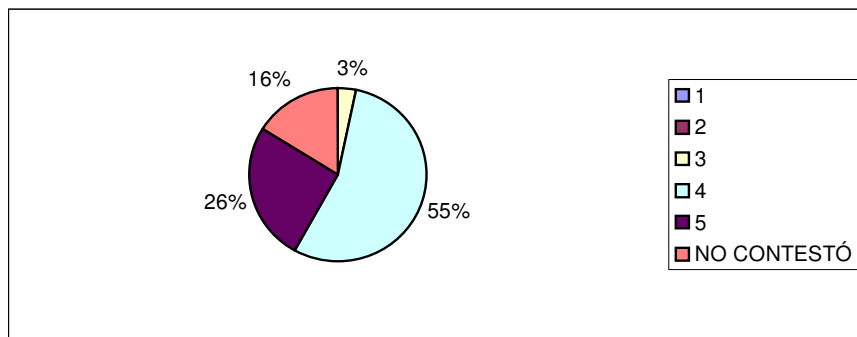
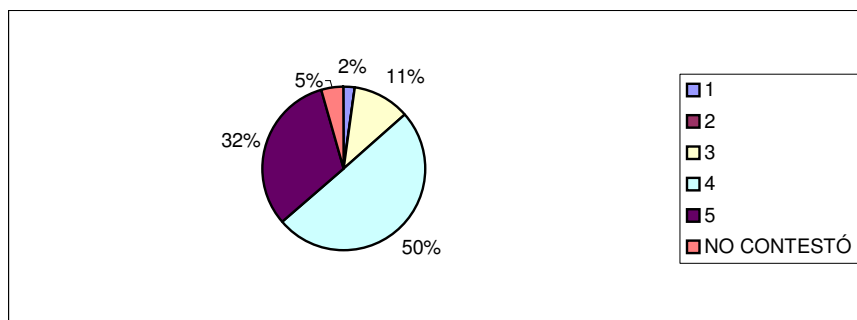


Gráfico 9. calificación de los servicios psicológicos (hombres)



Gráficos 10. calificación de los servicios psicológicos (mujeres)

Acercas de las problemáticas que debe tratar un psicólogo /a en el área clínica, hombres y mujeres seleccionaron como problemática principal la depresión (27% en hombres y 14% en mujeres), seguida de los trastornos de personalidad (15% en hombre

y 11% mujeres), problemas familiares (en mujeres 12% y en hombres 11%) y estrés (12% en mujeres y 9% en hombres). Esto quiere decir, que se debe hacer mayor promoción hacia estas problemáticas porque son las que más interesan a la población en general, además de manejar más información acerca de cómo tratarlas para mejorar los estándares de calidad en estas, que en ultimas podrían ser la problemáticas por las que más asistirían al CAPSI (ver tabla 1).

Tabla 1.

Tabla de Problemáticas a trabajar por psicólogos (hombres y mujeres)

PROBLEMÁTICAS A TRABAJAR POR PSICÓLOG@S	Gene ral	Homb res	Mujer es
Depresión	344	120	224
Problemas De La Vista	19	14	5
Problemas De Ansiedad	122	78	44
Estrés	170	99	71
Homosexualidad	83	46	37
Trastornos De Personalidad	203	81	122
Problemas Sexuales Y De Pareja	142	78	64
Trastornos De Identidad	122	76	46
Problemas Familiares	189	99	90
Problemas Alimenticios	59	33	26
Problemas De Aprendizaje Y Rendimiento Escolar	150	89	61
Todas Las Anteriores	51	25	26
No Contestó	2	2	0

En cuanto a la población a la que serán dirigidos los servicios, hombres y mujeres en su gran mayoría (94% en general), consideran oportuno brindar los servicios a niñ@s, adolescentes y adult@s. o que sugiere que en el CAPSI la intervención debe ser generalizada a todo tipo de población con respecto a la edad (ver gráfico 11)

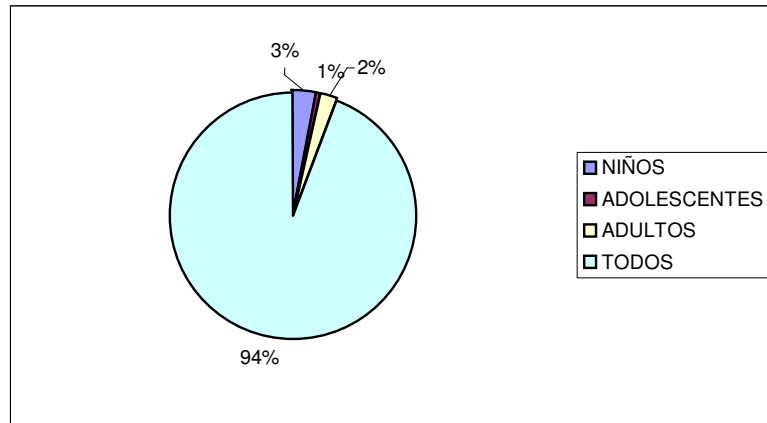


Gráfico 11. Población a la que se dirigirá los servicios (general)

Con relación a la pregunta sobre el conocimiento de instituciones y/o personas que brinden estos servicios, las respuestas de hombres y mujeres son similares, ya que el 47% de las mujeres no conocen personas y /o instituciones que ofrezcan servicios en el área de psicología clínica, porcentaje que en los hombres corresponde al 50%. Este hecho indica que el CAPSI debe realizar una ardua labor de promoción para el conocimiento de los servicios de esta área y llegar al reconocimiento social que pretende (ver gráfico 12 y 13).

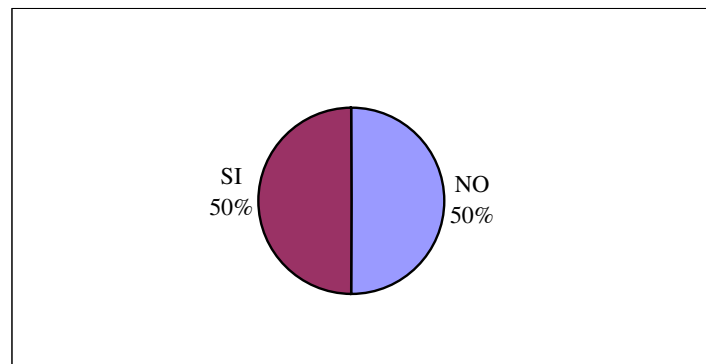


Gráfico 12. Conocimiento de personas y/o Instituciones prestadoras de servicios de psicología clínica por parte de los hombres.

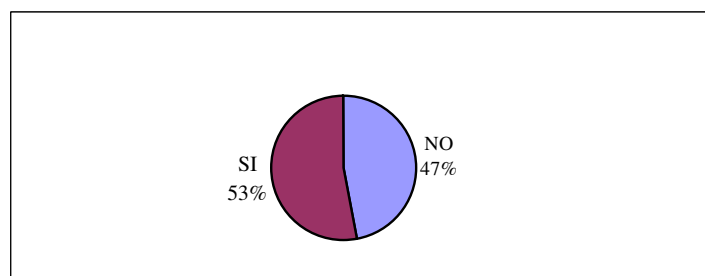


Gráfico 13. Conocimiento de personas y/o Instituciones prestadoras de servicios de psicología clínica por parte de las mujeres.

Además el medio por el que se enteraron fue comunicación personal (33% en hombres y 65% en mujeres), teniendo en cuenta que el 53% de los hombres no contestó la pregunta (ver gráficos 14 y 15).

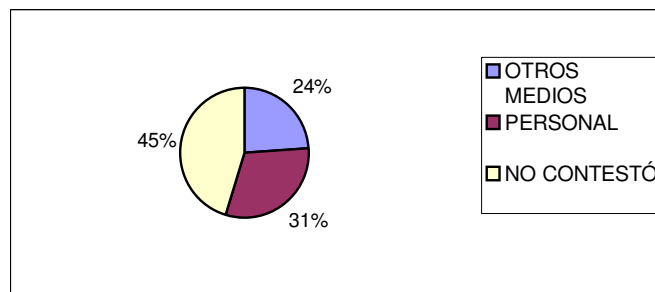


Gráfico 14. Medio de comunicación involucrado en el conocimiento de servicios psicológicos (hombres).

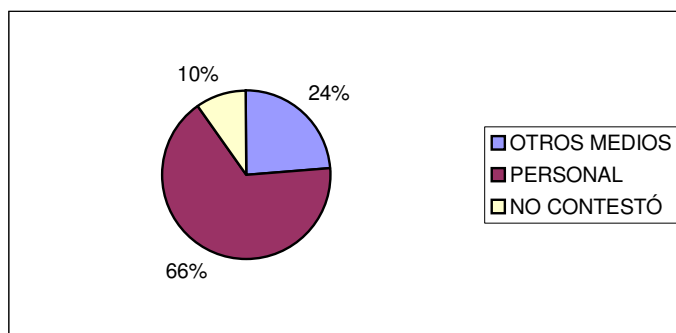


Gráfico 15. Medio de comunicación involucrado en el conocimiento de servicios psicológicos (mujeres).

Teniendo en cuenta la disponibilidad de pago del servicio, hombres y mujeres optaron por escoger en su mayoría los valores más bajos (el 43% de los encuestados), lo que podría estar relacionado con los ingresos económicos de la población, ya que en la zona sur occidental de Cartagena se encuentran en su mayoría barrios de estratos bajos (1 y 2), donde existe población a la que solo le alcanza para satisfacer sus necesidades básicas y a otras no. Esto hace importante que los precios del CAPSI sean económicos para hacerlos asequibles a la población. (ver tabla 2).

Tabla 2

Tabla de precio dispuesto a pagar por los servicios psicológicos

¿Cuánto estaría usted dispuest@ a pagar por cada consulta (pesos)?	En General	Mujeres	Hombres
3000 a 6000	175	84	91
6000 a 9000	91	57	34
9000 a 12000	73	49	24
12000 a 15000	53	34	19
NO CONTESTO	12	8	4

En cuanto a la forma de pago, las mujeres consideran en un 56% que es mejor cancelar cada sesión, y otro 28% considera una mejor opción los paquetes de sesiones. En cuanto a los hombres un 41% prefiere cancelar por cada sesión y el otro tanto prefiere por paquetes, es decir, que a los hombres les es indiferente el tener que pagar por una u otra forma de pago, para ellos a diferencia de las mujeres cualquiera de las dos es optima en un alto porcentaje (ver gráfico 16).

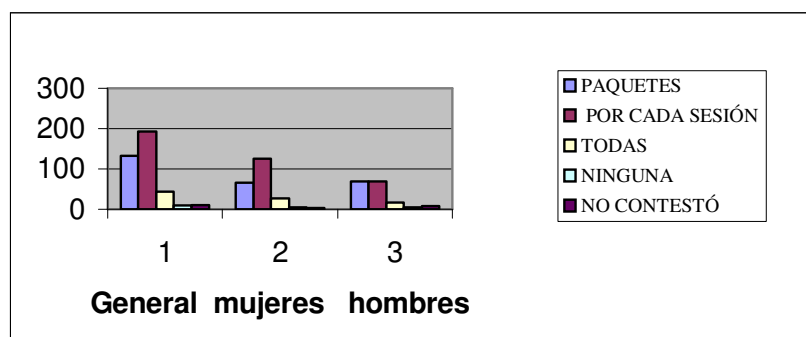


Gráfico 16. Formas de pago de los servicios psicológicos.

Los horarios de atención preferidos tanto para hombres y mujeres es de lunes a viernes de 8 a 12 y de 2 a 6 PM, es decir, que este debería ser el horario de atención del CAPSI.

Con respecto a los medios de comunicación por el /los cual /les le gustaría enterarse a la población de la existencia de un centro que ofreciera dichos servicios, salieron favorecidos: la televisión en un 25% por las mujeres y en un 36% por los hombres), los periódicos y revistas en un 24% en mujeres y un 25% en hombres) y de modo personal en un 16% tanto para hombres como para mujeres.

