

**ZEGEL IPAE**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**PROYECTO CENTRO PSICOLÓGICO Y ESCUELA PARA PADRES  
CEPSIEP (SERVIFAMILY)**

**Proyecto profesional para obtener el título de BACHILLER EN ADMINISTRACION  
DE NEGOCIOS  
Presentada por:**

**DELGADO BELLI, Tatihana  
HURTADO ANTONIO, Irma Rosario  
LLACSACURI TOLEDO, Isaías Smith**

**IC1200154  
IC0800733  
IC1201388**

**Lima, 2020**

## **Dedicatoria**

*A nuestros padres.  
El presente proyecto profesional lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.*

## RESUMEN EJECUTIVO

En el siguiente proyecto desarrollamos un plan de negocio, para la puesta en marcha de una Escuela para Padres, denominada "SERVIFAMILY", la cual se dedicará a brindar el servicio de talleres y consultoría psicológica para padres de familia en la ciudad de Ica.

"SERVIFAMILY", es una idea de negocio que ayuda a las familias a tener una mejor interacción, apoyando y fortaleciendo la educación a los padres de familia a través de talleres, charlas, orientaciones y consejerías; de manera que nos permita dar una solución a problemas que se presentan a temprana edad

Para nuestro emprendimiento es prioridad conseguir buenos resultados en la mejora emocional entre padres e hijos. Debido a que este es un problema que aqueja a muchas familias de hoy en día, motivado por diversos factores (tiempo, falta de comunicación, afecto, etc.) abriendo una oportunidad que permitiría implementar nuestra idea de negocio

El mercado al cual nos dirigimos será el cercado de Ica que cuenta con 2612 hogares distribuidos en el nivel socio económico A 0,3% y el nivel socioeconómico B 11,12%, de los cuales cuentan con 2.1 hijos en promedio por familia.

Posteriormente se procede a detallar el Plan Financiero para demostrar la viabilidad de este proyecto. Con una inversión total de S/. 69 224 soles, el proyecto obtuvo resultados positivos, se analizó el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), ambos económicos y financieros. Como resultado del VANE obtuvimos S/88 223.75 y VANF obtuvimos S/. 43 915.40 y la TIRE 64% y TIRF 48%. De acuerdo con ello se demuestra que el proyecto debería ser aceptado para su implementación.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>DEFINICIÓN DEL NEGOCIO .....</b>	<b>12</b>
1.1. Idea de negocio.....	12
1.2. Diagnóstico de la idea del negocio. ....	12
1.3. Justificación del plan de negocio.....	15
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>16</b>
<b>DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Análisis de microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos) .....</b>	<b>16</b>
2.1.1 Clientes:.....	16
2.1.2 Competidores: .....	17
2.1.3. Proveedores:.....	18
2.1.4. Sustitutos: .....	18
<b>2.2. Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico- demográfico y tecnológico).....</b>	<b>19</b>
2.1.1 Análisis Económico.....	19
2.1.2 Factores Socioeconómicos.....	22
2.1.3 Factores Políticos y Legales.....	22
2.1.4 Factores Tecnológicos .....	24
2.1.5 Factores Ambientales .....	25
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>27</b>
<b>PLANEAMIENTO ESTRATEGICO .....</b>	<b>27</b>
3.1. Misión .....	27
3.2. Visión .....	27
3.3. Valores .....	27
3.4. Objetivos estratégicos.....	27
3.5. Matriz FODA.....	28
3.6. Estrategias genéricas de Porter.....	28
3.7. Cronograma de actividades (diagrama de Gantt).....	30
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>31</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>31</b>
4.1.1 Directos .....	31
4.1.2 Potencial.....	38

4.2. Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda).....	39
4.2.1 objetivo.....	39
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>57</b>
<b>PLAN DE COMERCIALIZACION .....</b>	<b>57</b>
5.1. Mercado (características y segmentación) .....	57
5.2. Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y promoción).....	58
5.2.1 Servicio:.....	58
5.2.2 Precio: .....	59
5.2.3 Plaza: .....	61
5.2.4 Promoción: .....	61
5.3. Formulación de estrategias ANSOFF .....	62
5.4. Proyección de ventas .....	63
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>64</b>
<b>PLAN TECNICO .....</b>	<b>64</b>
6.1. Localización de la empresa (matriz de localización).....	64
6.1.1. Matriz de localización .....	64
6.2. Tamaño del negocio (capacidad instalada) .....	66
6.3. Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima) .....	67
6.3.1 Maquinarias y Equipos:.....	67
6.3.2 Mano de obra. ....	69
6.4. Costos (directos e indirectos).....	70
6.5. Proceso de operación (diagrama de flujo).....	70
6.6. Certificaciones necesarias .....	73
6.7. Impacto en el medio ambiente .....	73
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>74</b>
<b>PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL .....</b>	<b>74</b>
7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos) .....	74
7.2 Obligaciones (tributarias y laborales) .....	78
7.3 Estructura organizacional .....	81
7.4 Descripción de funciones.....	82
<b>CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>83</b>
<b>PLAN ECONOMICO - FINANCIERO .....</b>	<b>83</b>
8.1 Inversiones (estructura) .....	83
8.1.1 Inversión Fija Tangible .....	83
8.1.2 Inversión Intangible.....	86

8.1.3 Capital de Trabajo.....	86
8.2 Ingresos y egresos.....	87
8.3 Deuda (Cuadro de amortización) .....	90
8.4 Flujo de caja (económico y financiero) .....	92
8.5 Evaluaciones económica y financiera (VAN y TIR) .....	92

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA N°1: Principales Competidores.</b> .....	<b>17</b>
<b>TABLA N°2: Valor Agregado</b>	
<b>Bruto</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabla N°03 matriz FODA de la empresa “SERVIFAMILY SAC”</b> .....	<b>28</b>
<b>Tabla N°4 Cronograma de Actividades</b> .....	<b>30</b>
<b>Tabla N°05 Encuesta de viabilidad del centro psicológico y escuela para padres</b> .....	<b>40</b>
<b>Tabla N°06 Número de familias del Cercado de Ica y zonas urbanas</b> .....	<b>43</b>
<b>Tabla N°07 Distribución por NSE</b> .....	<b>44</b>
<b>Tabla N° 08 Proyección de la demanda</b> .....	<b>56</b>
<b>Tabla N°09 Precios de los servicios al público</b> .....	<b>60</b>
<b>Tabla N°10 Estrategias ANSOFF</b> .....	<b>62</b>
<b>Tabla N°11 Atenciones por mes</b> .....	<b>63</b>
<b>Tabla N°12 Matriz de Localización</b> .....	<b>65</b>
<b>Tabla N°13 Área Administrativa</b> .....	<b>68</b>
<b>Tabla N°14 Área de Terapia</b> .....	<b>68</b>
<b>Tabla N°15 Área de talleres</b> .....	<b>68</b>
<b>Tabla N°16 Ambientes para Orientación</b> .....	<b>69</b>
<b>Tabla N°17 Arreglo y acondicionamiento de local</b> .....	<b>69</b>
<b>Tabla N°18 Requerimiento de personal de la empresa</b> .....	<b>69</b>
<b>Tabla N°19 Planilla de pagos psicólogos</b> .....	<b>69</b>
<b>Tabla N°20 Costos directos e indirectos de la empresa SERVIFAMILY SAC</b> .....	<b>70</b>
<b>Tabla N°21 Costos intangibles de la empresa SERVIFAMILY SAC</b> .....	<b>78</b>
<b>Tabla N°22 Pago de impuestos</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabla N°23 Régimen Tributario</b> .....	<b>80</b>
<b>Tabla N°24 Tabla estructura de la inversiones</b> .....	<b>83</b>
<b>Tabla N°25 Tabla Inversión Tangible</b> .....	<b>84</b>
<b>Tabla N°26 Inversión Intangible</b> .....	<b>86</b>
<b>Tabla N°27 Costos Fijos de la Empresa SERVIFAMILY SAC</b> .....	<b>87</b>
<b>Tabla N°28 Proyección de Ingresos Primer Año</b> .....	<b>88</b>

<b>Tabla N°29 Proyección de Egresos.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla N°30 Cuadro Servicio a la Deuda .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabla N°31 Cuadro Resumen de Servicio a la Deuda .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla N° 32 Flujo de Caja Económico de la Empresa SERVIFAMILY SAC .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla N°31 Tasa de Descuento SERVIFAMILY SAC .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla N°34 VANE.....</b>	<b>94</b>
<b>Tabla N°35 VANF .....</b>	<b>94</b>



## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N°1 Problemas Familiares .....</b>	<b>14</b>
<b>Gráfico N°2 Gastos del adulto peruano .....</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico N°03 Servicios ofrecidos por los Colegios Parroquiales.....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N°04 Economía de PERÚ .....</b>	<b>23</b>
<b>Gráfico N°05 Uso de internet, teléfonos móviles y redes en Perú .....</b>	<b>25</b>
<b>Gráfico N° 06 Estrategias genericas de Porter .....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico N° 07 Logotipo de la empresa ODIN .....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico N° 08 Publicidad de la empresa ODIN .....</b>	<b>32</b>
<b>Gráfico N° 09 Trabajos de la empresa ODIN.....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico N° 10 Logotipo de la empresa Mi Pequeño Tadeo .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N° 11 Trabajos de la empresa Mi Pequeño Tadeo .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N° 12 Insignia del Colegio San Vicente.....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico N° 13 Insignia del Colegio De la Cruz.....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico N° 14 Trabajos del Colegio de la Cruz.....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico N°15 Población por departamentos del Perú.....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico N°16 Población total de Provincias de la región Ica .....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico N° 17 Mapa de ubicación .....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico N°18 Layout de la empresa .....</b>	<b>67</b>
<b>Gráfico N°19 Diagrama de Procesos .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico N°20 Organigrama de la empresa SERVIFAMILY SAC .....</b>	<b>81</b>

## INTRODUCCIÓN

A nivel regional se han presentado más de 300 casos de violencia escolar y se buscan tomar medidas para erradicarla de las escuelas. Una de las medidas es la ejecución del Centro de Atención Temprana de casos de violencia escolar para Ica y posteriormente cada Unidad de Gestión Local (UGEL) tendrá el suyo y se sumará al trabajo preventivo y asistencial que hacen los psicólogos en las instituciones intervenidas.

En el desarrollo del Plan de Negocio, se determina la aprobación, la viabilidad y sostenibilidad del proyecto, para ello se considera 7 capítulos, que detallamos a continuación:

Capítulo I. Definición del Negocio, se presenta la formulación de la idea de negocio, el diagnóstico y su justificación que nos ayudará a enfocar la línea de trabajo la cual nos servirá de guía a seguir.

Capítulo II. Diagnóstico del Plan de Negocio, se analiza a detalle las variables del microentorno y macroentorno donde se realizó un análisis basado en las fuerzas de Porter y el análisis del entorno exógeno (PESTEL) que pueden influir de forma positiva o negativamente en la operatividad del negocio.

Capítulo III. Planeamiento Estratégico, Se presentan los datos más relevantes de la empresa, su direccionamiento estratégico (misión, visión, valores, objetivos) que se desean alcanzar y un análisis situacional (Matriz FODA) y cronograma de actividades.

Capítulo IV. Estudio de Mercado, tiene como objetivo identificar si existe una demanda insatisfecha en el mercado para poder asegurar la viabilidad del negocio.

Capítulo V. Plan de Comercialización, se analiza las 4P de la Mezcla de la Mercadotecnia, el plan de acciones tácticas que realizará la empresa y también se establece la Proyección de Ventas de los futuros cinco años del negocio.

Capítulo VI. Plan Técnico, se define la localización, el tamaño, necesidades y requerimientos y diagramas de procesos de operación, así como el impacto ambiental.

Capítulo VII. Plan Organizacional de Personal y Legal, definimos la constitución de la empresa, obligaciones tributarias y laborales, estructura organizacional y descripción de funciones.

Por último, en el Capítulo VIII. Plan Económico y Financiero, donde se determina el monto de inversión, su financiamiento y se evalúa la rentabilidad y sostenibilidad del negocio a través de los factores de medición (VAN TIR), con los resultados positivos de estos, se asegura que es un proyecto viable.

# CAPÍTULO I

## DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

### 1.1. Idea de negocio

El siguiente proyecto nace con la finalidad de ayudar a los padres de familia de la ciudad de Ica. En la actualidad se escucha en nuestra vida cotidiana a los padres tener diversos problemas con sus hijos ya sean niños, adolescentes e incluso adultos, las cuales afecta la parte emocional, conductual y de aprendizaje.

SERVIFAMILY SAC es una idea de negocio que ayuda a las familias a tener una mejor interacción, apoyando y fortaleciendo la educación a los padres de familia a través de talleres, charlas, orientaciones y consejerías; de manera que nos permita dar una solución a problemas que se presentan a temprana edad

Para nuestro emprendimiento es prioridad conseguir buenos resultados en la mejora emocional entre padres e hijos. Debido a que este es un problema que aqueja a muchas familias de hoy en día, motivado por diversos factores (tiempo, falta de comunicación, afecto, etc.) abriendo una oportunidad que permitiría implementar nuestra idea de negocio

El siguiente trabajo de investigación pretende orientar a los padres de familia a guiar a sus hijos desde el punto de vista emocional, conductual, cognitivo, psicológico y social que ayudara al desarrollo del menor.

### 1.2. Diagnóstico de la idea del negocio.

Según el director regional de educación Carlos Medina Siguas (2019) dio a conocer que a nivel regional se han presentado más de 300 casos de violencia escolar y se buscan tomar medidas para erradicarla de las escuelas. Una de las medidas es la ejecución de del Centro de Atención Temprana de casos de violencia escolar para Ica y posteriormente cada Unidad de Gestión Local (UGEL) tendrá el suyo y se sumará al trabajo preventivo y asistencial que hacen los psicólogos en las instituciones intervenidas.

Un claro ejemplo de las consecuencias que traen consigo una conducta inadecuada en un niño es lo que ha ocurrido en el colegio Catalina Buen día de Pecho, en san José de los molinos donde ocurrió un caso mediático donde adolescentes de 14 años se agreden mutuamente y sin que los compañeros espectadores no toman ninguna acción por el accionar.

De igual forma ha ocurrido en los colegios de Fray Ramón Rojas de Santiago donde existen videos colgados en internet donde ocurren los mismo, grupos de adolescentes en conflicto con compañeros de salón donde se puede observar claramente la inexistencia de valores y manejo de control de ira.

Para cambiar el accionar en los futuros adolescentes se debe enfocar en los problemas más conocidos; en las edades de 3, 4, 5 y 6 años; para ello se debe desarrollar otras alternativas que brinden soluciones y de manera temprana, eficiente y oportuna.