Además, consideran que las características que debe poseer el CAPSI en el momento de prestar los servicios a la población son: la puntualidad, el cumplimiento y la efectividad en un 55%. Un 21% considera como más relevante la responsabilidad y el otro 22% considera como más importante el cumplimiento y la puntualidad.

En cuanto a la encuesta en el área de psicología educativa, esta consta de 11 preguntas y fue realizada en 150 colegios de la ciudad de Cartagena (114 públicos y 36 privados), ante la cual solo respondieron 140 de esto. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Ante la pregunta, ¿Conoce instituciones que brinden servicios en psicología educativa?, el 60% de los colegios privados afirmó conocer este tipo de servicios; entre tanto, los colegios públicos respondieron afirmativamente en un 51% (ver gráficos 17 y 18). Esto puede significar que aunque este es un campo donde se desempeñan muchos profesionales y practicantes de psicología, aun hay muchos directores y directoras de colegios que no reconocen personas o instituciones brindan servicios psicológicos a el área educativa. Esto situación puede ser de gran provecho para el CAPSI al promocionar sus servicios.

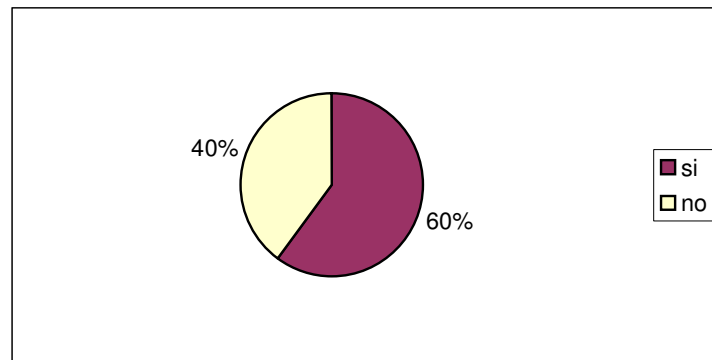


Gráfico 17. Conocimiento de servicios psicológicos (colegios privados)

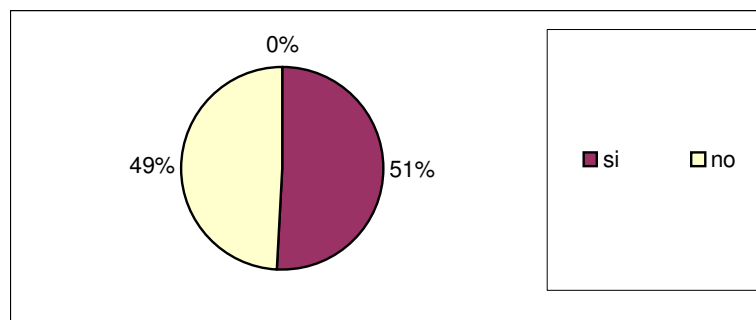


Gráfico 18. Conocimiento de servicios psicológicos (colegios públicos)

De acuerdo a lo anterior, se puede observar que el 40% de los colegios, a nivel general, han realizado convenios con instituciones que prestan servicios en psicología educativa (ver grafico 19), de estos han realizado convenios el 37% de los

colegios públicos y el 47% de los privados; esto muestra que muchos colegios no han tenido contacto con instituciones que prestan estos servicios, por tanto es menester del CAPSI abrirse camino en esta área, además es más probable que los convenios se establezcan más con los colegios privados pues son estos los que han tenido más contacto con este tipo de servicios.

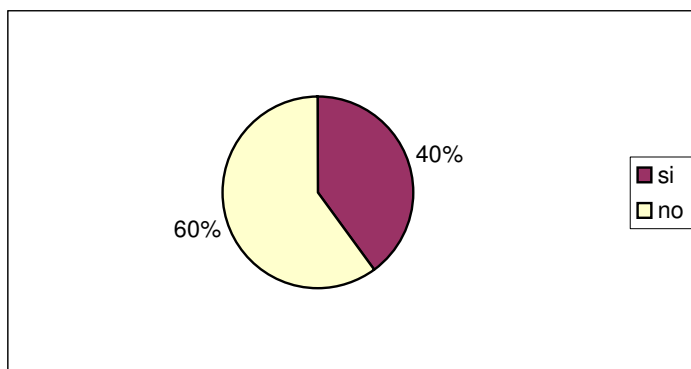


Gráfico 19. Convenios con instituciones prestadoras de servicios psicológicos

Por otra parte, entre las razones del no convenio con instituciones que presten este servicio, un 14% considera que no necesita servicios externos porque dentro del colegio, la oficina de psicorientación, prestan estos servicios, el 10% contestó que era porque no las conocía, el 9% de las personas consideran por el momento no es indicado obtener este tipo de servicios.

Además el 8% comentó que le gustaría realizar convenios con instituciones pero que hasta ahora los costos ofrecidos por éstas son elevados y otro 12% considera que hasta ahora no se ha dado la oportunidad. Estos dos últimos aspectos pueden ser convenientes a la hora de ofrecer los servicios del CAPSI (ver tabla 3).

Tabla 3

Tabla de razones de no convenio de colegios con instituciones

Razones de No Convenios	Colegios Privados	Colegios Públicos
Servicios internos	34%	9%
no conoce	18%	9%
no necesita	12%	4%
Costoso	12%	7%
No oportunidad	6%	12%
No indicado	12%	10%
No contestó	6%	49%

Entre los colegios que han hecho algún tipo de convenio con instituciones que brinden servicios psicológicos, en su mayoría los han establecidos con centros universitarios (47%) destacándose el de la Universidad Sanbuenaventura y la Universidad Rafael Núñez. Pero también, lo han establecido convenios con centros no universitarios (32%), que brindan servicios educativos y psicológicos como son el FIRE, la unidad de educación de la casa del niño, el ICBF, ASPAEN y Expositores de Colombia.

Dentro de este aspecto se observa que hay bastante competencia por parte de servicios brindados por las universidades, esto puede deberse a que estas suelen vender los servicios a un menor precio que los centros no universitarios, por lo que suelen hacerlo practicantes.

Los medios por el cual se enteraron de la existencia de dichas instituciones son variados, pero los más utilizados fueron, las visitas realizadas de las instituciones a los colegios (37%), los propios medios, con un 25%, es decir, cuando se necesitó el servicio la institución educativa, por medio de un departamento específico (casi siempre el de sicorientación y trabajo social) se encargó de buscar personas o instituciones que brindasen el servicio. Asimismo, un 18% afirma que se han enterado a través de terceros, estos pueden ser colegas, exalumnas/ os, amigos (ver en tabla 4 las diferencias de porcentaje de acuerdo al tipo de colegio).

Tabla 4

Tabla de medios por los cuales cono de instituciones de servicios psicológicos

¿A través de qué medios conoció estas instituciones?	Colegios	
	Privados	Públicos
Visitas	40%	34%
Plegables	7%	13%
Radio y revista	0%	3%
Propios medios	33%	22%
Correspondencia	13%	5%
Terceros	7%	23%

En cuanto a la satisfacción de los colegios con los servicios psicológicos ofrecidos el 20% de los encuestados en los colegios privados los consideró excelente, un 33% califica el servicio recibido como bueno, más sin embargo hay quienes hasta el momento los ha considerado regulares (27%). Con relación a los colegios públicos, el

25% juzga el servicio recibido como excelente, y otro 35% los considera buenos, y solo una persona lo considera malo, lo que puede significar que el trabajo de estas instituciones se está brindando con calidad, lo que satisface a las instituciones (ver gráficos 20 y 21).

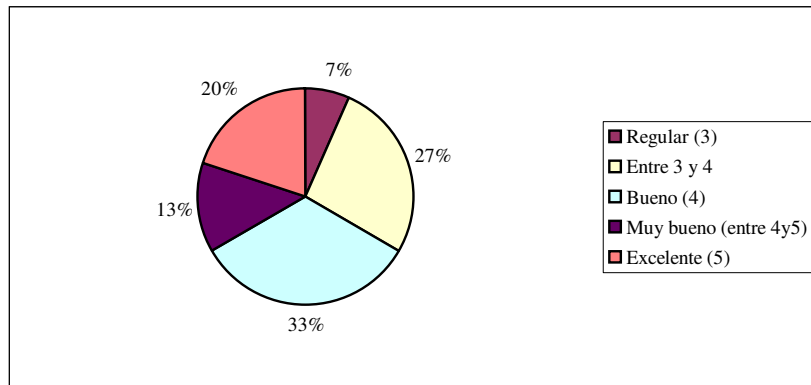


Gráfico 20. Calificación del servicio recibido (colegios Privados)

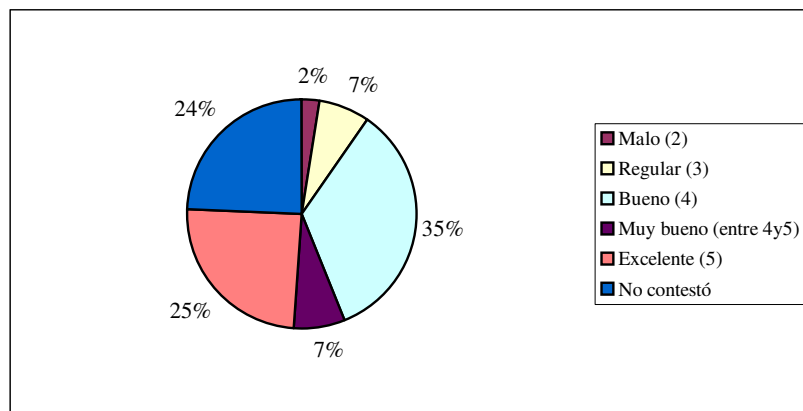


Gráfico 21. Calificación del servicio recibido (colegios Públicos)

Entre las problemáticas que consideran los colegios debería ofrecer un centro en el área educativa, el 25% considera que todos los enunciados, el 17% promoción al buen trato, mientras que un escaso margen, solo un 1% consultor del P.E.I. en esto se correlacionan público y privados, donde el primero coloco un 1% y el segundo un 2%. Aditivo a esto entre los colegios se observan ciertas diferencias, por ejemplo, en los colegios privados consideran que deben tratarse problemática relacionadas con profesores y toda la comunidad educativa (17 y 12%, respectivamente), mientras que en los colegios públicos consideran que se debe tratar problemáticas relacionadas con padres de familia (ver tabla 5).

Tabla 5

Tabla de problemáticas a trabajar por un psicólogo@ en un colegio (privados y públicos)

<i>Problemáticas que considere debe tratar un Psicolog@ en una institución</i>		
Problemáticas	privado	publico
Talleres de sexualidad	14%	13%
Diagnóstico del alumnado	11%	10%
Promoción del buen trato	19%	16%
Consultor en el PEI	2%	1%
talleres para padres	5%	13%
Talleres para profesores	17%	12%
Talleres para el personal administrativo	1%	5%
Intervenciones con toda la comunidad educativa	12%	4%
Todas las anteriores	19%	26%

Asimismo, de acuerdo a lo anterior, El 53% de los encuestados consideran les gustaría que se ofrecieran a la institución los servicios tanto de conferencias, como talleres e investigaciones. El otro 47% escogió opciones diferentes, pero a la mayoría de estos les gustaría más que se brindaran conferencias (25%) y talleres (12%) y en menor grado, en un 6%, las investigaciones (ver gráfico 22). Los servicios del CAPSI entonces deberán hacer énfasis en conferencias y talleres.

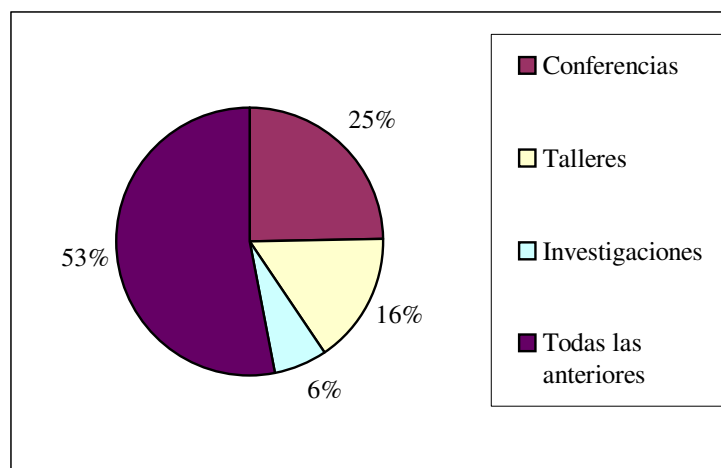


Gráfico 22. Servicios que les gustaría se les ofrecieran a los colegios.

En cuanto al precio y las formas de pago el 39%, los colegios público consideran que estos servicios deberían ser gratis, ya que no cuentan con el recurso económico para pagar los servicios psicológicos; otro 15% no contestó, argumentando que no se puede colocarle precio al trabajo de ajeno y otros consideraban que no podían hacerse

compromiso sin negociar con las personas que prestan los servicios, y sin consultar con el presupuesto del colegio. Sin embargo, las personas que están dispuestas a pagar por los servicios, escogieron más la primera opción desde \$20.000 a \$30.000 (31%). De la misma forma, Los colegios privados contestaron, en un 58%, que el precio más conveniente para los servicios es de \$20.000 a \$30.000 (ver gráficos 23 y 24).

Cada consultorio clínico medirá aproximadamente, 2.5 metros largo y 2.75 metros de ancho. Por su parte, la recepción contará con 2.5 metros de largo y 5.50 metros de ancho. Ver en la figura un bosquejo del plano del centro (ver anexo H).

Para la ubicación del CAPSI se contempla, se tuvo en cuenta que se le facilite a los clientes del área clínica que son los habitantes de la zona sur occidental de Cartagena les sea asequible la prestación de este servicio ya que existen rutas en el servicio de transporte que posibilita el ingreso de cualquier habitante de esta zona a cualquiera que sea la ubicación final del CAPSI.

Las demás áreas (salud y educativa) necesitan el traslado en la mayoría de las ocasiones de las personas que dirigirán los servicios que se soliciten ya sea a las instalaciones de la institución o colegio o donde estos lo soliciten, en el caso en que estas queden distanciadas de la sede de oficinas del CAPSI y dependiendo de los materiales requeridos esta sería una limitación.

El plan de producción del CAPSI contempla que durante su primer año de funcionamiento se promocionen los portafolios de servicios a las diferentes poblaciones y diseñar los programas y proyectos que estarán dentro de cada uno de estos. Se desarrollarán los programas de algunas de las posibles problemáticas a trabajar sobre todo en el área educativa y de la salud, se hará énfasis en las problemáticas más seleccionadas por las personas en el estudio de mercado (conflicto de pareja, estrés, talleres para padres, entre otros) (ver anexos D).

Lo anterior es con el propósito de llamar la atención de los posibles clientes brindando una visión más holística del tipo de servicio ofrecido. Por tanto, en el primer año de funcionamiento del CAPSI diseñará mayor número de programas y proyectos que durante los años siguientes.

A partir del segundo año se buscará la consolidación del CAPSI en el mercado, en consecuencia, se harán modificaciones a los programas y proyectos de acuerdo a las necesidades de los clientes, por lo que se deberán ampliar las temáticas y además, las

áreas de la prestación de los servicios, por lo menos una. Así mismo, a partir de este año se debe producir los proyectos o programas de acuerdo a su demanda.

La cantidad de servicios ofrecidos por año en cada área irá incrementando. Por tanto, se espera que el primer año el número de personas que use los servicios del CAPSI sea menor que en el segundo año, para lograr un punto adecuado de clientes y/o pacientes para el 2007. Por ejemplo, en el área clínica se desea lograr atender máximo 8 personas durante el día, y los precios se incrementaran según la tasa de inflación que en la actualidad, ha sido estipulada por el banco de la republica, entre 6.5 y 6.7. Todo esto mientras se da a conocer el CAPSI.

Para el área educativa, se proyectó realizar durante el primer año 5 talleres vocacionales, 16 escuela para padres, 32 conferencias y talleres para [alumn@s](#) y 20 conferencias y talleres para profesoras/ es. Se espera que el consumo vaya creciendo en uno por año (en algunos servicios se busca mantener el número en el año). Además se busca subir los precios cada dos años.

Para finalizar, en el área de la salud, se programa realizar durante el primer año dos talleres, una conferencia, un seminario y un simposio en el en el área de salud médica (en instituciones privadas debido a que estas hay más que públicas y están más interesadas en la adquisición del servicio). En subárea de salud familiar se proyecta realizar tres talleres, dos conferencia, y dos seminarios; y en salud comunitaria se planea desarrollar mínimo dos talleres y dos conferencias. Se espera que el consumo vaya creciendo como mínimo en uno por año y además, se busca subir los precios a partir del año 2006.

Estructura administrativa

En cuanto a la estructura administrativa se contempla aspectos tales como la misión y la visión del CAPSI (ver también en anexo D), organigrama y descripción de cargos.

Misión del CAPSI:

SOMOS un Centro de Atención psicológica, donde l@s estudiantes docentes y la sociedad, encuentran el escenario adecuado para intercambiar experiencias que permitan, a través de la práctica social, promover el mejoramiento de la calidad de vida de nuestra ciudad y del Caribe.

Visión del CAPSI:

***NOS VEMOS** en el año 2007, reconocidos localmente como el principal organismo de proyección social del programa de psicología y de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, y reconocidos por nuestro alto sentido de responsabilidad social.*

***NOS VEMOS** como actores en los procesos de transformación social de nuestro entorno.*

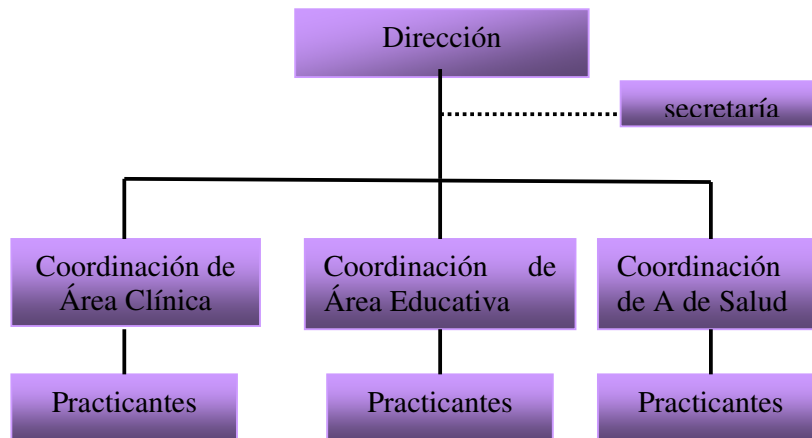
***NOS VEMOS** fortaleciendo el núcleo de investigación del programa de psicología en temas prioritarios y relevantes para la comunidad, colegios e instituciones de salud.*

***NOS VEMOS** vinculados a la comunidad cartagenera y consolidando Alianzas con el sector productivo del área de la salud y educativa, contribuyendo así, a la consolidación de la calidad de servicios prestados por estas instituciones.*

Se ha denominado al CAPSI como una unidad de gestión, que depende académicamente del programa de psicología y administrativamente de la dirección de desarrollo empresarial y proyección social de la tecnológica de Bolívar, esto con el objetivo de que dependa de la misma, pero que a la vez, guarde cierta autonomía con relación a la prestación de los servicios y su respectivo cobro.

La estructura administrativa del CAPSI, se encuentra esbozada en su organigrama, el cual es de tipo jerárquico y contiene tres niveles (ver figura 3).

Figura 3. organigrama CAPSI.



Funciones del personal.

El Director (a) del CAPSI, dentro de la estructura administrativa del CAPSI, posee el cargo de mayor rango y autoridad. Este depende a su vez del programa de psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar a nivel académico y administrativamente de la dirección de desarrollo empresarial y proyección social.

El objetivo del cargo es promocionar los servicios ofrecidos por el CAPSI y dirigir de forma adecuada los el personal del “CAPSI”, conociendo las funciones específicas que cada uno de las personas debe cumplir y observando el desempeño de estas en los programas con el fin de mantener un clima organizacional estable entre todos los trabajadores y se desarrolle progresivamente el “CAPSI”.

El director (a) debe cumplir las siguientes funciones:

1. Mercadear los servicios ofrecidos en las áreas educativa, de salud y clínica. Dentro de esta función, las tareas que se deberán desarrollar son: a) se deberá realizar capacitar a aquellas personas que se encarguen de promocionar los diferentes servicios del CAPSI;.b) Generar estrategias para establecer vínculos con instituciones educativas y de salud; c) Escoger la publicidad y los medios por los cuales se dará a conocer el CAPSI.
2. Conocer las funciones de cada uno de los trabajadores del CAPSI. Las tareas que corresponden a esta son: a) Observar frecuentemente el cumplimiento de las funciones de cada trabajador; b)llevar un control permanente del desempeño de

cada trabajador en su cargo; c) evaluar las relaciones y comunicación que tiene el trabajador con los demás trabajadores de otros cargos.

3. Hacer retroalimentación permanente a los trabajadores en sus cargos. Sus tareas son: a) hacer citaciones mensuales a los trabajadores; b) hacer un feedback positivo y negativo del desempeño de los trabajadores en su cargo; c) escuchar a los trabajadores y motivarlos continuamente.; d) mantener informado al personal de las órdenes enviadas por la rectoría de la CUTB.
4. Notificar a la dirección del programa de psicología sobre todos los resultados de los servicios del CAPSI. Las tareas a cumplir son: a) elaborar informes trimestrales cualitativos y cuantitativos sobre los resultados obtenidos en cuanto a la implementación de los programas y proyectos ; b) informar a la dirección sobre los ingresos y los egresos obtenidos por el CAPSI.

Esta persona es responsable del cumplimiento de todas las funciones de todos los cargos y de mantener informado al resto del grupo de trabajadores de todo lo que acontezca con respecto al “CAPSI”. Así mismo, es responsable de establecer y dirigir todas las estrategias de mercadeo.

Por tanto, este cargo exige que la persona que lo asuma posea estudios en psicología y manejo de las áreas educativa, clínica y de la salud. Además de conocimiento en gestión de proyectos.

La Secretaria general de dirección del CAPSI, dentro de la estructura administrativa del CAPSI, es la asistente del primer cargo de autoridad del CAPSI, la dirección.

Los objetivos de este cargo son manejar y proporcionar información proveniente del director (a) del “CAPSI” hacia los demás trabajadores, reforzando el cumplimiento de los deberes asignados en cada cargo. Además manejar todo tipo de documentos (provenientes de las distintas coordinaciones de áreas), equipos, tesorería, información pública y atender a los clientes con mucha eficacia y eficiencia

La secretaria debe cumplir las siguientes funciones:

1. Mantener el personal informado acerca de cualquier decisión tomada desde la dirección. Dentro de esta función, las tareas que se deberán desarrollar son: a) Informar sobre reuniones; b) actualizar la cartelera con información pública acerca de decisiones o cualquier otra eventualidad; c) dar información no confidencial; d) mantener una base de datos actualizado.

2. Manejo de documentos Las tareas que corresponden a esta son: a) Tomar notas; b) Hacer transcripciones; c) mantener papelería al día; d) enviar fax; e) hacer cartas; f) enviar cartas y papelería a otras dependencias; g) enviar las cartas a tiempo; h) dar recados oportunamente.
3. Manejo de equipos. Las tareas que hacen parte de esta son: a) mantener al día un registro de entradas y salidas de los equipos; b) enviar a hacer mantenimiento a los equipos; c) cuidar los equipos.
4. Atención al cliente. Las tareas a cumplir son: a) proporcionar información suficiente a los clientes acerca de cualquier programa por el cual estén averiguando; b) ubicar a los clientes en donde que da la oficina del área educativa; c) recordar a los clientes el día y hora de la cita con el practicante; d) recordar al cliente el días y hora de la implementación de los programas; e) informar al cliente de cambios realizados en el horario.
5. Tesorería. Dentro de esta debe cumplir las tareas de: a) recibir el dinero de las transacciones hechas por los colegios; b) proporcionar devoluciones de cheques sin saldo.