Según el UNICEF el Perú cuenta con bajo rendimiento escolar ocupando uno de los últimos lugares en pruebas de aprendizaje, estos resultados nos dan a conocer como una de las causas más notables la disfunción familiar, tal hecho interfiere con el desenvolvimiento integral del niño, siendo la carencia de afecto, comprensión, el desamparo, la despreocupación de los padres en la mayoría de los casos los elementos que traen consigo estos efectos.

Cabe mencionar que la familia, por ser la forma más elemental de agrupación humana, es el que inicia el proceso de socialización y educación del niño, y modela su personalidad de acuerdo con la variedad socio cultural a la que pertenece, transfiriendo creencias, valores y modelos de conducta, finalmente integrando al niño a su sistema social.

Según informe mundial de UNICEF sobre el desarrollo del niño en la primera infancia, el informe publicado en estados unidos con fecha setiembre de 2017 menciona que la primera infancia importa para cada niño, y que en dicho periodo comprendido entre la concepción y el inicio de la educación escolar brinda una oportunidad decisiva y única de influir en el desarrollo del cerebro de los niños. Durante este periodo de la vida, el cerebro crece con asombrosa rapidez. Las conexiones se forman a una velocidad que no volverá a repetirse en la vida, lo que determina y afecta profundamente el desarrollo cognitivo, social y emocional del niño, influyendo en su capacidad para aprender, resolver problemas y relacionarse con los demás. Esto influye a su vez en la propia vida de los adultos, al repercutir en su capacidad para ganarse la vida y realizar una contribución a la sociedad en la que viven e incluso afecta su felicidad en el futuro.

### Gráfico N°1 Problemas Familiares



**Fuente:** imagen referencial Google (2019)

Los colegios estatales y privados en Ica tienden a tener deficiencia en base a la educación a los padres ya que estos se enfocan en el resultado mas no en el proceso del resultado, es decir que el niño puede ser moldeable a la edad que ingresa a la etapa escolar pero no se enfoca sobre las condiciones que se encuentra el menor antes de ingresar a la etapa escolar, a su vez los padres de familia que tienen menor tiempo que brindarle a sus menores para orientar y guiarlos, ellos presentan mayores índices de problemáticas conductuales, psicológicos y cognitivos de ello se desglosa los problemas de conductas más comunes como agresiones a otros compañeros, Bullying , problemas psicológicos como daños físicos así mismos, entre otros.

Según estudio realizado por Kliksberg, Bernardo de la universidad autónoma de México en el libro La familia en América Latina. Realidades, Interrogantes y Perspectivas las consecuencias que describe que, con la ausencia del padre en las familias, afectan el rendimiento educacional producido por el pobre clima socioeducativo del hogar, la afectación de la inteligencia emocional, refiriéndose a la escasa capacidad de enfrentar adversidades, la salud en general y las sensaciones de inferioridad, agresividad, aislamiento, resentimiento y lo que él denomina “la orientación en aspectos morales”

### **1.3. Justificación del plan de negocio**

Nuestro proyecto pretende los siguientes:

- a) Ayudar los padres de familia en poder tener una mejor relación familiar con sus hijos a ya que en la actualidad a esta se ha venido deteriorando.
- b) Por qué no existe un centro especializado en la ciudad de Ica que brinde los servicios de ayuda al padre de familia a poder afrontar los problemas que se suscitan en las primeras etapas del desarrollo del menor.
- c) Nos enfocamos en mantener la salud mental, del niño para que no presente problemas a futuro, por no haber sido guiado de una manera profesional. (problemas como la falta de comunicación, tartamudez, miedo, rebeldía etc.)

## CAPÍTULO II

### DIAGNOSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

#### 2.1 Análisis de microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos)

##### 2.1.1 Clientes:

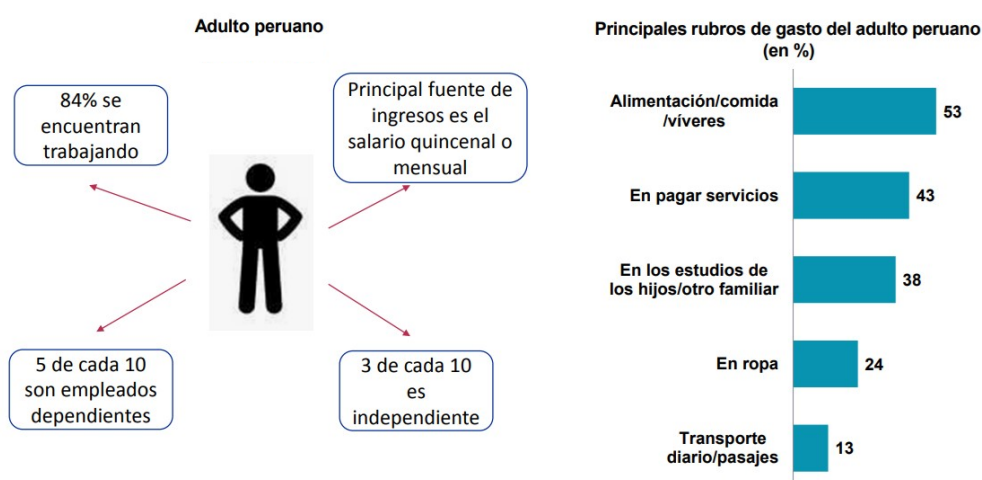
Nuestro público serán las familias que tengan hijos principalmente en edad escolar de 3 a 6 años, con un nivel socioeconómico A, B y que vivan en la ciudad de Ica.

Actualmente estas familias por general consideran que es muy importante brindarse un espacio para pensar, reflexionar y actuar acerca de la relación con sus hijos, a través del intercambio de información relevante y de experiencias cotidianas que les permitan desarrollar las habilidades personales necesarias para resolver los problemas y satisfacer las necesidades de sus hijos en el tránsito a su vida adulta.

Generalmente acuden a centros de estimulación temprana, terapias familiares, consultorios de atención psicológica

Estas familias destinan un 38% de su sueldo mensual en educación y todo lo que conlleva al desarrollo de esta (traslado a la institución educativa, loncheras, complementación académica y psicológica), en el Perú se consideran dentro de estas familias a los adultos hombres y mujeres entre los 36 y 59 años.

**Gráfico N°2 Gastos del adulto peruano**



**Fuente:** IPSOS Perú (2019)



### 2.1.2 Competidores:

En nuestra localidad existen competidores que ofrecen el servicio de manera individual y por especialidad y no de manera general, esto es que si la familia desea algún apoyo tiene que buscar el establecimiento indicado para poder visitarlo.

Para determinar nuestra competencia hemos considerado a:

- Centros de estimulación privados dirigidos por psicólogos capacitados para desarrollar al máximo las habilidades de los niños.
- Instituciones educativas parroquiales privadas comprometidas con el bienestar y desarrollo personal y profesional.

**TABLA N°1: Principales Competidores.**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>UBICACION</b>
ODIN	Av. San Martín N°526 Tercer Piso.
Centro de estimulación "Mi Pequeño Tadeo"	Av. San Martín cuadra 20.
Colegio Particular "San Vicente"	Av. Los Maestros 250
Colegio Particular "De la Cruz"	Calle Tacaraca, Urb. La Estancia S/N - Camino a Huacachina.

**FUENTE:** Elaboración propia (2019)

Cabe resaltar que también existen consultorios particulares que como ofrecen un servicio limitado derivan a sus pacientes a estos centros arriba mencionados para que les realicen un servicio más completo.

Gráfico N°03 Servicios ofrecidos por los Colegios Parroquiales

**COLEGIO DELACRUZ**  
Todo es Cristo

## ESCUELA PARA PADRES

**¿Cómo manejar las emociones de niños y adolescentes en momentos de cuarentena?**

A cargo de:  
Gerente de Escuela Católica SM:  
**JOSÉ ESPINOZA**  
Psicólogo:  
**CARLOS SOLORZANO**

Se recibe traslados y abiertas las inscripciones  
**ADMISIÓN 2020**

**SERVICIOS:**

- Plana docente altamente calificada.
- Departamento Psicopedagógico.
- Escuela para padres.
- Departamento de Tutoría y Orientación Vocacional.

**Fuente:** imagen páginas webs de los colegios parroquiales. (2019)

### 2.1.3. Proveedores:

El Centro Psicológico y Escuela para Padres CEPsIEP (SERVIFAMILY) contará con una amplia oferta de proveedores ubicados en el centro de Lima los cuales nos brindarán:

- Los productos y la tecnología (Hardware y Software) necesarios para implementar y desarrollar nuestro servicio. Estos establecimientos cuentan con precios económicos, variedad y diferentes medios de pago.
- Profesionales de la salud y/o educación que brindan los servicios y crean productos.

### 2.1.4. Sustitutos:

En cuanto a servicios sustitutos, hemos considerado que es un servicio que no puede ser reemplazado por otros tipos de servicios educacionales.

Sin embargo, se podría considerar como servicio sustituto cualquier tipo de servicio online, que si bien no daría un servicio como el que se plantea si pueda servir simplemente de guía para algunos padres de familia y que seguro tendría un precio más económico.

Es aquí donde podría existir cierto riesgo de que algunos de los clientes ante un escenario adverso económico decidan sustituir el servicio por alguno del tipo no convencional.

## **2.2. Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico- demográfico y tecnológico)**

### **2.1.1 Análisis Económico**

En la ciudad de Ica, el crecimiento económico se ha producido gracias a la manufactura, agricultura, pesca y extracción minerales que son las actividades económicas más importantes.

Otros servicios han obtenido hasta el primer trimestre del 2019 un total más elevado en la que otras actividades económicas para la región Ica, a comparación de las demás e incluso a las principales actividades.

**Tabla N° 2**  
**Ica: Valor Agregado Bruto**  
**por Años, según Actividades Económicas (Miles de soles)**

<b>Actividades</b>	<b>2015</b>	<b>2016P/</b>	<b>2017E/</b>	<b>2018E/</b>
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	1,949,378	1,999,926	2,135,824	2,401,719
Pesca y Acuicultura	237,687	99,708	170,945	180,770
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	2,401,330	2,406,047	2,612,143	2,666,671
Manufactura	3,095,370	3,009,518	3,143,689	3,197,700
Electricidad, Gas y Agua	180,687	238,705	264,366	276,255
Construcción	1,782,919	1,693,324	1,850,622	1,894,677
Comercio	1,416,247	1,461,209	1,479,046	1,507,249
Transporte, Almacén, Correo y Mensajería	952,430	992,320	1,024,616	1,068,313
Alojamiento y Restaurantes	233,040	237,681	242,827	253,381
Telecom. y Otros Serv. de Información	375,827	420,872	471,088	532,398
Administración Pública y Defensa	489,644	506,654	528,923	543,283
Otros Servicios	2,175,973	2,256,084	2,326,759	2,402,687
<b>Valor Agregado Bruto</b>	<b>15,290,532</b>	<b>15,322,048</b>	<b>16,250,848</b>	<b>16,925,103</b>

**Fuente:** Inst. Nac. de Estadística e Informática (2019)

El valor agregado bruto al 2018 en otros servicios brindados según la tabla es muy alta, por lo que nos damos cuenta de que los servicios que puede brindar nuestra escuela deberían funcionar en la ciudad, debido a que año tras año va en crecimiento.

Según el **Instituto Peruano de Economía (2019)**. La provisión de servicios públicos desde el Estado es clave para mejorar la competitividad del país. En el Perú, de las 25 regiones, en 21 se registraron mejoras, mientras que en los 4 restantes hubo retrocesos. Estos resultados se mostraron en el Índice Regional de Gestión Pública, elaborado por el Consejo Privado de Competitividad con el apoyo del Instituto Peruano de Economía (IPE), que midió las intervenciones tanto del Gobierno nacional, como de los gobiernos regionales y municipios dentro de las regiones. En estos resultados se observa que dos regiones fueron las que tuvieron los mayores avances. Por un lado, está Ica, cuyo índice subió en 15.4%, al pasar de 0.59 a 0.68 puntos (lograr 1 punto es el estado óptimo).

Según los cálculos del **Instituto Peruano de Economía (2019)**, basados en la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) del INEI, un incremento en la remuneración mínima perjudicaría a 12.4 personas por cada beneficiado. Hace solo unos días, el primer ministro, Vicente Zvallos, anunció que en el primer trimestre del 2020 se incrementaría la remuneración mínima para que cubra “el real costo de vida” de los peruanos. Sin embargo, basado en la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho), se muestra que el 44.7% de los empleos totales en el país son informales y alcanzan una remuneración por debajo de S/930. Son ellos los que se verían perjudicados al tornarse la formalidad más cara.

Según el **Diario la Opinión (2019)**. La tasa de desempleo en la región Ica se redujo de 5.5% a 2.1% en los últimos diez años, debido al sector agrícola, generador importante de mano de obra, así como en las áreas de servicios, construcción entre otros. Las cifras de desempleo para este año se estiman en un 2.1%, en comparación del 2009 que llegó a 5.5 %; esta importante disminución se debe no solamente a los sectores que requieren de mano de obra, sino también a la constante promoción laboral que beneficia a los jóvenes mediante ferias en toda la región, explicó Martha Travezán Moreyra, directora de Promoción del Empleo.

### 2.1.2 Factores Socioeconómicos

La ciudad de Ica se encuentra en el centro sur del Perú, es la capital del departamento de Ica, situada en el valle que forma el río Ica, entre el Gran Tablazo de Ica y las laderas occidentales de la Cordillera de los Andes.

La Población de Ica ha ido creciendo; ya que en sus inicios era un lugar de desértico con huarangos, lagunas y chozas, según el **Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019)**, es la decimosegunda ciudad más poblada del Perú y alberga una población de 337 590 habitantes.

Los últimos estudios de Rolando Arellano revelan los seis diferentes perfiles peruanos que se pueden encontrar en la actualidad

Un rombo. Si la sociedad peruana tuviese que adoptar hoy una forma geométrica, esa sería. No más pirámides con los ricos en una puntita arriba y los pobres en una base ancha abajo. La cintura ahora es la gorda, la maciza, la vigorosa. Es allí donde está bien enclavada la clase media. La alegoría es vital para dilucidar que el país y los tiempos son otros, y que las brechas –aún presentes– son ciertamente menos extensas. Además, claro, de ser clave en el análisis que hace el investigador Rolando Arellano en su afán por revelar qué hacemos los peruanos en la actualidad, qué nos importa, qué nos preocupa o qué nos gusta, entre otros intereses.

### 2.1.3 Factores Políticos y Legales

Según el **Diario El Peruano (2019)**. La disolución constitucional del Congreso de la República efectuada por el presidente Martín Vizcarra no afecta la economía peruana, pues los fundamentos macroeconómicos del país se mantienen sólidos, sostuvo el presidente del Banco Central de Reserva (BCR), Julio Velarde.