La persona que se desempeña en este cargo se hace responsable de los equipos del CAPSI, de información pública, de valores económicos como cheques y de personas que son los clientes a los que debe atender de la mejor forma.

Por tanto, debe ser practicante del SENA o del MAYOR, o de cualquier otra institución técnica que tenga dentro de sus programas oferentes el secretariado. Además debe poseer como aptitudes que le faciliten manejar dinero y equipos de forma honesta, ser cuidadosa y amable.

El/ La coordinador (a) del área educativa, depende del cargo de la dirección general del CAPSI, por lo tanto su jefe inmediato es el director (a) del CAPSI.

El objetivo del cargo es evaluar el proceso de desarrollo de todas las labores realizadas por l@s practicantes en el área educativa en las instituciones educativas para dar un informe a la dirección general acerca del desempeño de [est@s](#).

Las funciones que debe asumir el/ la coordinador (a) del área educativa es evaluar el desarrollo de las labores de [l@s](#) practicante dentro de esta debe cumplir varias tareas tales como: a) realizar reuniones frecuentes con [l@s](#) practicantes, por lo menos dos veces a la semana; b) solicitar un informe a [l@s](#) practicantes sobre el desarrollo de cualquier programa en cada institución educativa; c) hacer retroalimentación de su desempeño en las diferentes labores; d) notificar a la dirección sobre el desempeño de

[l@s](#) practicantes a través de un informe mensual; e) seleccionar las practicas del área.

Esta persona es responsable del manejo del personal que se encargue de ejecutar los programas y proyectos dentro de este área. Además es responsable de hacer un manejo confidencial de la información dada por [est@s](#).

Profesional en psicología, que cuente con experiencia realizaciones de programas y/o proyectos en este área. Esta persona debe contar, como mínimo, con un diplomado en el área educativa.

El/ La coordinador (a) del área clínica, depende del cargo de la dirección general del CAPSI, por lo tanto su jefe inmediato es el director (a) del CAPSI.

El objetivo del cargo es evaluar el proceso de desarrollo de todas las labores realizadas por [l@s](#) practicantes en el área clínica en los consultorios del CAPSI, para dar un informe a la dirección general acerca del desempeño de [est@s](#).

La función que debe asumir el/ la coordinador (a) del área clínica es evaluar el desarrollo de las labores de [l@s](#) practicante, dentro de esta debe cumplir varias tareas tales como: a) realizar reuniones frecuentes con [l@s](#) practicantes, por lo menos dos veces a la semana; b) solicitar un informe a [l@s](#) practicantes sobre el desarrollo y evolución de los casos atendidos; c) hacer retroalimentación de su desempeño en el manejo de las historias clínicas; d) notificar a la dirección sobre el desempeño de [l@s](#) practicantes a través de un informe mensual; e) seleccionar las practicas del área.

Esta persona es responsable del manejo del personal que se encargue de realizar la atención clínica en el CAPSI. Además es responsable de hacer un manejo confidencial de la información dada por [est@s](#).

Profesional en psicología, que cuente con experiencia en la labor clínica. Esta persona debe contar, como mínimo, con un diplomado en el área clínica y dos años de experiencia en la atención de pacientes.

El/ La coordinador (a) del área de la salud, depende del cargo de la dirección general del CAPSI, por lo tanto su jefe inmediato es el director (a) del CAPSI.

El objetivo del cargo es evaluar el proceso de desarrollo de todas las labores realizadas por [l@s](#) practicantes en el área de la salud en las instituciones educativas para dar un informe a la dirección general acerca del desempeño de [est@s](#).

Las funciones que debe asumir el/ la coordinador (a) del área educativa evaluar el desarrollo de las labores de [l@s](#) practicante; a) realizar reuniones frecuentes con [l@s](#)

practicantes, por lo menos dos veces a la semana; b) solicitar un informe a [l@s](#) practicantes sobre el desarrollo de cualquier programa en cada institución educativa; c) hacer retroalimentación de su desempeño en las diferentes labores; d) notificar a la dirección sobre el desempeño de [l@s](#) practicantes a través de un informe mensual; e) seleccionar las practicantes del área.

Esta persona es responsable del manejo del personal que se encargue de ejecutar los programas y proyectos dentro de este área. Además es responsable de hacer un manejo confidencial de la información dada por [est@s](#).

Profesional en psicología, que cuente con experiencia realizaciones de programas y/o proyectos en este área. Esta persona debe contar, como mínimo, con un diplomado en el área educativa.

El estudiante que desempeñe el cargo de practicantes en el área educativa, será subordinado por la coordinación del área educativa; por consiguiente su jefe inmediato será el /la Coordinador (a) del área educativa.

El objetivo que debe asumir la persona asignada a este cargo es prestar los servicios psicológicos del área educativa del CAPSI a las instituciones educativas a través del desarrollo de programas.

Por consiguiente su función es elaborar y desarrollar proyectos en las instituciones educativas; de acuerdo a esta función, las tareas son: a) hacer contactos con los colegios ofreciéndoles los servicios; b) desarrollar los programas en las instituciones; c) evaluar permanentemente la satisfacción de las comunidades educativas por el desarrollo del programa; d) hacer informe de cada uno de los programas presentados; e) hacer reformas a los programas según las críticas de las instituciones.

El estudiante en este cargo se hace responsable de las personas a las que se les aplica el programa, de los implementos materiales necesarios para su desarrollo y de información confidencial que las instituciones proporcionen. En consecuencia a lo anterior los estudiantes de psicología de noveno y décimo semestre en prácticas profesionales, con una marcada tendencia a desempeñar sus labores en el área educativa, serán los más aptos para asumir este cargo. De la misma forma los estudiantes que den materias de investigación, psicología educativa y taller, podrán ser participes en la elaboración y desarrollo de proyectos en dicha área.

El estudiante que desempeñe el cargo de practicantes en el área de la salud, será subordinado por la coordinación del área de la salud; por consiguiente su jefe inmediato será el /la Coordinador (a) del área de la salud.

El objetivo que debe asumir la persona asignada a este cargo es prestar los servicios psicológicos del área de la salud del CAPSI, en las instituciones de salud médicas, familiares y comunitarias, por medio del desarrollo del programa.

Por consiguiente su función es elaborar y desarrollar proyectos en las instituciones de salud médicas, familiares y comunitarias; de acuerdo a esta función, las tareas son: a) hacer contactos con las instituciones de salud médicas, familiares y comunitarias ofreciéndoles los servicios; b) desarrollar los programas en las instituciones; c) evaluar permanentemente la satisfacción de las entidades de salud por el desarrollo del programa; d) hacer informe de cada uno de los programas presentados; e) hacer reformas a los programas según las críticas de las instituciones.

El estudiante en este cargo se hace responsable de las personas a las que se les aplica el programa, de los implementos materiales necesarios para su desarrollo y de información confidencial que las instituciones proporcionen. En consecuencia a lo anterior los estudiantes de psicología de noveno y décimo semestre en prácticas profesionales, con una marcada tendencia a desempeñar sus labores en el área de la salud, serán los más aptos para asumir este cargo. De la misma forma los estudiantes que den materias de investigación, psicología clínica y de la salud y taller, podrán ser participes en la elaboración y desarrollo de proyectos en dicha área.

El estudiante que desempeñe el cargo de practicantes en el área clínica, será subordinado por la coordinación del área clínica; por consiguiente su jefe inmediato será el /la Coordinador (a) del área clínica.

El objetivo que debe asumir la persona asignada a este cargo Prestar los servicios psicológicos en el área clínica del CAPSI a las personas que soliciten el servicio.

Por consiguiente su función evaluar, diagnosticar y desarrollar programas de intervención con los pacientes a su cargo; de acuerdo a esta función, las tareas son: a) evaluar permanentemente la satisfacción de la comunidad con el servicio recibido; b) hacer la historia clínica de cada uno de los casos presentados; c) Presentar un informe del balance de citas.

El estudiante en este cargo se hace responsable de las personas a las que se intervienen, de los implementos materiales necesarios para su desarrollo. En consecuencia a lo anterior los estudiantes de psicología de noveno y décimo semestre en prácticas profesionales, con una marcada tendencia a desempeñar sus labores en el área clínica, serán los más aptos para asumir este cargo. De la misma forma los

estudiante que den materias de investigación, psicología clínica y de la salud y taller, podrán ser participes en la elaboración y desarrollo de proyectos en dicha área.

.Análisis Económico Y Financiero

El objetivo de este análisis es determinar las características económicas del proyecto. Por lo cual se hace necesario identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, la utilidad, el punto de equilibrio y determinar posibilidad que al vender el servicio al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado.

En primera instancia, la inversión de activos fijos del proyecto estarán conformados por los equipos de oficina y los materiales necesarios para desarrollar el plan de negocios y sus respectivos programas y proyectos. Teniendo en cuenta que el CAPSI constituirá una unidad de gestión de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, está contemplado inversión de arranque de \$20.000.000. con el fin de adecuar el sitio o lugar donde funcionará dicha unidad (ver tabla 24)

Tabla 24

Tabla de presupuesto de inversiones en activos fijos

Artículo	Cantidad	Valor
<u>Equipos de oficinas</u>		
Teléfono conectado al conmutador de la corporación	2	80.000
ventilador	3	180.000
Computador con impresora, mesa, micrófono, parlantes, protector de pantalla, mouse	1	2.000.000
papelografo	1	92.800
sub-total		2.352.800
Muebles y enseres		
escritorio	2	345.000
sillas oficina	3	210.000
sillas rimax	12	192.000
archivador	1	300.000
cubiculo secretaria	1	180.000

sub-total		1.227.000
total		3.579.800

La inversión realizada por el CAPSI en papelería tubo en cuenta las necesidades de cada una de las áreas que harán parte del mismo. Por lo tanto se constituye en un rubro elevado dentro del CAPSI (ver tabla 25); por consiguiente se estimo el comportamiento de este a 4 años, tomando como punto de referencia la inflación en un 6.5% (ver tabla 26)

Tabla 25

Tabla de gasto de papelería.

Papelería	Cantidad	Valor
Tinta para la impresora	5 cartuchos	400.000
hojas de papel	9 resmas	90.000
Colores	5 caja	25.000
Plastilina	2 cajetas	10.000
Juguetes o juegos	5	25.000
corcho	1	44.600
lapiceros	30	18.000
tijeras	1	7.300
Caneca	3	18.000
Carpeta	500	100.000
pegante	1 tarro	3.800
agenda	1	7.500
reglas	Surtido	15.300
acetatos	Surtido	10.000
borradores de acrílico	1	3.600
cinta pegante	1 rollo	4.500
Copias de formatos	1.500	150.000
Grapadoras	3	25.700
Memos	9 Paquetes	13.500
Lápices	90	40.500
tisues	10 Paquetes	15.000
Hojas de respuestas psicológicas	450	900.000
papel periódico	100	12.000
Set de limpieza	1	25.000
Borradores	36	9.000
Sub-total		1.973.300

Tabla 26

Tabla de Proyección Gastos Papelería

Gastos	2003	2004	2006	2006	2007
papelería	1.973.300	2091698	2217200	2350232	2491246

En lo alusivo al Presupuesto construcción del local, se determinó que se deben erigir las oficinas del CAPSI, para prestar los servicios de consultoría psicológica en el área clínica y servir de empalme para las otras áreas (educativa y de la salud), por tanto se construirán dos consultorios y una recepción. La construcción de la infraestructura

Gastos de Construcción del local	Promedio	Cantidad	Total
Arena (lata)	\$ 825	1.200	\$990000
Cemento (bolsa)	\$ 18.000	35	\$630000
Cerámica (por Metro cuadrado)	\$ 15.000	36	\$540000
Pintura (por galón)	\$ 27.500	2	\$55000
Varillas 1/2	\$ 8.750	12	\$105000
Ladrillo (unidad)	\$ 620	1.200	\$4744000
Vinilo blanco (galón)	\$ 34.800	2	\$469600
Pegacol (Kilo)	\$ 5.800	70	\$406000
Tornillos (unidad)	\$ 29	100	\$2900
puntillas (caja)	\$ 928	2	\$1856
Modulos (triple, vidrio corrugado) un metro	\$ 150.000	2	\$300000
Lamparas de largas con luces de neon	\$ 139.200	3	\$417600
Cerradura de seguridad	\$ 52.200	1	\$52200
Cerradura de bola de aluminio	\$ 32.480	2	\$64960
Puertas de aluminio	\$ 102.080	3	\$306240
Tubo de 3 metros para instalaciones eléctricas	\$ 3.500	5	\$17500
Cajas	\$ 950	5	\$4750
Cable de teléfono	\$ 180.000	1	\$180000
Total	\$ 772.662		\$ 4.887.606

locativa del CAPSI se podría iniciar en el primer semestre del año 2004 (ver tabla 27, 28 y 29).

Tabla 27

Tabla de Presupuesto de construcción de la sede.

Tabla 28

Tabla de Presupuesto de mano de obra

<i>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA (octubre de 2003)</i>			
ESPECIFICACIONES	VALOR \$	CANTIDAD	TOTAL \$
Levantada de paredes (5 metros *2)	65000	2	130000
Enchape (metro cuadrado)	3500	32	112000
instación de modulos	100000	2	200000
instación de puertas	50000	3	150000
Instalación electrica y telefonioca (por punto)	15000	5	75000
Polo a tierra	30000	1	30000
Instalación del aire	250000	1	250000
TOTAL	513.500		947.000

Tabla 29

Tabla resumen de presupuesto de construcción del local

<i>RESUMEN PRESUPUESTO CONSTRUCCIÓN (Octubre de 2003)</i>	
<i>PRESUPUESTO MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN</i>	4.887.606
<i>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA</i>	947.000
TOTAL	5.834.606

Si no existe la posibilidad de construir el local en la CUTB, se contempla el Presupuesto de arriendo de una casa en uno de los barrios aledaños a esta. El arrendamiento de un inmueble en estos barrios, tiene un valor promedio de \$250.000 y

para calcular el valor de los años restantes de vida del proyecto se utilizará la tasa de inflación del 6.5% efectivo anual (ver tabla 30).

Tabla 30

Tabla de presupuesto arriendo del inmueble.

<i>Mes /Año</i>	2004	2005	2006	2007
Enero	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Febrero	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Marzo	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Abril	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Mayo	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Junio	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Julio	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Agosto	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Septiembre	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Octubre	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Noviembre	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Diciembre	\$266.250	\$283.556	\$301.987	\$321.616
Total	\$3.195.000	\$3.402.672	\$3.623.772	\$3.859.393

Por otra parte, los gastos de arranque están conformados por los equipos de oficina, muebles y enseres, papelería y construcción o arrendamiento del local, (ver tabla 31 y 32). El proyecto se comenzará en el año 2003

Tabla 31

Tabla de gasto de arranque construyendo el local.

RESUMEN GASTOS DE ARRANQUE (Octubre de 2003)	
Presupuesto materiales de construcción	4.887.606
Presupuesto de mano de obra	947.000
Equipos de oficina	2.002.800
Muebles y enseres	1.227.000
TOTAL	9.064.406

Tabla 32.

Tabla de gasto de arranque arrendando el local.

GASTOS DE ARRANQUE	
Equipos de oficina	2352800
Muebles y enseres	1227000
Gasto arrendamiento	3.695.000

TOTAL	7.274.800
--------------	------------------

Respecto al presupuesto de adecuación de la oficina en La casa que se alquile o infraestructura que se construya para el funcionamiento del CAPSI debe ser adecuada, por consiguiente es necesario presupuestar cuánto costaría tal inversión (ver tabla 33).

Tabla 33

Tabla de presupuesto de adecuación de oficina.

Adecuación de oficina	2003
Total	\$ 3.229.800

A continuación se establecerán los gastos de los servicios públicos, si se acoge la segunda opción (arriendo del local). Teniendo como referencia el consumo promedio y cargos básicos estipulado en los servicios de energía eléctrica, teléfono, agua y alcantarillado del estrato tres, nivel socioeconómico medio bajo. El servicio de gas natural, no se contempla puesto que no sería utilizado debido a las características del negocio (ver tabla 34).

Tabla 34

Tabla de servicios públicos.

Presupuesto en servicios públicos	2004	2005	2006	2007
Energía	585.120	620.227	657.441	696.887
Agua y Alcantarillado	372.000	394.320	417.979	443.058
Teléfono	198.000	209.880	222.473	235.821
Total	\$ 1.155.120	\$ 1.224.427	\$ 1.297.893	\$ 1.375.766

En cuanto al presupuesto de gastos de personal, este no se elaborará puesto que el programa de psicología se encargará del pago de los coordinadores de áreas, como lo hacen usualmente con los docentes de supervisión de practicas profesionales.

Teniendo en cuenta los presupuestos planteados anteriormente, es conveniente elaborar el análisis de costos de las inversiones a realizar para el Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica. Por esto a continuación se hace la tabla de costos del CAPSI durante sus primeros cinco años de funcionamiento. En la que se tienen en cuenta gastos de papelería, equipos de oficina, gastos de publicidad, servicios público, adecuación y depreciación de oficina, gasto de construcción o arrendamiento (ver tablas 35 y 36).

Tabla 35

Tabla Gastos proyectados con construcción del local.

Tipo de Gastos	2003	2004	2005	2006	2.007
GASTO PUBLICIDAD	\$ 2.350.933	\$1.389.216	\$ 1.611.491	\$ 1.869.329	\$ 2.168.422
GASTOS PAPELERÍA	\$ 1.973.300	\$2.091.698	\$ 2.217.200	\$ 2.350.232	\$ 2.491.246
GASTOS CONSTRUCCIÓN	\$ 5.834.606				
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA		\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400
ADECUACIÓN DE OFICINA	\$3.579.800	\$ 100.000	\$ 106.000	\$ 112.360	\$ 119.101
TOTAL GASTOS	\$13.738.639	\$4.093.314	\$ 4.447.091	\$ 4.844.321	\$ 5.291.169

Tabla 36

Tabla de gastos proyectados con arriendo del local.

Tipo de Gastos	2003	2004	2005	2006	2.007
Gasto publicidad	\$ 2.350.933,00	\$ 1.389.216,00	\$ 1.611.490,56	\$ 1.869.329,05	\$ 2.168.421,70
Gastos papelería	\$ 1.973.300,00	\$ 2.091.698,00	\$ 2.217.200,00	\$ 2.350.232,00	\$ 2.491.246,00
Gastos arriendo	\$ 0,00	\$ 3.195.000,00	\$ 3.402.672,00	\$ 3.623.772,00	\$ 3.859.393,00
Servicios públicos	\$ 187.000,00	\$ 1.155.120,00	\$ 1.224.427,00	\$ 1.297.893,00	\$ 1.375.766,00
Depreciación equipos de oficina		\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00
Adecuación de oficina	\$ 3.579.800,00	\$ 100.000,00	\$ 106.000,00	\$ 112.360,00	\$ 119.101,60
TOTAL GASTOS	\$ 8.091.033,00	\$ 8.443.434,00	\$ 9.074.189,56	\$ 9.765.986,05	\$ 10.526.328,30

En este aparte se establecerán los ingresos que se esperan obtener de la venta de programas en cada uno de los portafolios de servicios. Teniendo como referencia el recurso humano indispensable, además de la

duración del desarrollo de cada servicio y días hábiles de trabajo. (ver tablas 37, 38 y 39)

Tabla 37
Tabla de proyección de ingresos área clínica

INGRESOS PROYECTADOS AREA CLINICA					
ACTIVIDAD	2004	2005	2006	2007	TOTAL
CONSULTAS pago por sesión	\$ 7.249.988	\$ 8.515.194	\$ 9.914.247	\$ 11.008.936	\$ 36.688.365
CONSULTAS pago por paquetes	\$ 6.214.275	\$ 7.298.738	\$ 8.497.926	\$ 9.436.231	\$ 31.447.170

PROYECCION DE INGRESOS AREA EDUCATIVA								
ACTIVIDAD	2004		2005		2006		2007	
	Públicos	Privados	Públicos	Privados	Públicos	Privados	Públicos	Privados
Orientación profesional y vocacional	\$ 420,000.	\$ 1,050,000.	\$ 447,300.	\$ 1,118,250	\$ 754,260.	\$ 3,175,830	\$ 803,287.0	\$ 3,382,225.
Escuela para padres	\$ 160,000.0	\$ 320,000.00	\$ 191,700.0	\$ 383,400.0	\$ 226,845.0	\$ 453,690.0	\$ 241,590.	\$ 483,180.
Conferencias y talleres para alumn@s	\$ 720,000.	\$ 1,440,000.	\$ 862,650.0	\$ 1,725,300.	\$ 1,020,803.	\$ 2,041,605.	\$ 1,087,155.	\$ 2,147,300
Conferencias y talleres para docentes y directivos	\$ 650,000.	\$ 1,150,000.	\$ 830,700.0	\$ 1,469,700.	\$ 737,246.	\$ 1,565,231.	\$ 942,201.0	\$ 1,666,962.
Subtotales	\$ 1,950,000	\$ 3,960,000.	\$ 2,332,350.	\$ 4,696,650.	\$ 2,739,154.	\$ 7,236,356.	\$ 3,074,233.	\$ 7,679,667.
TOTAL	\$5,910,000		\$ 7,029,000		\$ 9,975,510.		\$ 10,753,900.	

Tabla 38

Tabla de proyección de ingresos área educativa

INGRESOS PROYECTADA AREA DE LA SALUD								
ACTIVIDAD	2004		2005		2006		2007	
	públicas	privadas	públicas	privadas	públicas	privadas	públicas	privadas
SALUD MEDICA:								
1. Conferencias	0	90000	0	191700	34027	204161	72477	652293
2. Seminarios	0	320000	0	681600	0	725904	96636	1159632
3. simposios	0	160000	0	340800	0	362352	48318	386544
4. talleres	0	270000	0	575100	85067	612482	181192	978439
Sub-total	0	840000	0	1789200	119094	1905498	398623	3176908
SALUD FAMILIAR								
1. conferencias	60000	90000	12780	287550	102080	306241	217431	543577
2. seminarios	80000	320000	136320	681600	181476	725904	289908	1159632
3. talleres	100000	180000	34080	383400	226845	408321	483180	869724
Sub-total	240000	590000	183180	1352550	510401	1440466	990519	2572933
SALUD COMUNITARIA								
1. conferencias	30000	90000	8520	191700	68054	204161	144954	326146
2. talleres	80000	160000	34080	170400	181476	181476	289908	193272
Sub-total	110000	250000	42600	362100	249530	385637	434862	519418
TOTAL	350.000	168000	225780	503850	879.025	3731601	1824004	6269259

Tabla 39

Tabla de proyección de ingresos área de salud

Finalmente, para de tener una visión más exacta del negocio, al nivel de su viabilidad económica, se desarrollan las tablas de utilidad operativa y flujo de caja bruto, en los cuales se contemplan las utilidades que el CAPSI tendrá en una proyección de cinco años, al igual que sus ingresos brutos. A continuación se presentan la utilidad operativa y caja de flujo teniendo en cuenta la construcción o arrendamiento del local. (ver tablas 40, 41, 42 y 43).

Tabla 40

Tabla de utilidad operativa con gastos de construcción.