“No se notan los efectos negativos en la economía”, enfatizó Velarde luego de presentar la moneda de plata alusiva al centenario del fallecimiento de Ricardo Palma. Resaltó la solidez de los indicadores económicos, lo que se reflejó en el ranking de competitividad del Foro Económico Mundial, en el cual el Perú encabeza la lista en estabilidad macroeconómica, según **El Diario El Peruano (2019)**.

El escenario político es más estable para las inversiones, y será un factor que contribuya al crecimiento económico del país y del desempeño del mercado de renta variable local, aseguró el analista de inversiones de Protecta Security, Diego Lazo.

“A diferencia de años anteriores, la política no impacta negativamente la economía”, dijo en el programa Invierte en la Bolsa de Andina Canal Online.

Refirió que el cambio del presidente del país en el año pasado fue ordenado, “y no ha tenido un efecto adverso como se pensaba en sus inicios”.

La economía nacional logró una tasa de crecimiento anual de 3.9% en el 2018, superior al 2.5% registrado en 2017, con una recuperación de la inversión privada.

“Esto hace que se sienta un clima de estabilidad y genera también que las expectativas sobre todo en los sectores que ahora se están recuperando financieramente y que consumo tengan un desempeño positivo”.

### Gráfico N°04 Economía de PERÚ

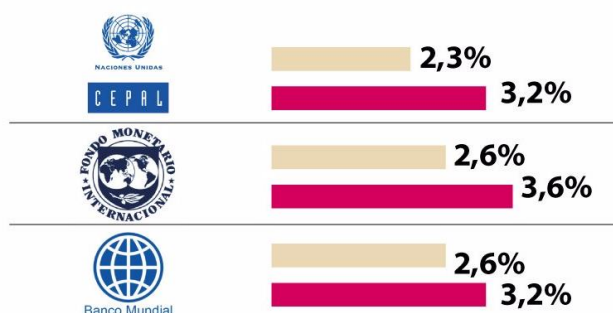
#### ECONOMÍA DE PERÚ

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO

■ 2019  
■ 2020



Variación del PIB



Fuente: Ocde, FMI, Banco Mundial, INE, Datos Macro-Expansión/ Gráfico: LR-GR

**FUENTE:** OCCDE, FMI, Banco Mundial, Datos Macro-Expansión (2019)

#### **2.1.4 Factores Tecnológicos**

Las empresas peruanas deben: trabajar en una estrategia digital; replantear los canales digitales de relación con los clientes; transformar sus procesos e incorporar talento humano que conozca de tecnología.

El desarrollo de las redes de comunicaciones y el tema cloud es una estrategia que está siendo tomada por la mayor parte de las empresas. Estas tercerizan sus proyectos tecnológicos y ya no necesitan comprar grandes servidores, sino que trabajan con soluciones cloud. Es decir, contratan grandes proveedores de nube para alojar sus sistemas, archivos y otros.

Por su parte, el teletrabajo es una alternativa que es cada vez más aceptada por las empresas. Estamos seguros de que esta modalidad se abrirá paso. Ciertamente, una tarea es desmitificar el tema, pero ya estamos encaminados.

Tenemos también el tema de la transformación de las empresas en sus procesos para el manejo de la cadena de suministros con tecnología. Esto es algo que se está dando fuertemente. Más allá del uso del código de barras también se extiende cada vez más el uso de RFID o identificación por radiofrecuencia.

Esto va a favorecer el desarrollo de otro gran concepto tecnológico, del cual se habla desde el 2015 y que se desarrollará este año y el próximo: el internet de las cosas a partir de la interconexión, mediante colocación de chips, de todos los dispositivos, los objetos, las computadoras, los muebles, las oficinas, las máquinas, etc. Esto dará lugar a la oficina inteligente, el edificio inteligente, la fábrica inteligente, etc.



**Gráfico N°05 Uso de internet, teléfonos móviles y redes en Perú**



F

**FUENTE:** Hootsuite (2019)

### 2.1.5 Factores Ambientales

En los últimos años hemos podido presenciar cómo el cambio climático está afectando a muchas partes del mundo, y también a nuestro país, ya sea elevándose los niveles de la temperatura en el verano, cuales hacen que se presenten sequías en algunas partes del país, causando un efecto adverso en los sembríos, en la práctica de la cría de animales en granjas, como también en la extracción de recursos marinos, al calentar las aguas y así alejar a las especies de su hábitat natural. Causando un perjuicio a las personas en general, esto ha hecho que se empiece a tomar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, no solo por parte de la sociedad, así también las empresas ya vienen desarrollando este aspecto tan importante y crucial para el cuidado de nuestro ambiente en el cual desarrollamos nuestras actividades sociales y comerciales, y en donde nos desarrollamos como seres humanos, así también propiciar el desarrollo sostenible del medio ambiente.

Uno de los problemas el cual el mundo y nuestro país está enfrentando es la producción desmedida de la basura por parte de las personas y las empresas, la cual ha ido incrementando cada año. Particularmente el problema se va enfocando en uno de los materiales el cual se utiliza de manera diaria, estamos hablando del uso desmedido del plástico, para ser más específicos los plásticos de únicos usos ya sean bolsas, vasos y cubiertos descartables, sorbetes y todo material hecho con Tecnopor (platos, bandejas, vasos, etc.), como venimos diciendo el uso de estos materiales son diarios y se podría decir que ya se han vuelto hasta necesarios. Por todo esto muchos colectivos, organizaciones ambientalistas y ONG se proponen ha concientizar a la población sobre el uso adecuado del plástico, creando campañas de reciclaje, brindando información y educación sobre ello a la población.

Ica es reconocida por los cambios de temperaturas bruscos que puede haber durante el día y una humedad relativa muy variable, esto influye mucho en los pobladores y es aún más importante para el desarrollo y rendimiento de los niños en edad escolar.

## CAPÍTULO III

### PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

#### 3.1. Misión

“Ayudar a los padres de familia a mejorar el rol paterno, con metodologías, herramientas, conocimiento y tecnologías innovadoras”

#### 3.2. Visión

“En los próximos cinco años ser la empresa innovadora en Escuela para padres en la ciudad de Ica, con una formación que les permita a los progenitores desarrollar nuevas técnicas en el manejo de la crianza y educación de sus hijos”.

#### 3.3. Valores

Los valores que la empresa “SERVIFAMILY” con los que se identifica y trabajara serán los siguientes:

- a.- Responsabilidad.** - Actuamos con compromiso en la educación a padres para fortalecer el lazo entra familias.
- b.- Integridad.** - Nos mostramos como somos, lo más real posible para el trabajo con las familias y sus hijos.
- c.- Confianza.** - Guiaremos adecuadamente su rol paterno para el bienestar de sus hijos
- d.- Pasión.** -Comprometidos con el trabajo y la mejora de su familia.

#### 3.4. Objetivos estratégicos

Los objetivos que la empresa “SERVIFAMILY” pretende alcanzar son los siguientes:

- a.- Obtener el 5 % de participación de los padres de familia el **primer semestre**”.
- b.- Incrementar el número de participantes cada año 10%.
- c.- Alcanzar una rentabilidad ROA de 20% en el primer año

### 3.5. Matriz FODA

La matriz FODA nos muestra un panorama actual de la empresa “SERVIFAMILY SAC” sobre los factores internos y externos que influyen en la misma. Esta matriz nos brindará un diagnóstico con el cual podemos tomar decisiones estratégicas y oportunas en el futuro al desarrollo de la empresa.

**Tabla N°03 matriz FODA de la empresa “SERVIFAMILY SAC”**

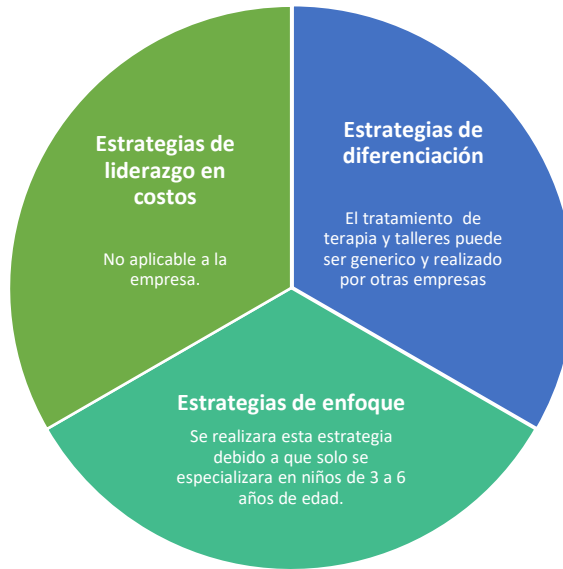
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1.- Psicólogos calificados</p> <p>F2.- Servicio integral</p> <p>F3.-Procesos técnicos y administrativos de calidad.</p> <p>F4.-Agradable ambiente de trabajo</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1.-Empresa nueva en el mercado</p> <p>D2.-No se ofrece servicio de seguimiento</p> <p>D3.-Poco capital de inversión.</p> <p>D4.-Falta de experiencia en el rubro.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1.- Incremento en familias disfuncionales</p> <p>O2.-Interes de conocer y mejorar el proceso de desarrollo integral de los niños.</p> <p>O3.-Estabilidad económica de las familias.</p> <p>O4.- Nuevas propuestas pedagógicas.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1.-Competidores particulares(psicólogos)</p> <p>A2.-Colegios que brindan el servicio de escuela para padres</p> <p>A3.-Nuestros trabajadores pueden volverse nuestros competidores.</p> <p>A4. No contar con Local propio</p>

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

### 3.6. Estrategias genéricas de Porter

En este punto analizaremos las tres estrategias que el profesor e investigador Michael Porter propone. Estas buscan el desarrollo, beneficio y liderazgo de una empresa moderna diferenciándose de la competencia.

**Gráfico N° 06 Estrategias genericas de Porter**



**Fuente:** Imagen referencial. (2019)

### **Estrategias de liderazgo en costos**

Las desventajas de utilizar esta estrategia en SERVIFAMILY son el riesgo de que llegue a ser imitada por la competencia y que, por tanto, disminuyan las ganancias en el mercado, y que el interés de los consumidores cambie hacia otras características del producto distintas al precio. Por la cual no se implementará esta estrategia.

### **Estrategias de diferenciación**

Para el caso de SERVIFAMILY, no adopta este enfoque ya que el servicio que se brinda se encuentra en el mercado no de manera conjunta si no de manera individual que se ofrecen en diferentes centros psicológicos, centros de estimulación.

## Estrategias de enfoque

La empresa “SERVIFAMILY” adoptara esta estrategia ya que tendrá un mercado específico por lo cual nos enfocaremos a los grupos socioeconómicos de la clase A, B que cuente con niños en edades de 3 a 6 años y que necesiten apoyo o ayuda para desarrollarse dentro de su crecimiento social, cognitivo y emocional.

### 3.7. Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)

A continuación, se muestra el cuadro con el cronograma de actividades que durara 8 meses los que van desde el estudio del proyecto hasta la puesta en marcha.

**Tabla N°4 Cronograma de Actividades**

DIAGRAMA DE GANTT																											
ACTIVIDADES		TIEMPO DE DURACION																									
MESES		MES 1-4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9					
SEMANAS																											
Preparación del plan del proyecto		■																									
Alquiler de instalaciones						■																					
Permisos, funcionamiento, normativa legal										■																	
Cotización, compra de activos y suministro										■																	
Instalación de equipos														■													
Contratación de personal										■																	
Capacitación de personal sobre equipos y metodología de trabajo														■													
Campaña publicitaria e inauguración de la empresa																		■									
Ejecución de la propuesta																						■					

**Fuente:** elaboración propia (2019)

## **CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1. Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)**

#### **4.1.1 Directos**

En la actualidad son muy poco los centros de atención que ofrezca servicios especializados, principalmente estos se dan en solo algunos colegios, que cuenten con el personal y el medio de comunicación para llegar a sus estudiantes que presentan problemas.

##### **a. Odín**

ODÍN es una Organización dedicada al Desarrollo Humano mediante sus programas de capacitación y orientación personal, asesoramiento y consultoría, trabaja en temas de capacitación y motivación personal en empresas e instituciones públicas y privadas, contamos con tres áreas de trabajo:

- ODÍN Empresas,
- ODÍN Escuelas y
- ODÍN Consultorios

##### **Datos:**

Correo electrónico: [gustzaga@hotmail.com](mailto:gustzaga@hotmail.com)

Dirección: AV. SAN MARTIN 526 - 3ER. PISO (costado IEP "VIRGEN MARIA") Ica

Teléfono: (056) 233999

Gráfico N° 07 Logotipo de la empresa ODIN



Fuente: Google (2019)

Gráfico N° 08 Publicidad de la empresa ODIN

"Brindamos soluciones integrales de acuerdo a tus necesidades"

**ODIN**  
"Buscando lo mejor de tí..."

**Orientación Psicológica Integral**

- ◇ Terapia Psicológica
- ◇ Terapia Individual
- ◇ Terapia de Pareja
- ◇ Terapia Familiar

**NIÑOS, JÓVENES, ADULTOS, FAMILIA, EMPRESA, ESCUELA SOLUCIONES CORPORATIVAS**

**Atención Previa Cita**

"Por quinto año consecutivo somos la empresa de Servicios Psicológicos más grande e importante de la ciudad de Ica"

POP - Peruana de Opinión Pública 2014 - 2018

UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Av. San Martín 526 - 3er. Piso, Ica  
Tel. 23 3999 956 420768 / 998 122464

Fuente: Imagen Google (2019)



### Gráfico N° 09 Trabajos de la empresa ODIN



**Fuente:** Imagen Google (2019)

#### **b. Centro de estimulación “Mi Pequeño Tadeo”**

Centro de Estimulación Temprana que brinda el servicio de Guardería. Está dirigido por psicólogas capacitadas para desarrollar al máximo las habilidades de tu niño.

Dirección: Las Begonias Mz C, Ica 11000

Cel. 946 187 418

**1Gráfico N° 10 Logotipo de la empresa Mi Pequeño Tadeo**



**Fuente:** Imagen Google (2019)

**Gráfico N° 11 Trabajos de la empresa Mi Pequeño Tadeo**



**Fuente:** Imagen Google (2019)

### c. Colegio Particular “San Vicente”

El objetivo de la Escuela es crecer junto a los padres de familia compartiendo estrategias, fortaleciendo habilidades y valores cristianos en la formación de los estudiantes. La participación de los padres en las escuelas es distribuida por grados y los temas son de acuerdo a la problemática o necesidades que se manifiestan a lo largo del año académico.