CAPSI ESTADO DE RESULTADO					
2003-2007					
	2003	2004	2005	2006	2007
ÁREA CLINICA	-	\$7.249.988	\$ 8.515.194	\$ 9.914.247	\$ 11.008.936
ÁREA EDUCATIVA	-	\$5.910.000	\$ 7.029.000	\$ 9.795.509	\$ 10.780.950
ÁREA DE LA SALUD	-	\$2.030.000	\$ 3.729.630	\$ 4.610.625	\$ 8.093.262
TOTAL VENTAS BRUTAS	-	\$15.189.988	\$19.273.824	\$ 24.320.381	\$ 29.883.148
GASTO PUBLICIDAD	\$ 2.350.933	\$1.389.216	\$ 1.611.491	\$ 1.869.329	\$ 2.168.422
GASTOS PAPELERÍA	\$ 1.973.300	\$2.091.698	\$ 2.217.200	\$ 2.350.232	\$ 2.491.246
GASTOS CONSTRUCCIÓN	\$ 5.834.606				
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA		\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400
ADECUACIÓN DE OFICINA	\$3.579.800	\$ 100.000	\$ 106.000	\$ 112.360	\$ 119.101
TOTAL GASTOS	-\$13.738.639	\$4.093.314	\$ 4.447.091	\$ 4.844.321	\$ 5.291.169
UTILIDAD OPERATIVA	-\$13.738.639	\$11.096.674	\$ 14.826.733	\$ 19.476.060	\$ 24.591.979

Tabla 41

Tabla flujo de caja con gastos de construcción.

FLUJO DE CAJA					
UTILIDAD OPERATIVA	-\$13.738.639	\$ 11.096.674	\$ 14.826.733	\$ 19.476.060	\$ 24.591.979
MENOS IMPUESTO 35%	-	\$ 3.883.836	\$ 5.189.357	\$ 6.816.621	\$ 8.607.193
UTILIDAD NETA	-\$13.738.639	\$ 7.212.838	\$ 9.637.377	\$ 12.659.439	\$ 15.984.786
MAS DFEPRECIACION	-	\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400	\$ 512.400
FLUJO DE CAJA BRUTO	-\$13.738.639	\$ 7.725.238	\$ 10.149.777	\$ 13.171.839	\$ 16.497.186

Tabla 42

Tabla de utilidad operativa con gastos de arrendamiento

CAPSI					
ESTADO DE RESULTADO					
2003-2007					
	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007
ÁREA CLINICA	\$ 0,00	\$ 7.249.988,00	\$ 8.515.194,00	\$ 9.914.247,00	\$ 11.008.936,00
ÁREA EDUCATIVA	\$ 0,00	\$ 5.910.000,00	\$ 7.029.000,00	\$ 9.795.509,00	\$ 10.780.950,00
ÁREA DE LA SALUD	\$ 0,00	\$ 2.030.000,00	\$ 3.729.630,00	\$ 4.610.625,00	\$ 8.093.262,00
TOTAL VENTAS BRUTAS	\$ 0,00	\$ 15.189.988,00	\$ 19.273.824,00	\$ 24.320.381,00	\$ 29.883.148,00
Gasto publicidad	\$ 2.350.933,00	\$ 1.389.216,00	\$ 1.611.490,56	\$ 1.869.329,05	\$ 2.168.421,70
Gastos papelería	\$ 1.973.300,00	\$ 2.091.698,00	\$ 2.217.200,00	\$ 2.350.232,00	\$ 2.491.246,00

Gastos arriendo	\$ 0,00	\$ 3.195.000,00	\$ 3.402.672,00	\$ 3.623.772,00	\$ 3.859.393,00
Servicios públicos	\$ 187.000,00	\$ 1.155.120,00	\$ 1.224.427,00	\$ 1.297.893,00	\$ 1.375.766,00
Depreciación equipos de oficina		\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00
Adecuación de oficina	\$ 3.579.800,00	\$ 100.000,00	\$ 106.000,00	\$ 112.360,00	\$ 119.101,60
TOTAL GASTOS	\$ 8.091.033,00	\$ 8.443.434,00	\$ 9.074.189,56	\$ 9.765.986,05	\$ 10.526.328,30
UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 8.091.033,00	\$ 6.746.554,00	\$ 10.199.634,44	\$ 14.554.394,95	\$ 19.356.819,70

Tabla 43

Tabla flujo de caja con gastos de arriendo.

FLUJO DE CAJA					
UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 8.091.033,00	\$ 6.746.554,00	10.199.634,44	14.554.394,95	\$ 19.356.819,70
MENOS IMPUESTO 35%	\$ 0,00	\$ 2.361.293,90	\$ 3.569.872,05	\$ 5.094.038,23	\$ 6.774.886,90
UTILIDAD NETA	-\$ 8.091.033,00	\$ 4.385.260,10	\$ 6.629.762,39	\$ 9.460.356,72	\$ 12.581.932,81
MAS DFEPRECIACION	\$ 0,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00	\$ 512.400,00
FLUJO DE CAJA BRUTO	-\$ 8.091.033,00	\$ 4.897.660,10	\$ 7.142.162,39	\$ 9.972.756,72	\$ 13.094.332,81

Análisis Legal y Social

En este estudio se define la posibilidad legal y social, para que el negocio se establezca y opere, la definición del tipo de sociedad, las obligaciones tributarias comerciales y laborales que de ella se derivan, también se determinarán las regulaciones locales y los permisos requeridos.

Teniendo en cuenta, los aspectos legales que regirán el tipo de sociedad del CAPSI, es menester explicar que la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar según el artículo 3º de sus estatutos generales se constituye una persona jurídica de derecho privado, de utilidad común sin ánimo de lucro, de educación superior y organizada como corporación.

Con relación a lo anterior, El Centro de Atención Psicológica (CAPSI) es una unidad de gestión del programa de psicología de La Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, lo que quiere decir, que es un ente que posee cierta autonomía dentro de esta en la administración de sus servicios, pero que debe estar acorde con

toda la política institucional, por lo tanto depende académicamente del programa de psicología que lo cobija.

Haciendo referencia al marco legal del CAPSI, este parte de LEY 30 DE 1.994 (La ley de educación superior), La misión institucional de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, sus estatutos generales y además, se fundamenta y guía por el reglamento académico de la Tecnológica, en su aparte dedicado a la proyección social.

LEY 30 DE 1.994, en el título primero “FUNDAMENTOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR” capítulo VI “AUTONOMÍA DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR”. En el ARTÍCULO 29 señala:

La autonomía de las instituciones universitarias o escuelas tecnológicas y de las instituciones técnicas profesionales estará determinada por su campo de acción y de acuerdo con la presente Ley, en los siguientes aspectos: a) Darse y modificar sus estatutos; b) Designar sus autoridades académicas y administrativas; c) Crear, desarrollar sus programas académicos, lo mismo que expedir los correspondientes títulos; d) Definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión; e) Seleccionar y vincular a sus docentes, lo mismo que a sus alumnos; f) Adoptar el régimen de alumnos y docentes; g) Arbitrar y aplicar sus recursos para el cumplimiento de su misión social y de su función institucional.

El ítem “G” lleva a citar La misión institucional, en la cual se postula que:

“SOMOS una Institución de formación e investigación, con vocación empresarial, donde la comunidad académica -estudiantes y profesores-, los empresarios y la sociedad, encuentran el escenario adecuado para compartir un proyecto educativo crítico, flexible y global, a través del cual aprenden a Conocer, Hacer, Convivir y Ser, dentro de altas exigencias académicas y con un sentido de responsabilidad social conducente al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra ciudad y del Caribe.”

Asimismo, en los estatutos generales de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, en su artículo 7º en lo concerniente a los objetivos de la institución punto “c” reza: Buscar una activa vinculación con la sociedad colombiana para poner a su servicios los adelantos científicos, técnicos y culturales, desarrollados a través de su actividad docente e investigativa y de esta manera, contribuir al desarrollo económico y social y a la elevación del nivel espiritual, moral e intelectual, científico y técnico de su área de influencia.

Anexo a esto en el artículo 8º referente a las funciones de la tecnológica, el punto “c” señala: la proyección social que incluye los servicios y la extensión, mediante la

cual la Tecnológica interactúa con los diferentes sectores de la sociedad, interpreta la realidad social del entorno, en particular del caribe colombiano y le hace partícipe de lo mejor de su producción científica, tecnológica, artísticas y cultural, para contribuir a su mejoramiento y desarrollo.

En el reglamento académico de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, el cual es un documento aprobado por el Consejo Académico de la Tecnológica consta en el Acta No. 09 - 2001 de fecha de aprobación del Diciembre de 2002 y tiene vigencia a partir de la fecha de su aprobación; en el aparte dedicado a la práctica profesional y social reza:

ARTÍCULO 97°. La práctica, como elemento integral de la formación universitaria es la actividad de tipo profesional desarrollada por un@ estudiante durante un periodo académico en empresas o instituciones de diferentes naturalezas, para confrontar los conocimientos teóricos recibidos con la realidad económica, social, científica y tecnológica. La práctica profesional es entendida también como una acción de proyección social.

ARTICULO 109o. La practica social es parte fundamental del compromiso institucional orientado a la construcción de una sociedad mejor en la cual [tod@s](#) tengamos la posibilidad de soñar y trabajar por mejores horizontes para nuestra ciudad y para la región. Entendemos que nuestro compromiso de formar profesionales integrales involucra la responsabilidad de participar en la construcción de una sociedad, justa, digna, próspera, incluyente y con más oportunidades para [tod@s](#) en la tecnológica, se entiende a la práctica social como el desarrollo de actividades de apoyo a la gestión de actividades de apoyo a la gestión de entidades territoriales, organizaciones no gubernamentales, organizaciones comunitarias y poblaciones marginadas o de escasos recursos para el logro adecuado de los objetivos de bienestar y de desarrollo social de la población, con miras de obtener una sociedad culta y justa

Retomando lo anterior, para que el CAPSI sea aprobado como una unidad de gestión de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, debe seguir un procedimiento. Primero debe presentarse como un proyecto ante el comité de del programa de programa de psicología donde se harán las respectivas correcciones antes de ser presentado al comité académico por la jefe de dicho programa.

El Comité académico (de acuerdo a los estatutos generales, en el artículo 56 acerca de las funciones del consejo) está encargado de establecer las políticas, proyectos y

programas de desarrollo académico, es decir, que será este comité el encargado de evaluar los servicios ofrecidos por el CAPSI.

Después deberá ser presentado por la rectora ante el consejo superior donde finalmente se aprobará o no. Si en caso tal es aprobado, la rectora se encargará de poner en marcha el plan de negocios.

Análisis de Riesgos e Intangibles

En este estudio se analizan los efectos y los cambios potenciales en los factores básicos del plan de negocios que pueden generarse en la factibilidad del mismo y de evaluar, al menos cualitativamente, aquellos factores que no han podido ser incluidos en todas las etapas anteriores, con el propósito de identificar las dificultades que puedan presentarse en el futuro.

Este análisis se hará con la mayor honestidad, pues de éste saldrán identificados los puntos débiles del proyecto, las acciones correctivas para estas flaquezas. Hay que tener en cuenta que este análisis es la medicina preventiva para el proyecto a la universidad la posibilidad de tener planes de acción para la dirección del negocio.

En el mercado, se identificó que un cambio desfavorable para la realización del proyecto sería la disminución del apoyo económico al inicio del proyecto por parte de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, dada la situación de imposibilidad de obtener y canalizar recursos económicos para el desarrollo del negocio como unidad de gestión de la misma.

También, al no contar con el dinero suficiente un riesgo sería la imposibilidad de contar con los equipos, materia prima y herramientas necesarias para la prestación de los servicios, así como el no poseer un espacio locativo donde permanezcan las oficinas y consultorios del CAPSI, puesto que podría confundirse con otros consultorios sin licencias que pueden existir en la ciudad.

Asimismo, el surgimiento de nuevos centros psicológicos por parte de otras universidades o instituciones que manejen servicios psicológicos, de igual o de más bajo costo, podría ser un riesgo debido a que la población que tiene dificultades económicas, dirige su atención a los centros de más bajos costos para poder subsanar así sus necesidades.