Dirección: Av. Los Maestros 250

Correo electrónico: [direccion@csvp.edu.pe](mailto:direccion@csvp.edu.pe)

**Gráfico N° 12 Insignia del Colegio San Vicente**



**Fuente:** Imagen Google (2019)

**d. Colegio Particular “De la Cruz”**

Proporciona a los padres de familia un espacio para pensar, reflexionar y actuar acerca de la relación con sus hijos, a través del intercambio de información relevante y de experiencias cotidianas que les permitan desarrollar las habilidades personales necesarias para resolver los problemas y satisfacer las necesidades de sus hijos en el tránsito escolar.

Teléfono: (056) 221774

Dirección: Calle Tacaraca, Urb. La Estancia S/N - Camino a Huacachina Ica

**Gráfico N° 13 Insignia del Colegio De la Cruz**



**Fuente:** Imagen Google (2019)

## Gráfico N° 14 Trabajos del Colegio de la Cruz

**ESCUELA PARA PADRES**

**¿Cómo manejar las emociones de niños y adolescentes en momentos de cuarentena?**

**A cargo de:**

**Gerente de Escuela Católica SM:**

**JOSÉ ESPINOZA**

**Psicólogo:**

**CARLOS SOLORIZANO**

Vía  
**Zoom**



Viernes  
**15**



Hora  
**7:00pm**



**Fuente:** Imagen Google (2019)

#### 4.1.2 Potencial

Consideramos que los consultorios particulares podrían ampliar la gama de servicios, enfocando de en un público que no tan solo se centre en las edades a las cuales nos dirigimos si no que podrían abracar otras edades.

- **Katiusca Sabina Cabrera Paniagua**  
Psicólogo (Psicoterapia)  
Urbanización Las Dunas - J 19
- **Dra. Bertha María Flores Ramos**  
Psicólogo (Psicoterapia)  
Alameda de Huacachina E-16, Ica, Ica
- **Ps Elsa Bueno Quispe**  
Psicólogo (Psicoterapia,  
Urb. Piedras de Buena Vista I1 - 20 LLaxta, Ica
- **Carlos Hugo Fernández Cusi**  
Psicólogo  
Av. Conde de Nieva, 355, Ica
- **Jesús Ernesto Vilca Jabo**  
Psicólogo  
Av. San Martín 536, Ica

Entre otros

## 4.2. Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)

### 4.2.1 objetivo

Es nuestra investigación buscamos verificar las tendencias del mercado actual que nos ayudara a evaluar las posiciones comparativas con relación a los competidores. En el conoceremos cómo se comporta el cliente objetivo, cuanto está dispuesto gastar, opiniones entre otros. Todo ello nos llevara a tomar una mejor decisión en cuanto al producto y sus estrategias correspondientes al marketing mix

### 4.2.2 metodología

**Tipo de investigación:** investigación cuantitativa; a través de fuentes primarias, (fase empírica) análisis, e interpretación de los mismos. (Fase analítica)

**Técnica:** La encuesta

**Herramienta para utilizar:** el cuestionario, principalmente debido a su vertibilidad

#### **Tamaño de la muestra**

Para poder llevar acabo nuestra investigación se requiere identificar la población del estudio la cual se realizará por medio de la segmentación, posterior a ello se procederá a poner en práctica la encuesta.

ZEGEL IPAE-ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
ENCUESTA SOBRE LA VIAVILIDAD DE UN CENTRO PISCOLOGICO Y ESCUELA PARA  
PADRES EN LA CIUDAD DE ICA  
EDAD

Marque con(x) el rango de edad en que se encuentra

26-30	31-35	36-44

Tabla N°05 Encuesta de viabilidad del centro psicológico y escuela para padres

N°	PREGUNTAS	OPCIONES	RESPUESTAS
1	¿Mantiene constante comunicación con la tutora de sus hijos, respecto a problemas escolares, personales, etc.?	1	Siempre
		2	A veces
		3	Cuando tengo tiempo
		4	Nunca
2	¿Mantiene comunicación con los padres de los compañeros de clase de su hijo(a)	1	Siempre
		2	A veces
		3	Cuando tengo tiempo
		4	Nunca
3	¿Qué acción toma cuando su hijo tiene problemas de conducta, específicamente peleas con hermanos, primos u otros niños?	1	Castigo físico
		2	Regaño
		3	Culpa a otros
		4	No toma ninguna acción
4	¿Qué temas le preocupan más respecto a la educación de sus hijos? (señale alguno/s).	1	Bullying
		2	Sexual
		3	Control parental
		4	Educación
5	¿Poniéndose en el caso que su hijo se autolesione, a donde acudiría a buscar información?	1	Internet
		2	Libro
		3	Familiares
		4	Psicólogo
6	¿Pasa tiempo con su hijo y le ayuda a ser responsable y a estudiar en casa?	1	Si
		2	No
7	¿Tiene conocimiento si su hijo(a) tiene problemas de conducta graves en la escuela?	1	Si
		2	No
8	¿Su hijo(a) acata las ordenes interpuesta por los jefes del hogar?	1	Si
		2	No
9	De implementar una escuela para padres ¿qué tan dispuesto estaría a inscribirse?	1	Muy dispuesto
		2	Nada dispuesto
10	De los siguientes servicios que se mencionan cuales le gustaría que se implemente en nuestro Centro Psicológico y Escuela para Padres:	a) Talleres b) Terapias c) Estimulación d) Servicio a domicilio	
11	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada servicio que le brinde la empresa por evaluaciones y asesorías psicológicas, así como por escuela de padres por 2 sesiones como mínimo?	a) 80.00 b) 100.00 c) 120.00	



Para recabar información sobre cuantas encuestas necesitamos realizar para conocer la falta de orientación de los padres, para ello conocemos el tamaño de la población que se encuentra en la siguiente imagen:

**Gráfico N°15 Población por departamentos del Perú**

Cuadro N° 3									
Perú 2019: Población por segmentos de edad según departamentos									
(En miles de personas)									
DEPARTAMENTO	Población	%	Segmentos de edad						
			00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
Lima	11,591.4	35.6	1,046.3	1,224.8	914.3	1,477.4	2,919.0	2,275.4	1,734.2
Piura	2,053.9	6.2	243.7	288.6	194.7	238.1	454.9	359.3	274.6
La libertad	1,965.6	6.0	218.9	256.8	175.8	247.3	444.2	347.1	275.5
Arequipa	1,525.9	4.7	147.5	166.8	122.8	193.6	377.0	295.7	222.5
Cajamarca	1,480.9	4.6	167.5	209.4	146.9	160.6	331.8	260.5	204.2
Junin	1,378.9	4.2	150.5	182.0	135.4	174.7	316.1	236.6	183.6
Cusco	1,336.0	4.1	136.7	170.0	137.6	166.1	306.5	242.7	176.4
Lambayeque	1,321.7	4.1	145.2	167.2	119.3	166.2	286.6	242.1	195.1
Puno	1,296.5	4.0	120.8	153.3	124.2	164.9	301.0	237.7	194.6
Ancash	1,193.4	3.7	125.2	154.0	109.2	135.1	262.7	221.6	185.6
Loreto	980.2	3.0	137.4	173.2	105.0	103.9	203.6	152.5	104.6
<b>Ica</b>	<b>940.4</b>	<b>2.9</b>	<b>105.6</b>	<b>118.6</b>	<b>78.0</b>	<b>117.4</b>	<b>222.7</b>	<b>170.4</b>	<b>127.7</b>
San martin	902.8	2.8	110.9	134.0	86.9	102.1	209.3	158.8	100.8
Huanuco	799.0	2.5	90.9	113.8	84.2	99.6	175.4	133.6	101.5
Ayacucho	680.8	2.1	72.7	92.2	73.0	84.8	150.9	115.0	92.2
Ucayali	552.0	1.7	76.5	89.1	53.5	64.6	125.3	88.5	54.5
Apurimac	447.7	1.4	47.8	62.3	46.2	51.3	97.3	78.3	64.5
Amazonas	419.3	1.3	52.6	64.1	43.8	45.2	91.7	71.1	50.8
Huancavelica	383.2	1.2	42.4	55.3	45.9	44.5	74.7	62.9	57.5
Tacna	364.7	1.1	32.2	39.9	30.4	46.2	94.5	74.3	47.2
Pasco	282.1	0.9	30.6	38.2	25.2	36.1	69.1	49.7	33.2
Tumbes	249.1	0.8	29.4	34.1	22.1	28.7	58.4	45.8	30.6
Moquegua	192.6	0.6	17.5	21.4	15.3	21.5	47.1	40.0	29.8
Madre de dios	157.4	0.5	19.7	22.5	13.0	19.2	43.4	26.8	12.8
<b>TOTAL</b>	<b>32,495.5</b>	<b>100.0</b>	<b>3,368.5</b>	<b>4,031.6</b>	<b>2,902.7</b>	<b>3,989.1</b>	<b>7,663.2</b>	<b>5,986.4</b>	<b>4,554.0</b>

FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017  
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.

**Fuente:** CPI (2019)

Este cuadro nos muestra la población del departamento de Ica según estimaciones del último Censo 2017.

Para obtener nuestra muestra debemos determinar la cantidad de hogares que representa esta población en la Provincia de Ica. Para ello mostramos la siguiente información.

**Gráfico N°16 Población total de Provincias de la región Ica**

DEPARTAMENTO PROVINCIA	Población	% Respecto al DPTO	Hogares
Ica	940.4	100.0	247.5
Ica	432.6	46.1	113.6
Chincha	250.0	26.6	63.2
Pisco	166.8	17.7	44.4
Nazca	76.5	8.1	21.9
Palpa	14.5	1.5	4.4

**Fuente:** CPI (2019)

En la provincia de Ica existen 432.6 habitantes lo que representan 113.6 hogares la empresa está dirigida únicamente al mercado de Ica.

De acuerdo, a la segmentación contamos con la cantidad de hogares que existen en el mercado de Ica; así como las diferentes zonas urbanas.

**Tabla N°06 Número de familias del Cercado de Ica y zonas urbanas**

<b>Zona</b>	<b>Nº de familias</b>	<b>%</b>
Ica cercado	7,950	35%
Resd. la angostura	407	2%
Resd. Arboleda y san pedro	73	0%
Resd. San Martin	202	1%
Urb. Divino maestro	160	1%
Urb. El Carmen	203	1%
Urb. La palma	1,533	7%
Urb. Las morales	53	0%
Urb. Los viñedos	309	1%
Urb. Luren	234	1%
Urb. San Antonio	46	0%
Urb. San isidro	701	3%
Urb. San José	251	1%
Urb. San Luis	205	1%
Urb. San miguel	528	2%
Urb. Sta. Elena	93	0%
Urb. Sta. maría	584	3%
Urb. Sol de Ica	192	1%
Urb. Sta. rosa del palmar	283	1%
Urb. Sto. Domingo de Guzmán	447	2%
Urb. Sto. Domingo de Marcona	409	2%
Urb. San Carlos	1,086	5%
Urb. Los portales	763	3%
Urb. San Joaquín	6,020	26%
<b>Total</b>	<b>22,722</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Electro Dunas. (2019)

Nuestra empresa se enfocará al segmento A y B del cercado de nuestra ciudad para lo obtuvimos la siguiente información:

En Ica tenemos un 0.3% del segmento A y un 11.2% del segmento B.

$22,722 \times 0.3\% = 68$  hogares del NSE A

$22,722 \times 11.2\% = 2,545$  hogares del NSE B

**Tabla N°07 Distribución por NSE**

Departamento	A	B	C	D	E
Ica	0,3%	11,2%	38,8%	38,9%	11,6%

Fuente: CPI (2019)

Para la determinación del tamaño muestral realizaremos nuestro cálculo en base a una población finita:

Entonces la fórmula para calcular la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = tamaño de la población= 2,612

Z = nivel de confianza= 95% 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada=0.5

Q = probabilidad de fracaso =0.5

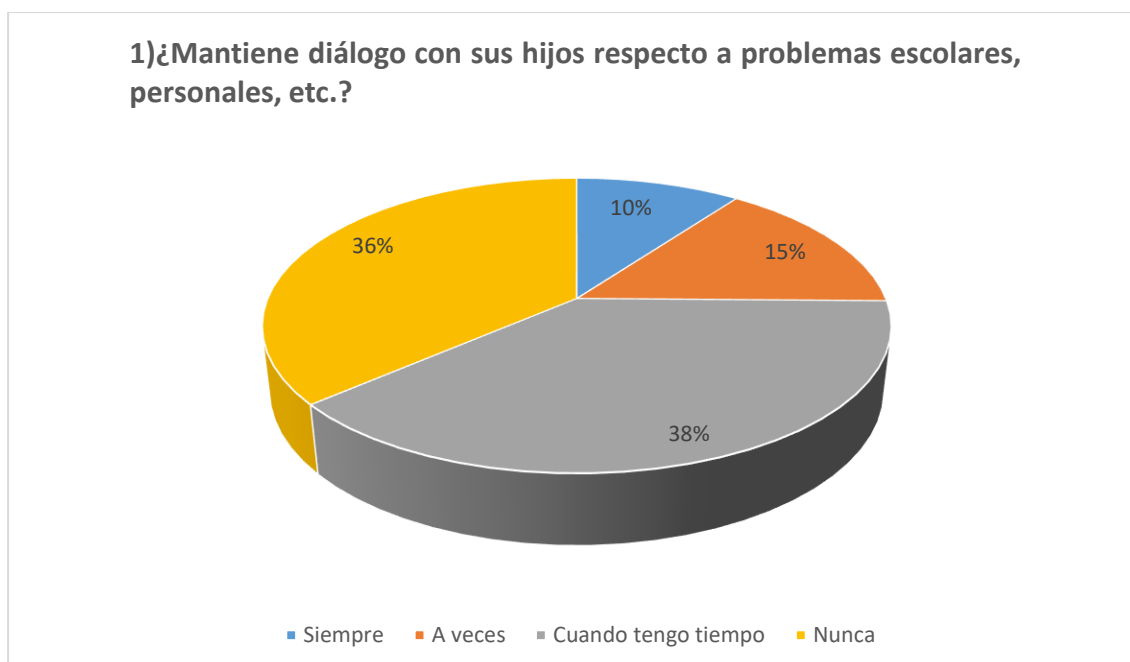
D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). =0.05

Al aplicar la formula se ha obtenido que se deben encuestar a **335** hogares del cercado de nuestra ciudad, Las encuestas se realizarán específicamente en la Av. San Martin siendo este la Av. más importante del cercado de Ica, así mismo en la plaza de armas de la ciudad donde posiblemente encontremos personas pertenecientes a hogares de los segmentos socioeconómicos A y B.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta con respuestas de padres de familia. La encuesta fue realizada el sábado 25 de enero a horas 4:00 pm con las personas:

1. Llacsacuri Toledo Isaías Smith
2. Hurtado Antonio Irma Rosario
3. Delgado Belli Tatiana

1) ¿Mantiene diálogo con sus hijos respecto a problemas escolares, personales, etc.?		
Respuestas	Cantidad	%
Siempre	40	10
A veces	56	15
Cuando tengo tiempo	147	38
Nunca	92	36
TOTAL	335	100%

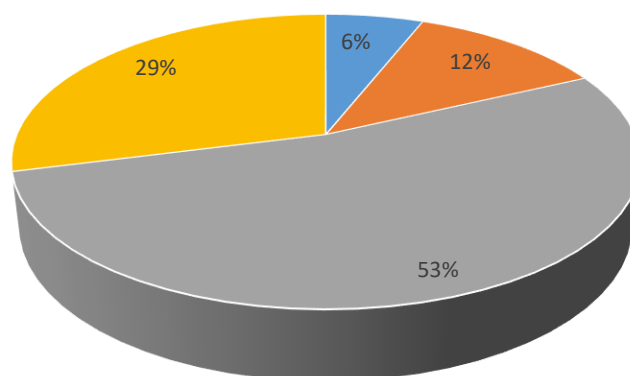


En esta pregunta tenemos que del 100% de padres de familia encuestados solo un 10% mantiene un dialogo con sus hijos respecto a sus problemas escolares y un 36% manifiesta nunca tenerlo.

2) ¿Mantiene comunicación con los padres de los compañeros de clase de su hijo(a)

Respuestas	Cantidad	%
Siempre	23	6
A veces	46	12
Cuando tengo tiempo	201	53
Nunca	65	29
TOTAL	335	100%

2) ¿Mantiene comunicación con los padres de los compañeros de clase de su hijo(a) ?



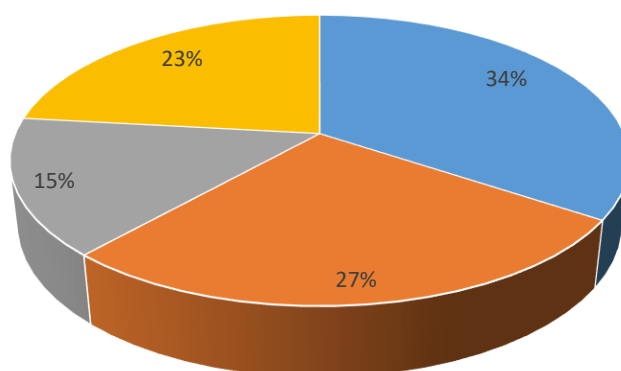
■ Siempre ■ A veces ■ Cuando tengo tiempo ■ Nunca

Del 100% de padres de familia encuestados el 53% indica que mantiene comunicación con los padres de los compañeros de sus hijos y un 29% no mantiene comunicación.

3) ¿Qué acción toma cuando su hijo tiene problemas de conducta, específicamente peleas con hermanos, primos u otros niños?

Respuestas	Cantidad	%
Castigo físico	130	34
Regaño	105	27
Culpa a otros	59	15
No toma Ninguna acción	41	23
TOTAL	335	100

3) ¿Qué acción toma cuando su hijo tiene problemas de conducta, específicamente peleas con hermanos, primos u otros niños?



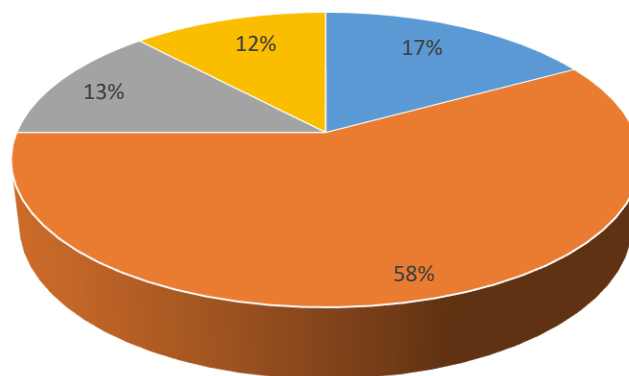
■ Castigo físico ■ Regaño ■ Culpa a otros ■ No toma ninguna acción

En esta pregunta encontramos una ligera diferenciación, teniendo como primera opción castigo físico con un 34%, seguido de regaño con un 27%, no toma ninguna acción con un 23% y culpa a otros con un 15%.

4) ¿Qué temas le preocupan más respecto a la educación de sus hijos? (señale alguno/s).

Respuestas	Cantidad	%
Bullying	65	17
Sexual	175	58
Educación	48	13
Control parental	47	12
TOTAL	335	100

4) ¿Qué temas les preocupan más respecto a la educación de sus hijos? (señale alguno/s). ?



■ Bullying ■ Sexual ■ Educación ■ Control parental

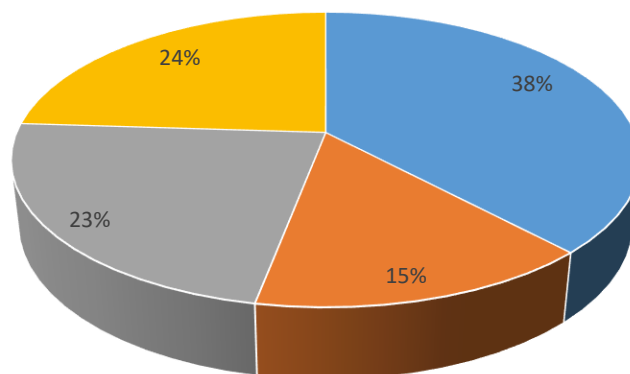
En cuanto a los temas que les preocupan en la educación de sus hijos tenemos la educación sexual con un 58%, bullying con un 17%, educación con un 13% y control parental con un 12%.



5) ¿Poniéndose en el caso que su hijo se autolesione, a donde acudiría a buscar información?

Respuestas	Cantidad	%
Internet	143	38
Libros	10	15
Familiares	89	23
Psicólogos	93	24
TOTAL	335	100

5) ¿Poniéndose en el caso que su hijo se autolesione, a donde acudiría a buscar información?



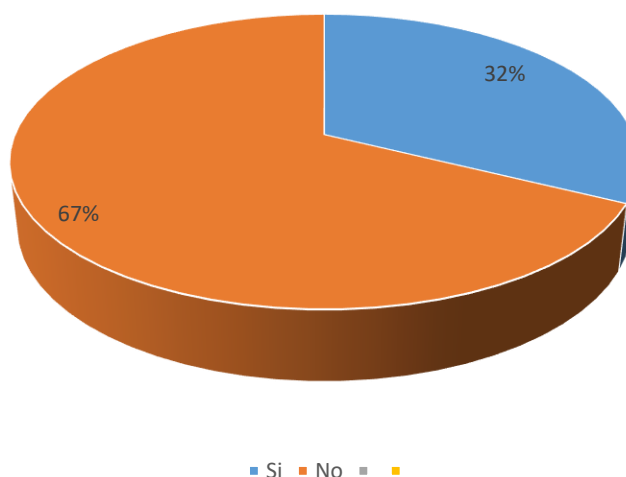
■ Internet ■ Libros ■ Familiares ■ Psicólogos

En esta pregunta vemos que los padres de familia se inclinan a buscar ayuda en internet con un 38%, seguido por el buscar consejos familiares con un 23%, una buena atención psicológica con un 24% y en libros un 15%.

6) ¿Pasa tiempo con su hijo y le ayuda a ser responsable y a estudiar en casa?

Respuestas	Cantidad	%
Si	123	32
No	212	67
TOTAL	335	100

6) ¿Pasa tiempo con su hijo y le ayuda a ser responsable y a estudiar en casa?

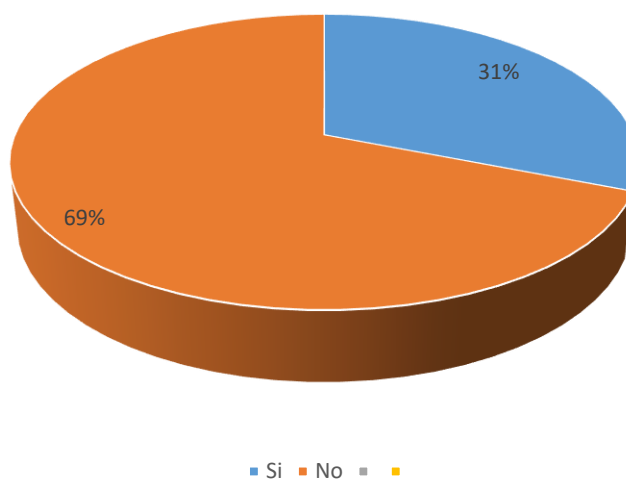


La mayoría de encuestados respondió con un sí; que representa un 67%, sin embargo, 212 encuestado que representa un 32%, respondió que no.

7) ¿Tiene conocimiento si su hijo(a) tiene problemas de conducta graves en la escuela?

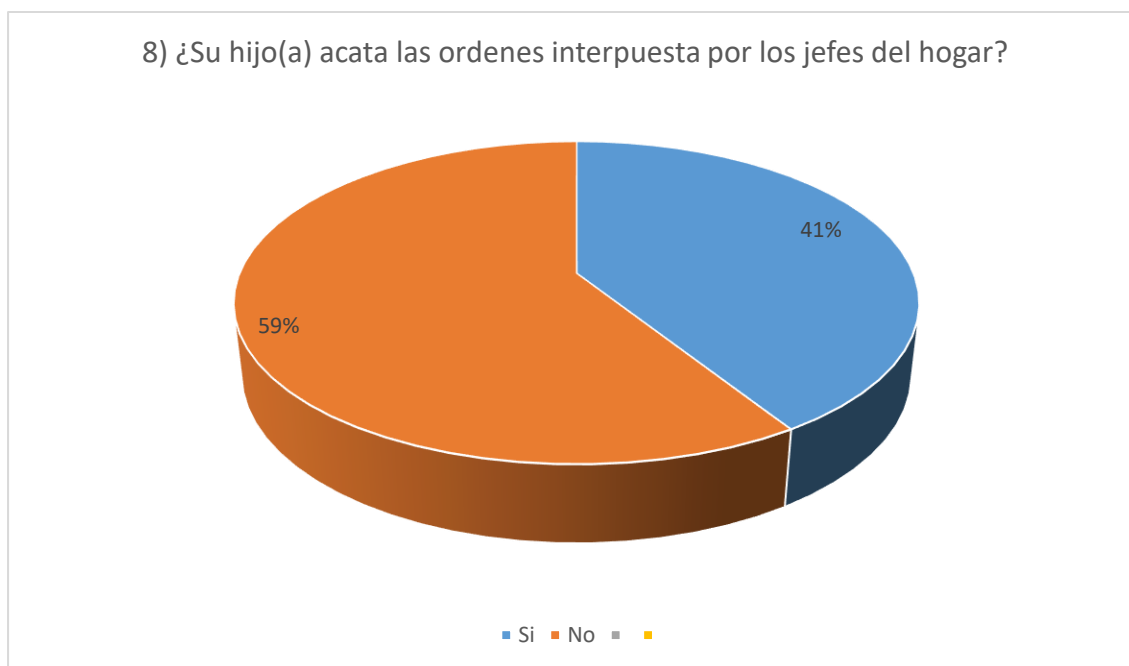
Respuestas	Cantidad	%
Si	117	31
No	218	69
TOTAL	335	100

7) ¿Tiene conocimiento si su hijo(a) tiene problemas de conducta graves en la escuela?



La mayoría de encuestados respondió que no tienen conocimiento si su hijo(a) tiene problemas de conducta con un 69%, sin embargo, un 31%, respondió que sí.

8) ¿Su hijo(a) acata las ordenes interpuesta por los jefes del hogar?		
Respuestas	Cantidad	%
Si	156	41
No	179	59
TOTAL	335	100

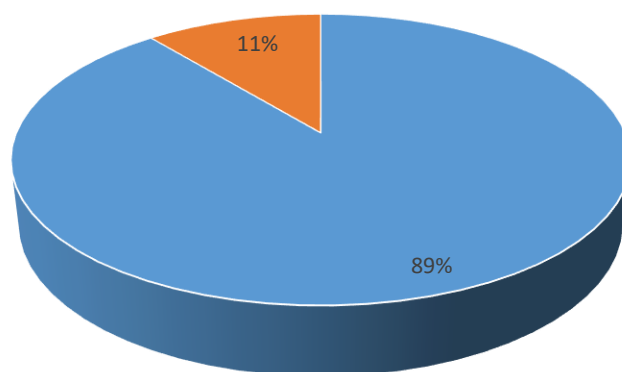


La mayoría de encuestados respondió que su hijo no acata ordenes interpuestas por los jefes del hogar con un 59%, sin embargo, un 41%, respondió que sí.

9) De implementar un centro psicológico y escuela para padres ¿qué tan dispuesto estaría a inscribirse?

Respuestas	Cantidad	%
Muy dispuesto	295	89
Nada dispuesto	40	11
TOTAL	335	100

9) De implementar un centro psicológico y escuela para padres ¿qué tan dispuesto estaría a inscribirse?



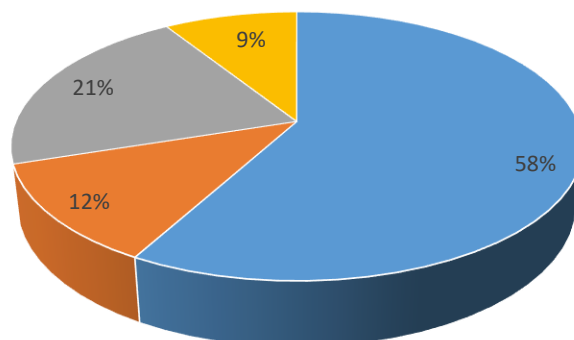
■ Muy dispuesto ■ Nada dispuesto ■ ■

Esta pregunta se realizó después de haberles explicado en qué consistía el servicio que ofreceremos como empresa lo cual le resulto interesante, teniendo una aceptación de 89%, versus un 11% que no lo veía por el momento o no lo requería.

10 ¿De los siguientes servicios que se mencionan ¿cuáles les gustaría que se implementen en nuestro centro psicológico y escuela para padres?

Respuestas	Cantidad	%
Talleres	195	58
Terapias	40	12
Estimulación	70	21
Servicio a domicilio	30	9
TOTAL	335	100

10 ¿De los siguientes servicios que se mencionan ¿cuáles les gustaría que se implementen en nuestro centro psicológico y escuela para padres?