Otro riesgo podría ser que los clientes finales e intermediarios no deseen hacer ningún contrato con el CAPSI para la solicitud de alguno de sus servicios porque en

algunas instituciones de la ciudad de Cartagena ya han hecho contratos y les ha gustado el servicio.

Igualmente, otro factor que podría ser un riesgo de mercado es que las otras universidades de la costa produzcan excelentes profesionales que decidan unirse para formar empresas que presten servicios parecidos al CAPSI con una mejor infraestructura y con mayor publicidad y con excelentes proveedores económicos para su mantenimiento inicial.

Para concluir, el hecho de no ser conocido en la ciudad hace que cualquier negocio en su inicio sea un riesgo ya que si no se le hace la publicidad suficiente no se podrá darse a conocer.

Respecto a los riesgos técnicos se podrían suscitar hechos como el no desarrollo oportuno de los servicios debido a no poseer el personal adecuado para la prestación del mismo. Así mismo el no contar con la materia prima, equipos y herramientas para prestar los servicios ofrecidos en cada portafolio. Otro riesgo técnico es que el programa de psicología decida proyectarse socialmente de una forma diferente y que el consejo superior lo apruebe.

A diferencia de los riesgos técnicos un riesgo económico podría ser, reducir demasiado el precio de los servicios debido a que no se tendrían las utilidades esperadas. Así mismo, un aumento exagerado del precio (con relación a la población) sería contraproducente puesto que los clientes potenciales no contarían con los recursos necesarios para acarrear los costos del servicio. El incremento en el costo del transporte al lugar de ubicación del CAPSI, sería otro riesgo del proyecto en el caso de la población a la que se dirigirán los servicios del área clínica. Además, otro riesgo económico sería que el costo de vida aumente de tal forma que la salud mental sea observada como algo poco necesario por las diferentes poblaciones.

En último lugar, como un alto riesgo financiero sería la demora en el pago de las entidades de salud y los colegios, esto generaría un cambio en las expectativas del proyecto con respecto a las formas de pago y a los valores de los servicios. Otro alto riesgo financiero podría ser el incremento en el costo de los servicios, al igual que la reducción, puesto que el aumento de estos haría que existiera la probabilidad de la disminución de compradores del servicio y por el contrario, al disminuir el valor de estos la posibilidad de un aumento de la población sería probable pero los costos internos del CAPSI serían difíciles de sostener.

No obstante los riesgos antes mencionados pueden contrarrestarse. A continuación se presentan algunas acciones diseñadas para disminuir o evitar cada uno de los riesgos a los que puede estar enfrentado el proyecto:

Si por alguna razón el apoyo económico hacia el proyecto por parte de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar disminuye, se tendría la posibilidad de solicitar al consejo superior brindase ayuda económica al proyecto, en cuanto a la construcción o arriendo del espacio locativo, compra de equipos, materia prima, así, como herramientas para el préstamo de los servicios. Esto hasta que este lograra un punto de equilibrio y pudiera auto sostenerse como toda unidad de gestión.

En el caso del surgimiento en el mercado de nuevos centros psicológicos en otras universidades o instituciones con precios iguales o más bajos en sus servicios, se deberán mejorar aun más los servicios en comparación al de los competidores y se deberá establecer nuevas políticas de descuento en relación con las ventas de los servicios eso si verificando que exista siempre una estabilidad en las finanzas de la empresa y realizar un nuevo estudio para determinar hasta donde se puede soportar una guerra de precios.

Si por alguna razón los clientes finales e intermediarios no quieran optar por los servicios ofrecidos por el CAPSI, se tendrá la posibilidad de incursionar en los mercados haciendo una publicidad muy profesional y cuantiosa a través de medios personalizados, televisivos y radiales en los cuales se den a conocer las bondades de los servicios ofrecidos por el portafolio del CAPSI.

El hecho de que otras universidades produzcan excelentes profesionales que formen sus propias empresas prestadoras de servicios psicológicos es posible contrarrestarlo haciendo una selección de los mejores estudiantes practicantes de psicología en cada una de las áreas que hacen parte del CAPSI, construir una infraestructura representativa que contenga lo necesario con la ayuda económica suficiente de la facultad.

La publicidad de las bondades del CAPSI es tan importante para el factor de riesgo ser nuevos en el mercado, que si esta no se ofrece de la manera adecuada será muy poca la demanda que la solicite. Por esto, el hecho de ir a las instituciones y colegios donde se hizo la encuesta en un principio con una excelente presentación personal y con unas carpetas donde se observen el logo y eslogan del mismo con cada uno de los servicios y sus respectivas descripciones y una carta de presentación del programa de psicología sería la estrategia inicial para instituciones de salud y colegios. Para la población del

área clínica se harán campañas publicitarias por las emisoras más escuchadas por los habitantes estratos 1, 2 y 3 de Cartagena.

Otro factor de riesgo es el prestar servicios solo en el campo de la psicología, esto es posible contrapesarlo si se realizan contratos a profesionales de otros campos afines, como: Médicos, odontólogos, nutricionistas, fisioterapeutas, etc. Y de esta forma ampliar el servicio hacia el área de la salud.

En el supuesto de no poseer el personal adecuado para la prestación de los servicios, se buscaría profesionales externos o docentes especialistas en cada una de las áreas para certificar de esta manera que los servicios ofrecidos por el CAPSI son de excelente calidad y no comprometer al programa de psicología.

Si en un futuro el programa de psicología decide no seguir proyectarse por medio del CAPSI y el consejo superior lo aprueba, será necesario obtener la información necesaria donde se les demuestre a ambos que el CAPSI es la mejor opción para que el programa y hasta cierto punto la universidad en general se proyecte.

Un factor que se debe mantener son los precios bajos, valores que al mismo tiempo sean capaces de sostener el capital necesario para la existencia del CAPSI. Para esto se hace necesario la evaluación permanentemente de las finanzas del negocio, así como el aumento de la inflación. Evitando de esta forma ,un desequilibrio entre los ingresos y egresos del negocio, y la no obtención de utilidades que hagan del CAPSI una Unidad de Gestión auto sostenible.

Existen factores externos que no es posible controlar como el valor del transporte y el aumento en la calidad de vida, pero los costos en los servicios es posible mantenerlos como estrategia de sostenimiento de la empresa. Acompañada de una campaña sobre la importancia de la salud mental en el ser humano en sus diferentes ámbitos.

Un riesgo financiero alto sería la demora en el pago de las entidades de salud y los colegios, pero para evitarlo es necesario poseer una gestión de cobro para que los compradores de los servicios posean el valor del pago oportuno.

Discusión

En la presente discusión se sintetizan algunas ideas, y otras amplían, ideas las cuales fueron analizadas con antelación en los resultados del trabajo de grado. Por esto se inicia a continuación con una revisión de los antecedentes del CAPSI.

El Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar desde 1997, concibió la necesidad de proyectar socialmente los conocimientos producidos por esta hacia la comunidad. Debido a esto, en aquella época se elaboró un proyecto titulado CESIP, que pretendía brindar servicios a la comunidad, relacionados con las cuatro áreas de la psicología en las que se hacían énfasis como: clínica, educativa, organizacional y social.

Por diversos motivos (tales como falta de recurso económico, humano, entre otras) dicho proyecto no pudo efectuarse, así que el programa debió continuar con el manejo de la proyección social solo por medio de la práctica profesional, en convenio con algunas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

No obstante, desde el año 2001, una docente con un grupo de estudiantes tomaron la iniciativa de elaborar un proyecto parecido al CESIP; proyecto que sería propuesto como un medio de proyección social del programa, a la actual rectora de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, aprovechando que en el año 2002 contempló un redireccionamiento estratégico.

Este redireccionamiento, asume como uno de los ejes principales la proyección social de todos los programas que hacen parte de esta. Es decir, que para la universidad se convirtió en una necesidad mantener una relación directa con la comunidad de forma más activa, en la cual se facilite el intercambio de experiencias y saberes que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la población, y a la vez que los estudiantes y profesionales adquieran más destrezas competitivas, al confrontar los conocimientos teóricos adquiridos con la realidad.

Por lo anterior, para alcanzar los lineamientos de proyección social del programa de psicología, se contempló que el objetivo principal de este proyecto de grado es elaborar un plan de negocios para el montaje del Centro de Asesoría y Consultoría Psicológica (CAPSI) del Programa de Psicología de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, en el cual se visualiza en primera medida el conocimiento de la factibilidad de la creación del CAPSI por medio de un estudio de mercado. Dicho objetivo en la actualidad se considera ha sido cumplido, arrojando resultados a favor de la establecimiento de dicho centro.

Lo anterior se obtuvo, luego de una exploración general de los motivos y necesidades por los cuales se crean los centros de asesoría y consultoría psicológica planteados en la teoría, y su concordancia con las motivaciones de otras universidades que poseen programas de psicología, tanto a nivel nacional como internacional. Estos motivos y necesidades encontrados se reflejan en lo enunciado a continuación: Belinchón (2002), afirma que en las universidades se requiere más acción comunitaria y compromiso del profesional con la suerte del colectivo social. Así mismo, para El CEPUC, El centro de Servicios Psicológicos de la Universidad Pontífice Bolivariana y la Escuela de Psicología de la Universidad del Valle, es de gran importancia lograr mejores niveles de convivencia y calidad de vida de las comunidades, brindar a la sociedad la orientación y el apoyo psicológico necesario para la prevención, mantenimiento y recuperación del ser humano y ofrecer al estudiante la mejor formación profesional especializada en las áreas de la psicología que se imparten en las universidades.

Seguidamente, se obtuvo información sobre cómo elaborar centros de servicios y se determinó que el proceso que lo precede, es el mismo que el de la creación de una empresa o negocio, es decir, se debe elaborar un plan de negocios. Esto dio pie para la desarrollo del plan de negocios del Centro De Asesoría Y Consultoría Psicológica de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar. Por tanto, se hizo un sondeo de opiniones que sirvió como punto de referencia, y en el cual, la comunidad cartagenera manifestó estar de acuerdo con la creación de un centro psicológico en el que se tuviese la posibilidad de adquirir este tipo de servicios, teniendo en cuenta su recurso económico y necesidades propias.

Tomando la anterior información como referencia, se inició el desarrollo de la primera etapa, el análisis de mercado, en la cual se determinó la existencia real de clientes potenciales, debido a que la mayoría de la población (de acuerdo a cada área) se muestra interesada en la adquisición de los servicios, lo que tiene como precedente el hecho de que en Cartagena aun no hay una cobertura de estos servicios a toda la población, específicamente en la de estratos socioeconómicos más bajos.

Por ende, el valor económico de los servicios fue ajustado a las posibilidades económicas de los clientes (personas, colegios e instituciones de salud). Sin embargo, puede que algunos habitantes de la zona sur occidental, no puedan cancelar el valor establecido, debido a que las condiciones de pobreza y miseria en que se encuentran,

son elevadas. Lo que sugirió, el plantear diversas posibilidades de pago, como son: por cada uno de los servicios o por paquetes de servicio. Así mismo, se contempla el pago en efectivo o por cheques, para ampliar la posibilidad de adquisición de los servicios.

De la misma forma, algunas instituciones de educación y salud que son públicas manifiestan el deseo de tener los servicios, pero no poseen las facultades económicas para adquirirlos, ni siquiera a muy bajos costos pues en ocasiones no poseen recursos económicos ni para su autosostenimiento.

Esto se denota en la pregunta: ¿cuánto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios psicológicos? Donde un porcentaje relativamente alto de personas, directivos de colegios e instituciones de salud, no contestaron o respondieron que los servicios deberían ser gratuito. Por esto, al igual que a los habitantes de la zona suroccidental de Cartagena, se sugiere actuar con valores muy económicos y con las mismas formas de pago.