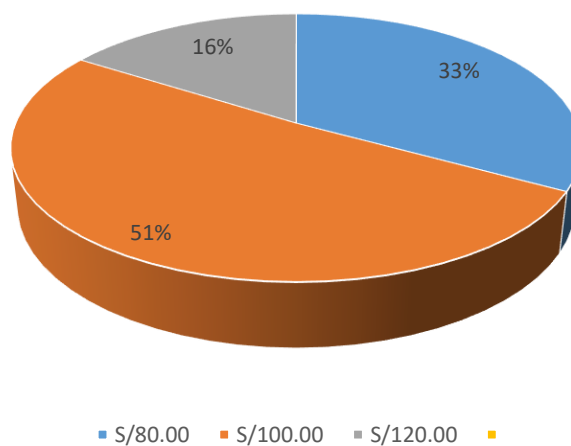
■ Talleres ■ Terapias ■ Estimulación ■ Servicio a domicilio

El principal servicio que prefieren que ofrezca la empresa son los talleres con un 58% seguido de estimulación con un 21%, terapias con un 12% y servicio a domicilio solo un 9%.

10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada servicio que le brinde la empresa por evaluaciones y asesorías psicológicas, así como por escuela de padres por 2 sesiones como mínimo?

Respuestas	Cantidad	%
S/80.00	110	33
S/100.00	170	51
S/120.00	55	16
TOTAL	335	100

10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada servicio que le brinde la empresa por evaluaciones y asesorías psicológicas así como por escuela de padres por 2 sesiones como mínimo?



Estarían dispuestos a pagar por cada servicio S/. 100 soles un 51%, seguido de S/.80 soles con 33%; en tercer lugar, S/. 120 soles con 16%.

**Tabla N° 08 Proyección de la demanda**

<b>HOGARES</b>	<b>MERCADO</b>
335 hogares encuestados son nuestros potenciales clientes	Mercado Potencial
295 hogares estarían dispuestos a utilizar nuestros servicios	Mercado Meta
93 hogares toman habitualmente los servicios de un profesional en psicología	Mercado Real

**FUENTE:** Elaboración Propia 2019

$93 / 355 = 28\%$  \*2612: cantidades que en promedio: 731 hogares\* 2.1 cantidad promedio de hijos x hogar mercado potencial 1535 niños



## **CAPÍTULO V**

### **PLAN DE COMERCIALIZACION**

#### **5.1. Mercado (características y segmentación)**

El mercado al cual nos dirigimos será el cercado de Ica que cuenta con 2612 hogares distribuidos en el nivel socio económico A 0,3% y el nivel socioeconómico B 11,12%, de los cuales cuentan con 2.1 hijos en promedio por familia.

##### **Características:**

###### **Demanda. -**

- De la muestra tomada (335 hogares); nos arrojó que el 24% acostumbra a visitar profesionales en psicología. Al menos 2 veces al mes.
- De la muestra tomada (335 hogares); el 85% estaría dispuesto a inscribirse en un centro psicológicos y escuela para padres.
- Principalmente los NSE A y B se encuentra en las zonas urbanas de la ciudad de Ica.

###### **Oferta. -**

- Principalmente está conformado por Los consultorios psicológicos en el cercado de Ica que en promedio son 17 consultorios.
- Se considera los colegios privados parroquiales que ofrecen el servicio de escuela para padres, de los cuales hemos podido identificar a dos (San Vicente y colegio de la Cruz).
- Otras opciones brindadas por instituciones médicas (clínicas)

##### **Segmentación:**

Geográfica: cercado de Ica

Demográfica: hogares 2610

NSE: Ay B de los hogares que cuenten con hijos en edad escolar

## **5.2. Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y promoción)**

### **5.2.1 Servicio:**

Estamos enfocados en la prestación de servicio a todos los padres que hoy en día están interesados en solucionar o tener los conocimientos necesarios para afrontar con éxito los diferentes casos que se les presentan a sus hijos, sobre todo con información al alcance de los niños. Para ello detallamos los servicios a ofrecer a los padres de familia de la ciudad de Ica.

### **Talleres**

- **Talleres modificación de conducta.**

En ella se busca el cambio de conducta a través de los padres, a ellos se les brindara los conocimientos básicos para identificar la mala conducta y con ello mejorar en el taller con el psicólogo profesional y con sesiones programadas puedan cambiar la conducta del niño.

- **Talleres psicoeducativos a padres e hijos**

La Psicoeducación está relacionado a la educación a las personas con algún trastorno psicológico, en escuela para padres educaremos a los progenitores y sus hijos sobre los problemas comunes como el trastorno alimenticio en niños resolviendo problemas en conjunto con la familia.

- **Talleres de atención y concertación**

Estos están orientados a desarrollar en el niño habilidades de atención y concentración para que puedan superar las barreras de aprendizaje.

- **Talleres de autoestima y habilidades sociales**

El objetivo final es que los niños puedan ampliar los conocimientos adquiridos de sí mismos para optimizar su situación emocional. Así mismo a relacionarse de manera adecuada con otros niños de su edad entre otras habilidades sociales.

## **Terapias:**

- **Terapia familiar**

Especializada en terapias psicológicas relacionadas a ayudar a los miembros de la familia a mejorar la comunicación y resolver conflictos, dando prioridad al menor de edad.

- **Terapia de lenguaje**

Relacionado a la mejora del lenguaje de quien presente la dificultad con métodos que utiliza el personal psicológico.

- **Terapia cognitiva y conductual**

La terapia cognitiva conductual ayudará a los niños a tomar conciencia de pensamientos imprecisos o negativos para que puedan visualizar situaciones exigentes con mayor claridad y responder a ellas de forma más efectiva.

- **Terapia individual**

La finalidad de la terapia individual es ayudar a entender la forma de comportarse de los padres y/o tutores, sus emociones y cómo la forma de plantearse las cosas, esto llevará a sentirse bien en y tranquilos. Esto permite liberarlos de las emociones negativas y ayudará a mejorar la capacidad para tomar decisiones. El resultado final, muchas veces, es que se sentirán mejor consigo mismos.

### **5.2.2 Precio:**

El precio lo determina el mercado, así como también lo establece nuestra empresa SERVIFAMILY en base a la calidad de nuestros servicios, ya que como competencia directa tenemos a los Psicólogos que atienden ciertos casos Familiares dándonos una referencia del precio al cual están dispuestos a pagar los padres para lograr solucionar algún tipo de conflicto.

El precio de las Atenciones Particulares en Ica según hemos logrado averiguar con diferentes profesionales e impuestos por el colegio de Psicólogos oscila entre los 70 y 100 soles por sesión.

Nuestras charlas serán de manera gratuita donde se les mostrara las ventajas de ingresar a nuestros talleres y obtener la información que nosotros les brindaremos para solucionar sus casos sin contar que podremos dar atención personalizadas con nuestros profesionales si así lo ameritan.

Los precios por talleres tendrán costos de S/25 soles por sesión con un mínimo de 8 sesiones al mes y 40 soles por la terapia con un mínimo de 10 sesiones al mes

Para las sesiones completas el precio oscila entre S/200.00 y S/400.00 respectivamente.

**Precios por cada servicio que se ofrecen en la empresa SERVIFAMILY SAC.**

**Tabla N°09 Precios de los servicios al público**

<b>N°</b>	<b>Servicios</b>	<b>Precio referencial</b>
1	Talleres (8 sesiones)	S/200.00
2	Terapias (10 sesiones)	S/400.00

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

Logo de la Empresa Servi Family



*Servi family*

**CEPSIEP**

### 5.2.3 Plaza:

El servicio será ofrecido en el mercado de Ica. Nuestro local estará ubicado en la avenida Ayabaca 2da cuadra que es un lugar céntrico y de fácil acceso.

Nuestro canal de servicio será directo, a través de nuestro local físico y también trabajaremos de manera virtual.

Gráfico N° 17 Mapa de ubicación



Fuente: Googlemaps (2019)

### 5.2.4 Promoción:

El presente servicio se dará a conocer a través de medios digitales tales como el sitio y redes sociales.

Con las redes sociales buscamos aumentar nuestro posicionamiento en los hogares de los niveles socio económicos A y B, el dialogo con nuestros clientes, así como mejorar nuestra marca y con el sitio web brindara la confiabilidad del servicio que ofrecemos.

Dentro de las redes sociales que utilizaremos tendremos: Facebook, Twitter e Instagram, las cuales se realizarán promociones de paga, con un direccionamiento adecuado a los segmentos mencionados.

### 5.3. Formulación de estrategias ANSOFF

Tabla N°010 Estrategias ANSOFF

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADO	ACTUALES	<b>Penetración del Mercado</b>  Organización de evento de presentación de marca	<b>Desarrollo del Producto</b>  Brindar servicios virtuales
	NUEVOS	<b>Desarrollo del Mercado</b>  Ampliación de mercado en las provincias del sur chico (Cañete, cincha y pisco)	<b>Diversificación</b>  Organizar talleres y terapias para NSE C y D, así como las edades tempranas (estimulación temprana)

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

#### 5.4. Proyección de ventas

Para nuestra proyección de ventas nos hemos basado en nuestras capacidades de atención, así como la demanda existen. Para llevar a cabo nuestros servicios estas se realizarán basados en un horario.

**Lun-mie-vie:** taller de modificación de conducta, Talleres psicoeducativos a padres e hijos, Terapia familiar, Terapia de lenguaje-

**Mar-jue-sab:** Talleres de atención y concentración, Talleres de autoestima y habilidades sociales, Terapia cognitiva y conductual, Terapia individual.

Los meses más bajos para las terapias colocamos un promedio de 4 familias por día lo que se traduciría a la semana 12 atenciones y 48 al mes, mientras que las terapias hemos establecido que se realizan 3 terapias por día a la semana 9 y mensual 36.

Sin embargo, para los meses escolares el número de atenciones tiende a aumentar.

**Tabla N°11 Atenciones por mes**

Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SE T	OCT	NOV	DIC
Talleres												
<input type="checkbox"/> Talleres de modificación de conducta.	48	48	60	60	60	60	48	60	60	60	48	48
<input type="checkbox"/> Talleres psicoeducativos a padres e hijos	48	48	60	60	60	60	48	60	60	60	48	48
<input type="checkbox"/> Talleres de atención y concentración	48	48	60	60	60	60	48	60	60	60	48	48
<input type="checkbox"/> Talleres de autoestima y habilidades sociales	48	48	60	60	60	60	48	60	60	60	48	48
Terapias												
<input type="checkbox"/> Terapia familiar	36	36	48	48	48	48	36	48	48	48	36	36
<input type="checkbox"/> Terapia de lenguaje	36	36	48	48	48	48	36	48	48	48	36	36
<input type="checkbox"/> Terapia cognitiva y conductual	36	36	48	48	48	48	36	48	48	48	36	36
<input type="checkbox"/> Terapia individual	36	36	48	48	48	48	36	48	48	48	36	36

**Fuente:** Elaboración Propia (2019)

## **CAPÍTULO VI**

### **PLAN TECNICO**

#### **6.1. Localización de la empresa (matriz de localización)**

Para determinar la localización de nuestra escuela para padres se analizarán tres posibles ubicaciones estratégicas las cuales procedemos a mencionar:

- a) Local comercial - Av. Ayabaca 2da cuadra
- b) Local comercial Av. san Martin 3 piso 1204
- c) Local comercial Conde de Nieva cuadra 3

Estas tres opciones son zonas comerciales y de alta afluencia de nuestra ciudad, de fácil acceso, tránsito a la vez que cuenta con todos los servicios necesarios para el buen desarrollo de nuestro proyecto.

##### **6.1.1. Matriz de localización**

En la siguiente matriz se podrán visualizar las alternativas de localización, las cuales han sido analizadas con los cinco factores más relevantes y de esta manera nos pueda ayudar a determinar la localización óptima para nuestro proyecto.



Tabla N°12 Matriz de Localización

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN							
FACTORES RELEVANTES	PESO	OPCIONES DE LOCALIZACIÓN					
		Local comercial - Av. Ayabaca 2da cuadra		Local comercial Av. san Martin 3 piso 1204		Local comercial Conde de Nieva cuadra 3	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Comunicaciones y facilidad de acceso	25%	5	1.25	3	0.75	4	1
Costo establecimiento	30%	5	1.50	2	0.6	2	0.6
Tránsito de personas	15%	4	0.6	5	0.75	3	0.45
Local Visible	20%	4	0.8	5	1	4	0.8
Proximidad a la demanda	10 %	5	0.5	4	0.4	4	0.4
<b>TOTAL</b>	100%		4.65		3.50		3.25

Fuente: Elaboración propia (2019)

Calificativo	Puntuación
Muy malo	1
Malo	2
Regular	3
Bueno	4
Muy bueno	5

En los cuadros anteriores se ha realizado una puntuación para cada calificativo el mismo que nos servirá para la ponderación de cada factor relevante en la matriz de localización.

Como mejor resultado ponderado se ha obtenido la primera opción sobre el local ubicado en Av. Ayabaca 2da cuadra, siendo el más factible según el análisis de los factores relevantes arriba mencionados.

Con la matriz realizada se tiene establecido el local donde estaremos funcionando para brindar los servicios que detallamos en el capítulo V de este proyecto por el cual los padres de familia estarían dispuestos a contratar cada una de nuestras tarifas que por lo general están orientados al bienestar de los menores que en su mayoría tienen dificultades académicas. Para ellos estaremos ubicados en un lugar céntrico y cercano a colegios estatales y privadas.

las facilidades de acceso que nos permite esta ubicación nos aseguran la presencia de nuestro segmento de familias en el distrito de Ica.

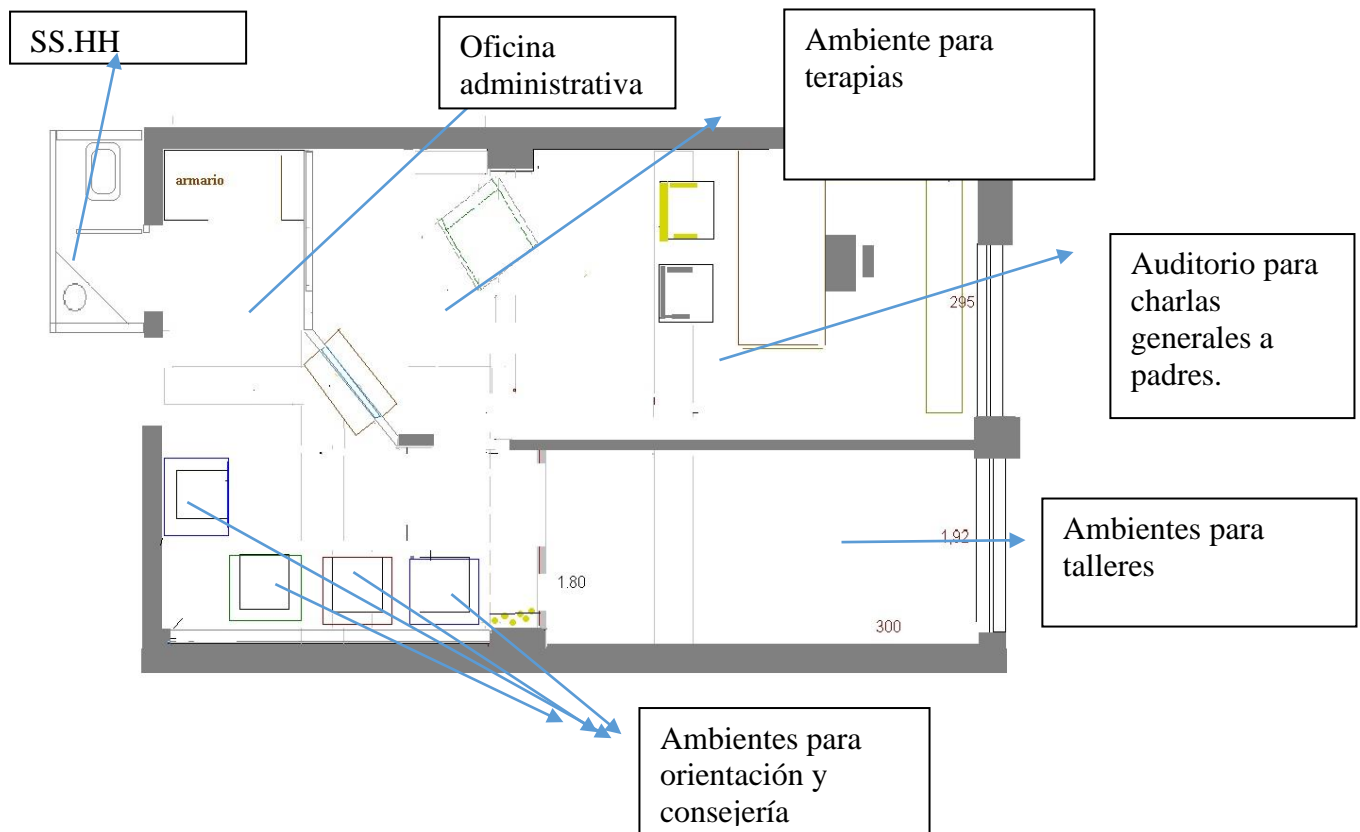
## **6.2. Tamaño del negocio (capacidad instalada)**

La capacidad total es de 50 personas distribuidas en 16 personas en el área terapia y 30 personas en talleres incluidos los profesionales que realizaran los servicios.

Para ello el local contara con seis ambientes, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

1. Oficina administrativa
2. Ambiente para terapias
3. Auditorio para charlas generales a padres
4. Ambiente para talleres
5. Ambiente para orientación y consejería
6. Servicios higiénicos

Gráfico N°18 Layout de la empresa



**Fuente:** Elaboración propia (2019)

### 6.3. Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima)

Nuestras necesidades están relacionadas a las herramientas y materiales que necesitamos para poder desarrollar de manera eficiente nuestro servicio.

#### 6.3.1 Maquinarias y Equipos:

En la siguiente tabla se muestran los equipos necesarios por área para empezar con el negocio.

## Áreas Psicológicas

**Tabla N°13 Área Administrativa**

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Especificaciones</b>	<b>Costo unitario</b>
Laptop	1	Lenovo	S/2,400.00
Escritorio	1	Melanina color marrón	S/350.00
Silla giratoria	1	Cuero color negro	S/200.00
Muebles con llave	2	Melamina de color blanco	S/500.00
Silla de atención	2		S/. 80.00

**Tabla N°14 Área de Terapia**

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Especificaciones</b>	<b>Costo unitario</b>
Laptop	1	Lenovo	S/2,400.00
Escritorio	1	Melanina color marrón	S/250
Silla giratoria	1	Cuero color negro	S/95.00
Sillas de plástico	10	Color blanco	S/.25.00
Proyector	1	Panasonic	S/1,500.00
Muebles con llave	2	Melamina de color blanco	S/500.00

**Tabla N°15 Área de talleres**

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Especificaciones</b>	<b>Costo unitario</b>
Laptop	1	Lenovo	S/2,400.00
Escritorio	1	Melanina color marrón	S/250
Silla giratoria	1	Cuero color negro	S/95.00
Sillas de plástico	20	Color blanco	S/.25.00
Proyector	1	Panasonic	S/1,500.00
Ecran con trípode	1	Retráctil pantalla 120"	S/500.00
Micrófono Inalámbrico	2		S/.300.00
Muebles con llave	2	Melamina de color blanco	S/500.00

Tabla N°16 Ambientes para Orientación

Equipos	Cantidad	Especificaciones	Costo unitario
Laptop	1	Lenovo	S/2,400.00
Counter de atención	1	Melanina color marrón	S/400
Silla giratoria	1	Cuero color negro	S/95.00
Silla de atención	4		S/. 80.00
Muebles con llave	1	Melamina de color blanco	S/500.00
Sofá de espera	1		S/.1200

Tabla N°17 Arreglo y acondicionamiento de local

Equipos	Cantidad	Especificaciones	Costo unitario
Varios	1	(acondicionamiento de pisos, sistema eléctrico, SSHH, decoración, otros)	S/.4000

FUENTE: Elaboración propia (2019)

### 6.3.2 Mano de obra.

La mano de obra estará compuesta por el personal calificado que tendrá a su cargo el desarrollo del servicio. Principalmente contaremos con psicólogos titulados y habilitados.

El número de personal que contara la empresa estará determinado por el área a la que pertenezca que a continuación procedemos a detallar:

Tabla N°18 Requerimiento de personal de la empresa

N°	PROFESIONALES	CANTIDAD
1	Administrador	1
2	Atención al cliente	1
3	Psicóloga terapia	1
4	Psicóloga talleres	1
5	Asistente	1
6	Personal de mantenimiento y servicio	1

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla N°19 Planilla de pagos psicólogos

Concepto	Sueldo base	Asig. Fam.	Total, sueldo	Total	SIS	Total, mensual	Total, anual
<b>Personal administrativo</b>							
Gerente general	1800	0	1800	1800	15	1815	21780
Personal de orientación	1000	0	1000	1000	15	1015	12180
Personal de mantenimiento	930	0	930	930	15	945	11340
<b>Personal operativo</b>							
1 psicóloga taller	1500	93	1593	1593	15	1608	19296
1 psicóloga taller	1500	93	1593	1593	15	1608	19296
Asistente	1100	0	1100	1100	16	1116	13392
<b>Total, planilla de la empresa</b>	<b>7830</b>	<b>186</b>	<b>8016</b>	<b>8016</b>	<b>91</b>	<b>8107</b>	<b>97284</b>

Fuente: Elaboración propia (2019)

#### 6.4. Costos (directos e indirectos)

En este apartado detallamos lo costos que el proyecto necesita para la puesta en marcha.

**Tabla N°20 Costos directos e indirectos de la empresa SERVIFAMILY SAC**

Costos directos	Costo	Cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Total, Trimestral	Total, Anual
Honorarios mensuales de los psicólogos	3216	1	3216	3216	3216	9648	38592
Asistente	1116	1	1116	1116	1116	3348	13392
Material educativo	3000	1	3000	0	0	3000	12000
Útiles de oficina	100	1	200	200	200	600	2400
<b>Total</b>						16596	66384
Costos indirectos	Costo	Meses	Enero	Febrero	Marzo		
Pagos de luz y agua	500	1	500	500	500	1500	6000
Útiles de oficina	100	1	100	100	100	300	1200
Alquiler de local	3000	1	3000	3000	3000	9000	36000
Sueldos y salarios personal indirecto	3775	1	3775	3775	3775	11325	45300
Teléfono e internet	200	1	200	200	200	600	2400
Artículos de limpieza	70	1	70	70	70	210	840
Publicidad	50	1	50	50	50	150	600
Contador	250	1	250	250	250	750	3000
<b>Total</b>						25635	95340

Fuente: Elaboración Propia (2019)

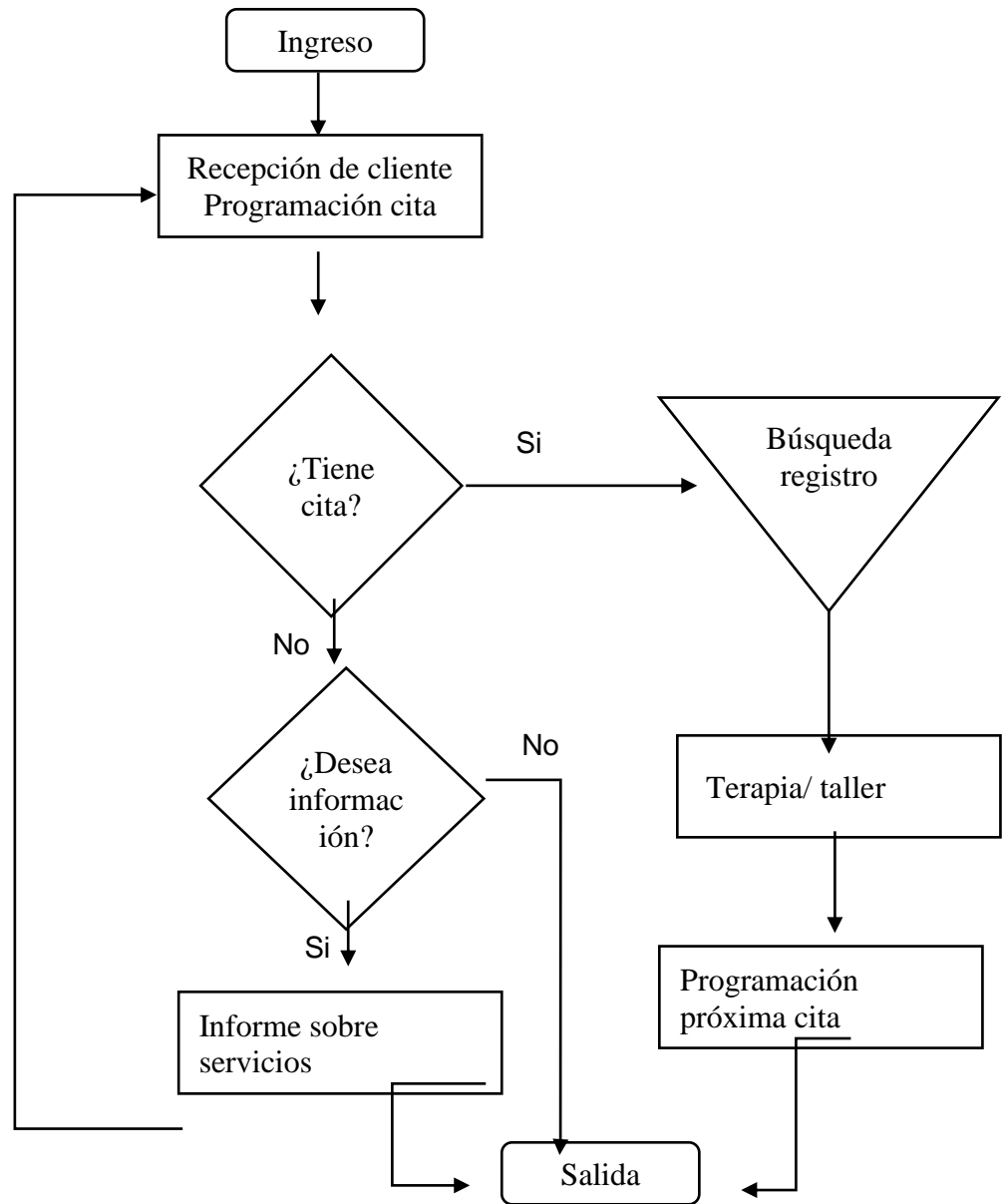
#### 6.5. Proceso de operación (diagrama de flujo)

En el diagrama de flujo se detalla el proceso de operación con simbologías ANSI para mayor entendimiento. Estos están relacionados a las atenciones psicológicas. El cliente ingresa al local hasta su paso por las personas que lo atenderán durante su permanencia en el Centro.

El proceso de operación de la empresa SERVIFAMILY está compuesto por cinco actividades las cuales procedemos a detallar:

- a) Ingreso: los padres de familia llegan al establecimiento y se acercan al área de orientación
- b) Recepción de cliente y programación de cita: la responsable del área se encargará de recibir a los padres de familia y le brindará toda la información necesaria.
- c) Búsqueda de registro: la responsable verificará las citas programadas y distribuirá a los padres a las atenciones terapéuticas o talleres.
- d) Atención: se realizará la atención de acuerdo con la cita programada las cuales pueden ser de terapia o taller.
- e) Programación próxima cita: en el caso que necesite una nueva atención se procederá a la programación de una nueva fecha.

Gráfico N°19 Diagrama de Procesos



Fuente: Elaboración propia (2019)



## 6.6. Certificaciones necesarias

Para la empresa escuela para padres (SERVIFAMILY) por el momento no se requerirán de certificaciones, únicamente cada profesional que ofrezca el servicio psicológico debe estar titulado, colegiado y habilitado para ofrecer el servicio de atenciones psicológicas como establece la ley peruana.

De igual forma la empresa necesita de las certificaciones de defensa civil donde el ente encargado es el INDECI.

## 6.7. Impacto en el medio ambiente

El presente trabajo tendrá un impacto menor en cuanto al medio ambiente ya que los archivos documentados serán reciclados para no contaminar el ecosistema.

Estos papeles que se registraran por cada atención, así como también las hojas de evaluación se archivarán por un periodo de 2 años los cuales contarán con un respaldo digital, posterior a ello se enviarán para su destrucción en una planta recicladora.

Para la ejecución de reciclaje de otros tipos de materiales que puedan dañar el medio ambiente se instalarán tachos especializados para reciclaje con diferentes colores.

Azul	Reciclaje (papel y cartón)
Amarillo	Reciclaje (plásticos y latas)
Naranja	Reciclaje (orgánico)

Con el cuadro mostrado queremos alcanzar que el impacto en el medio ambiente sea menor por los residuos que nuestra empresa en el proceso de operación genera estos a su vez van a generar ingresos extras por este tipo de actividad.

Con ellos podemos recalcar que la empresa está comprometida con el cuidado del medio ambiente con las actividades que se pretenden desarrollar al largo de nuestro funcionamiento, con este compromiso se busca fidelizar y orientar a los padres a que repliquen este tipo de acciones durante la visita a nuestro local.

## CAPÍTULO VII

### PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

#### 7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)

La empresa SERVIFAMILY será constituida como sociedad anónima cerrada (SAC) para ello necesitaremos realizar los siguientes pasos:

1. **Elaborar el acto constitutivo (minuta).** - Este es un documento en donde los que conforman una sociedad manifiestan su voluntad de constitución de empresa y donde señalan todos los acuerdos respectivos a la empresa. El acto constitutivo consta del pacto social y el estatuto, además de los insertos que se puedan adjuntar a posterior.