Lo anterior se relaciona con lo propuesto por Rodríguez (2002), quien afirma que una característica de los centros de asesoría y consultoría psicológica universitarios es generar ingresos, solo para el mantenimiento de los mismos, debido a que la venta de los servicios se hace a bajo costo o gratuitamente, por las condiciones de la población a las que se les brinda (las cuales son en su mayoría de escasos recursos). Lo que a su vez influye en que no se puedan suministrar más de cuatro ámbitos de servicio.

El análisis de mercado denotó además que en Cartagena, cada vez más se expande los servicios prestados por los psicólogos, puesto que existen organizaciones, como ONGs, fundaciones y EPS que prestan este tipo de servicios. Así mismo, existen psicólogos profesionales, universidades, y centros psicológicos, universitarios (como el de la U. San Buenaventura) y no universitarios (centro Aprender) que se especializan en la prestación de servicios a empresas, colegios y particulares.

En el caso especial de la Centro psicológico de la U. San Buenaventura, este resulta la competencia directa del CAPSI debido a que posee características muy parecidas a este, tales como ser un centro universitario, que brinda servicios en las áreas clínica y educativa, precios económicos, estar ubicado cerca del programa de psicología al que hace parte, estar ubicado en la zona sur occidental de Cartagena, lo que influye además, tener el mismo área de afluencia para la prestación de los servicios, sobre todo en el área clínica.

Las diversas competencias que pueda presentar el CAPSI, al momento de su apertura indican que es necesario gestionar la calidad de los servicios, procurando que

sean eficientes y eficaces, además, aunque exista una buena demanda en el mercado de los Servicios psicológicos, se debe tener en cuenta el posicionamiento de los otros centros o personas que brinden estos servicios. Lo que significa, entre otras cosas, que el CAPSI debe elaborar una serie de estrategias como la creación de una imagen corporativa llamativa, visitas a instituciones de salud y educativas con entrega de carpetas, emisión de información del centro y de los servicios ofrecidos por este, por medios de comunicación como televisión, radio, propagación de volantes y el desarrollo de convenios con instituciones gubernamentales y no gubernamentales que requieran dichos servicios.

Se concluye además, que de cada una de las áreas de la psicología que hacen parte del CAPSI (clínica, educativa y de la salud) en un inicio, se hará mayor promoción del servicio a cierto segmento de la población de dicho servicio. En el caso de psicología clínica este se enfoca más hacia las mujeres, en educativa los colegios públicos y en el área de la salud las instituciones de salud médica.

En cuanto, al orden de desarrollo del plan de negocios se continuó con el análisis técnico, en el cual se puede observar, que los servicios de asesoría y consultoría psicológica, están encaminados, a ofrecer servicios de asistencia (diagnóstico e intervención de problemáticas), establecimiento de programas enfocados en la promoción de la salud y prevención de enfermedades; y finalmente, están enfocados al mejoramiento de los procesos que se dan a nivel educativo (Ver anexo D).

Lo antepuesto, va muy de acuerdo, a lo planteado en el segundo encuentro Nacional sobre servicios psicológicos universitarios, realizado en Málaga (España). Donde se plantea, que los servicios se encaminan en su mayoría en el área clínica, educativa y organizacional, sin embargo está abriendo campo al préstamo de otras áreas psicológicas tales como la psicología de la salud.

Así mismo, estos servicios pueden ser ejecutados por docentes, o practicantes de último año, con el fin de mejorar los procesos educativos de dichos estudiantes. De igual forma, el CAPSI trabajará con practicantes no solo de último año, sino también estudiantes que cursen asignaturas como, campo de acción, psicología educativa, investigación, entre otras. Aunque; un punto que diferencia al CAPSI de otros centros universitarios es que la población a atender, es aquella que no está vinculada a la universidad, es decir, que los servicios no serán prestados a alumn@s, profesores (as) y directivos, debido a que dentro de la CUTB estos servicios son brindados por el bienestar universitario.

En cuanto la estructura formal o física, se tuvo muy en cuenta que el CAPSI permaneciera ligado al programa de psicología, ubicando en la estructura física de la universidad un espacio destinado para su construcción, esto con el fin de facilitar la movilización de docentes y practicantes hacia esta. Además, que los usuarios relacionen los servicios recibidos con la universidad, la cual goza de gran prestigio a nivel local

Con el estudio técnico se pudo establecer la cantidad, calidad y costos requeridos de los servicios que serán ofrecidos por el CAPSI para lo cual se tuvo muy en cuenta la tecnología requerida, recursos humanos y procesos productivos, lo que indica que todas las variables del producto han sido contempladas y por esto se puede afirmar que los servicios pueden ser ofrecidos al mercado.

Por otro lado, en cuanto a la posibilidad legal y social de la existencia del CAPSI, se ve legitimada y legalizada, por el hecho de constituirse en una unidad de gestión que depende académicamente del programa de psicología y dependerá administrativamente de la dirección de desarrollo empresarial y proyección social de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, que si bien en un principio dependerá económicamente de la universidad, conservando autonomía en la administración de los servicios, con el tiempo, el CAPSI deberá autofinanciarse sin depender académicamente del programa, es decir, deberá seguirse rigiendo por el reglamento académico y los estatutos generales. Lo cual se ratifica por lo expuesto en el II Encuentro Nacional sobre servicios psicológicos, el cual planteó que en algunos casos existen una dependencia económica de los servicios centrales de la universidad (vicerrectora y extensión universitaria), además se expresó que solo en unos casos excepcionales, son independientes con su propia organización y autofinanciación.

De este estudio se concluye, que existe la posibilidad de que el CAPSI se constituya una unidad de gestión, debido a la función social que deben poseer todos los programas académicos de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, en este caso en particular el programa de psicología.

Respecto a la determinación de las necesidades de los recursos financieros, sus fuentes, condiciones y posibilidades y acceso a los mismos, se contempla la factibilidad de la creación del centro, puesto que existe el apoyo por los directivos de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar para brindar, hasta donde sea posible el presupuesto económico para la apertura del mismo. Además, de acuerdo a los resultados se puede observar que los servicios vendidos al precio fijado, alcanzaran para que en el

año 2007 se obtenga un excedente adecuado, que permita la implementación de nuevos programas.

Esto se sustenta, en el hecho de que económica y financieramente, se espera que el CAPSI en un inicio arroje pérdidas más que ingresos (sobre todo en el área clínica), esto mientras se promociona en el mercado y debido a los gastos de construcción e implementación de la planta física del mismo, compra de equipos de oficina, papelería, publicidad (gastos de arranque en general). Por tanto se plantea ingresar al mercado con costos muy bajos en el 2004, para que luego en el 2006 aumenten los valores, respecto a la tasa anual de inflación y finalmente, en el 2007 superar el punto de equilibrio entre ingresos y egresos.

En cuanto los riesgos e intangibles, se determinó la posibilidad de que existan cambios a nivel económicos que dificulten el proceso de desarrollo del CAPSI; sin embargo, se plantea una serie de alternativas para enfrentar el posible impase.

Por otra parte, para el mejoramiento continuo del CAPSI es necesario que se realicen evaluaciones periódicas, en las que se contemple aspectos tales como: calidad de servicios ofrecidos según los clientes, cantidad de los servicios vendidos (para a partir de esto implementar estrategias publicitarias para servicios pocos solicitados) y análisis financiero anual, en el cual se determine el desarrollo económico del CAPSI, para luego reinvertir la utilidad en otros proyectos.

Por último, hay ciertas recomendaciones que se debe tener en cuenta para que el CAPSI sea exitoso: primero, se debe planificar la continuidad del CAPSI como un servicio institucional, para que no decaiga y le sea imposible superar la etapa de supervivencia; segundo, si los servicios se expanden, se debe determinar el límite del número de servicios a ofrecer para evitar llegar a un punto de saturación y la disminución de la calidad del servicio y finalmente, se debe recalcar que la aplicación de los servicios debe ser realizada por los estudiante, bajo la asesoría y conducción de los coordinadores.

Referencias

- ANCLAJE. Kenning, (2000).
<http://psicoanalisis.com.ar/Instituciones/listadoinstituciones.htm>. Argentina
- Barela (2001). Innovación Empresarial Arte y Ciencia de la Creación de Empresas.
 Prentice Hall. Ed segunda. Colombia
- Centro de Estudios y Tratamientos Psicológicos (CETRAP). Blanes, (2002)
<http://www.cetrup.com.ar/> Argentina
- Centro de Orientación y Atención Psicológica “ALFONSO BERNAL DEL
 RIESGO” (COAP) de la Facultad de Psicología de la Universidad de la Habana. Vega,
 R. (1998).<http://www.uh.cu/facultades/psico/resecoap.htm>coap . Cuba
- Centro de Psicología Aplicada – CPA. Belichón (2002) <http://www.uam.es>. España
- CENTRO "HUERTA DEL REY". Benito, Y (2000).
http://www.tds.es/c_h_rey/bv.htm. España
- Centro interdisciplinario de atención educativa ala comunidad de la UABC. <http://www.ciaec.com.co> html.
- Centro psicoanalítico Madrid. Gállego, (2002).
<http://www.centropsicoanaliticomadrid.com/>. España
- Centro Psicológico Apertura. Bango (1999). <http://www.centroapertura.com.ar/>.
 Argentina
- Centro Psicológico Belgrano . Aunsio, (2002).
<http://www.guimat.com/verdominio.asp?dominio=http://www.guimat.com/cpb>
www.centropsibelgrano.com.ar. Argentina
- Centro Psicológico de la Pontificia Universidad Católica de Chile (CEPUC).
 Sharif, (2002). <http://www.psic.puc.cl/centro.htm> . Chile

- Centro Psicológico de Terapia de Conducta(CEPTECO). Cueto, (2001).
<http://www.cop.es/colegiados/CL00395/departam.htm> . España
- Centro Universitário Positivo - UnicenP é a instituição de Ensino Superior.
 Faculdades Positivo, (1988). <http://www.unicenp.br/index.asp?strCurso=psico4> Brasil
- Centro Yungay . Centro de Atención Psicológica (Caps),(1998).
<http://www.ubolivariana.cl/centro/caps.htm>. Chile
- Cerda, H. Cómo Elaborar Proyectos. (1996) Colombia: Magisterio Ltada.
 Colectivo de Psicología y Desarrollo Nacional de Chile (2001)
<http://www.cyberpsych.org/colectivopsicología>). Chile
- Consultorios de Psicología de La Universidad Santo Tomas. Facultad de
 psicología, (2002). <http://www.unitomas.edu.co>. Colombia
- Domingo, A. Dirección y Gestión de Proyectos. (2000) México: Alfaomega
 editores S.A.
- Escuela de Psicología, Universidad del Valle. Barona, I (2001)
www.univalle.edu.co. Colombia
- LA CORRIENTE COGNITIVA. Williams, M (2001).
http://www.catrec.com.ar/corriente_cognitiva.htm. España
- Lazarus, R. (1991) Emotion and Adaptation. New York: Oxford Ujniversity Press.
- Hernández y Colb. (1997). Métodos de Investigación. Mc GrawHill. Ed quinta.
 Mexico
- Obst Camerini; J. (2000) El Psicodrama Cognitivo Conductual. Bs.Aires:
 CATREC.
- Proyecto Social Universitario (PSU) de La Corporación Universiltaria Remington
 (2000) <http://www.remington.edu.co/INVESTIG/contenido.asp>. Colombia.
- Safran, J. (1998) Widening the Scope of Cognitive Therapy. Northvale (1996):
 Jason Aronson.
- Servicio de Atención Psicológica de la Universidad Nacional. Facultad de
 psicología, (2001). <http://www.unal.edu.co>. Colombia

Servicio de Atención Psicológica (SAPSICO) de la Universidad de Granada.
Facultad de Psicología (2001) www.ugr.es. España

Valero, L. (2000) II Encuentro Nacional sobre Servicios de Atención Psicológica
Universitarios. Universidad de malagana director del SAP (España)
<http://www.uma.es/psicologia/sap/conclus.htm>.