**Requisitos:**

- 02 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 02 copias de Búsqueda y reserva de nombre.
- Archivo (PDF, Word, Excel) en un USB con el giro del negocio y la lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Para ello hay que realizar el trámite en una notaría con los requisitos y solicitar el acto constitutivo el tiempo de espera varía según la notaria.

2. **Abono de capital y bienes.** - En esta parte es donde los socios abonan una cantidad de dinero para la empresa para su funcionamiento entre otros.

**Requisitos:**

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.

Para el abono del capital se debe abrir una cuenta bancaria donde los socios puedan realizar los depósitos, también se pueden detallar la cantidad de bienes y los costos que pone cada socio a la empresa.

3. **Elaboración de escritura pública.** - una vez que está redactado la minuta se debe derivar al notario público para que puede elevar a escritura pública. Se generará la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que es el documento que da fe de que el Acto Constitutivo es legal. Este documento debe estar firmado y

sellado por el notario y tener la firma de todos los participantes de la sociedad, incluidos los cónyuges de ser el caso.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carné de Extranjería vigentes.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o Boucher de abono en dinero.

- 4. Inscripción en registros públicos.** -Una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos. Este procedimiento es realizado por el notario.

La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

- 5. Inscripción al RUC de persona jurídica.** - El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el registro que lleva la SUNAT y que contiene nuestra información como contribuyente (empresa), así como el domicilio fiscal, actividad a la que la empresa dedica, números telefónicos, u otros datos. El número de RUC es único y consta de 11 dígitos y debe ser utilizado en todo trámite que se realiza ante la SUNAT.

El trámite de inscripción en el RUC, se realizará de manera presencial por el representante legal o tercero autorizado.

**Requisitos:**

- DNI vigente o documento de identidad que corresponda, como Carné de Extranjería, Carné de Identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Carné de Permiso Temporal de Permanencia o Pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana, de ser el caso.
- Original y fotocopia de Partida Registral Certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos. Dicho documento no podrá tener una antigüedad mayor a 30 días calendario.
- Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.
- Si el trámite lo realiza una tercera persona, deberá presentar, adicionalmente:
- DNI vigente o documento de identidad que corresponda.
- Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC (No será necesario exhibir el documento de identidad original del representante legal del RUC, ni presentar fotocopia).

- Los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el representante legal:
- Formulario 2119: Solicitud de Inscripción al RUC o Comunicación de Afectación a Tributos.
- Formulario 2054: Representantes Legales, directores, Miembros Del Consejo Directivo.
- Formulario 2054-Anexo: Domicilio de los Representantes legales.
- Formulario 2046: Declaración de establecimientos anexos (solo en caso de requerir establecimiento adicional para sus actividades).
- Recuerda que debes mantener actualizados los datos de tu RUC declarados a la SUNAT, principalmente, tu domicilio fiscal y tus datos de contacto (números de teléfono fijo y móvil, y correo electrónico), para recibir información de interés tributario que facilite el cumplimiento de tus obligaciones tributarias.

Una vez realizada toda la documentación ante la SUNAT se nos entregara una ficha CIR (comprobante de información registrada el cual contara con el sello respectivo Es importante indicar que cuando entreguen el numero RUC, también solicitemos la clave SOL (Código de Usuario y Clave de Acceso SOL), para realizar todos los trámites, transacciones y pagos en SUNAT Virtual.

Registro de marca ante Indecopi. -

Este registro es importante ya que protegemos nuestra marca ante cualquier intento de robo de nuestra marca para ello debemos realizar los siguientes trámites:

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).
- Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):
- Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.
- En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder.
- Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

- Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles).
- Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.
- En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.
- De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de la misma. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.
- Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles.

### **Permisos necesarios.**

1. Certificado de defensa civil.
2. Licencia municipal de funcionamiento.

### **Requisitos:**

- Formato de Solicitud.
- Copia de DNI y ficha de RUC.
- Vigencia de poder del representante legal (si se trata de una persona jurídica con una antigüedad de 30 días).
- Copia de autorización sectorial respectiva, de ser el caso.
- Copia de título en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Certificado de defensa civil, según sea el caso.

### 3. Licenciatura de personal profesional

En este punto el personal encargado del área psicológica debe contar obligatoriamente con la licenciatura habilitada para ejercer el cargo.

#### Costos

Los costos de la empresa SERVIFAMILY para los registros y demás procedimientos se detallan a continuación en la siguiente tabla N.º 21. En ella se han considerado el costo de elaboración del proyecto, así como también capacitaciones del personal e imprevisto varios de 10% del total de costos intangibles. De igual forma software para computadoras que el centro tendrá en sus instalaciones para uso del personal.

**Tabla N°21 Costos intangibles de la empresa SERVIFAMILY SAC**

DESCRIPCIÓN	COSTO
Búsqueda	S/. 5,00
Reserva de nombre	S/. 20,00
Elaboración de minuta y escritura publica	S/. 280,00
Licencia de funcionamiento	S/. 108,00
Licencia para publicidad/letrado	S/. 80,00
Certificado de defensa civil	S/. 150,00
Registro de nombre comercial	S/. 535,00
Software de computo	S/. 1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 2.378,00</b>

Fuente: Elaboración Propia (2019)

### 7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)

El régimen que se escogerá para el presente proyecto de investigación es el régimen especial de impuestos a la renta de tercera categoría, REMYPE, en el cual tendremos limitaciones por la cantidad de ingresos hasta S/. 525,000.

Tasas de Impuesto:

- Impuesto General a las ventas (IGV) 18%
- Impuesto a la renta será el siguiente:

Tabla N° 22: Pago Impuesto a la Renta

Tipo de pago	Tasa
Pagos a cuenta mensuales	Coeficiente o 1.5%
Impuesto a la renta anual	29.5%

**Fuente:** SUNAT (2019)

Ingresar al portal de SUNAT [www.sunat.b.pe](http://www.sunat.b.pe), colocar la Clave SOL y dirigirse a “Declaración y pago” donde se ubica el formulario de IGV-Renta Mensual se llenaran datos y el cargo de la cuenta bancaria, lo cual servirá para realizar el pago de los impuestos por un “Numero de pago Sunat”.

Según (PromPyme, 2016) señala que el 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” De acuerdo con la ley, el tipo de empresa ya no se definirá por la cantidad del número de trabajadores, sino por las ventas, beneficiando a la microempresa, pues se encontraba limitada en la contratación de personal a una cantidad de 10. Es importante señalar que durante los primeros tres años de inscripción en el REMYPE (Registro Nacional de la Micro y Pequeña empresa), no serán sancionadas al primer error laboral o tributario, ya que podrán enmendar este sin ser sancionados. El estado está obligado a comprarle a las MIPYMES, al menos el 40% de sus necesidades. Esta ley busca desarrollar a las micro, pequeñas y medianas empresas teniendo como objetivo principal el establecimiento de un marco legal para promover la competitividad, formalización y el desarrollo de estas.

**Tabla N°23 Régimen Tributario**

<b>Tipo Empresa</b>	<b>Ventas anuales</b>	<b>Ley MIPYME – LEY N° 30056</b>
<b>Micro Empresas</b>	Ventas hasta un máximo de 150 UIT	Desaparece el parámetro de número de trabajadores
<b>Pequeñas Empresas</b>	Ventas entre 150 UIT y 1,700 UIT	Todo se mide por las ventas anuales
<b>Medianas Empresas</b>	Ventas entre 1,700 UIT y 2,300 UIT	Aparece la categoría Mediana Empresa

**Fuente:** SUNAT (2019)

### **Comprobantes de Pago:**

Documentos para proveedores al comprar productos:

- Factura.
- Tickets con RUC, numero, nombre y el monto del impuesto.

### **Documentos para clientes:**

- Boleta de venta, o tickets electrónicos.
- Facturas electrónicas.
- Guías de remisión remitente y/o transportista.

### **Libros y registros:**

- En cuanto a los libros contables en el REMYPE, si los ingresos netos anuales fueran hasta S/. 525,000 llevará:
- Registro de Ventas e Ingresos
- Registro de Compras
- Libro Diario de Inventario y Balances
- Libro de consignaciones
- Libro de Planillas

### **Formatos físicos:**

- Requiere su legalización en una notaría.
- Su llenado puede ser manual o se puede imprimir en hojas sueltas las que luego son empastadas.

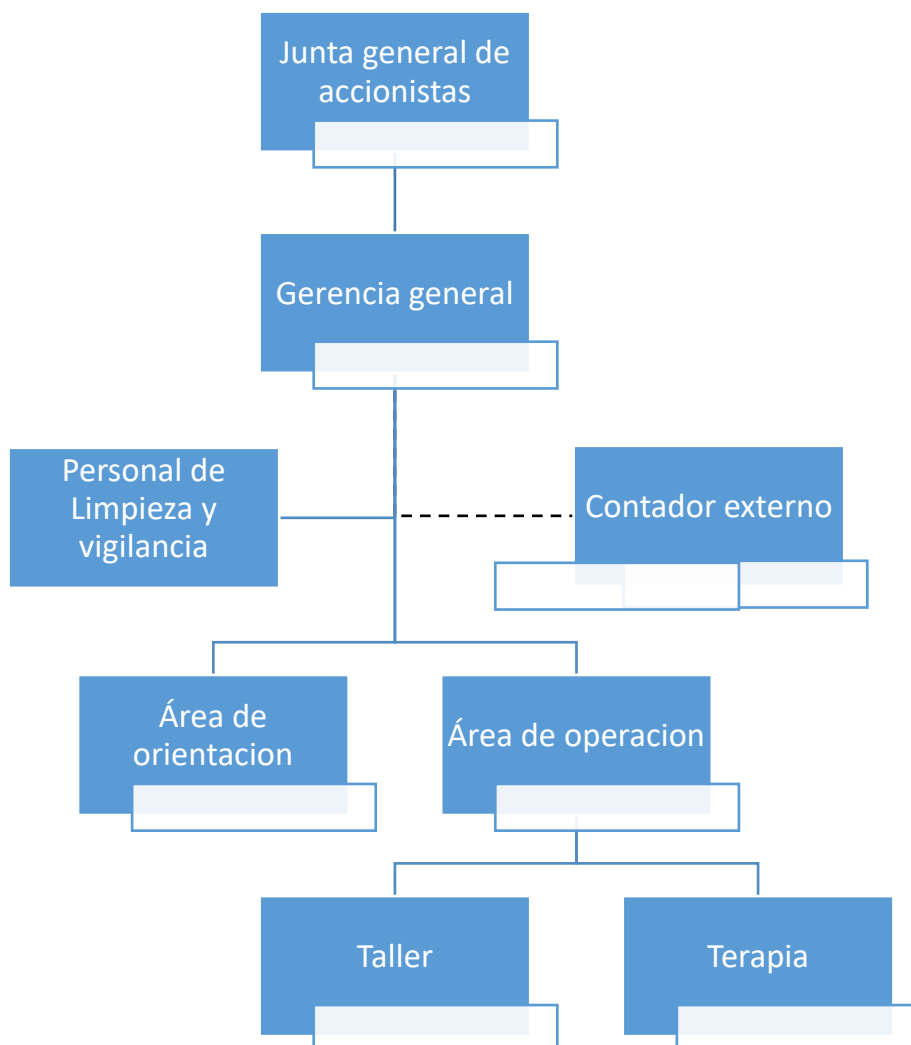


### 7.3 Estructura organizacional

La estructura de la empresa de servicios SERVIFAMILY SAC está diseñada para el buen funcionamiento de todas las áreas y que estas se relacionen de manera eficaz.

Como la empresa inicia sus operaciones en el mercado siendo nueva, no contaremos con un número alto de profesionales ya que esto genera más costos para la empresa, pero a medida que la empresa vaya adaptándose al mercado, siempre y cuando exista más demanda, aumentaríamos más personal profesional. En el siguiente diagrama se muestra la estructura de la empresa.

**Gráfico N°20 Organigrama de la empresa SERVIFAMILY SAC**



**Fuente:** Elaboración propia (2019)

## 7.4 Descripción de funciones

### 1. **Junta general de Accionistas.**

La función de la junta general de accionistas es administrar y fiscalizar los recursos de todos los socios que están involucrados en la empresa. Donde se toman decisiones de funcionamiento correspondientes a la empresa y estas deben registrarse en acta de reunión con todos los accionistas.

### 2. **Gerencia general.**

Su función principal es coordinar y ordenar todas las funciones de cada área, así como realizar evaluaciones periódicas de todas las áreas, desarrollara todas las estrategias a corto y largo plazo para el cumplimiento de los objetivos estratégicos. La gerencia general coordina con el área administrativa para asegurar el buen funcionamiento de las áreas de la empresa.

### 3. **Contador externo.**

La función principal del contador externo es realizar de manera mensual y/o anual cumplir con las actualizaciones contables de la empresa, así como presentar todos los estados financieros de la empresa ante la entidad pertinente.

### 4. **Área de orientación**

Su principal función es de informar, verificar y programar citas.

### 5. **Área operaciones**

Esta se encarga de realizar los talleres y terapias de acuerdo con el requerimiento de las familias

### 6. **Personal de seguridad y limpieza.**

La función principal es realizar el mantenimiento y cuidado del local.

## CAPÍTULO VIII

### PLAN ECONOMICO - FINANCIERO

#### 8.1 Inversiones (estructura)

En este apartado detallamos la estructura de nuestra inversión. La inversión será solventada por los socios en una 70% y el 30% de una entidad bancaria que detallaremos en el cuadro de amortización según las evaluaciones de las diferentes entidades bancarias. El monto de la inversión total asciende a S/. 69224,00 soles.

**Tabla N°24 Tabla estructura de la inversión**

Cuadro de inversiones	Monto
Inversión tangible	S/. 24.315,00
Inversión intangible	S/. 2.378,00
Capital de trabajo	S/. 42.531,00
<b>Total, inversión</b>	<b>S/. 69.224,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

#### 8.1.1 Inversión Fija Tangible

La inversión fija tangible no es más que el dinero que se destina para la compra de los bienes muebles y equipos que serán necesarios para el inicio de operación de la empresa. En las siguientes tablas se detallará el requerimiento de acuerdo al área, y cuyo monto total asciende a S/.24315,00 soles.

Tabla N°25 Tabla Inversión Tangible

Área administrativa			
Equipos	Cantidad	Precio	Total
Laptop	1	2400	2400
<b>Total</b>			2400
Mobiliarios			
Escritorio	1	350	350
Silla giratoria	1	200	200
Muebles con llave	2	500	1000
Silla de atención	2	80	160
<b>Total</b>			1710

Área de terapia			
Equipos	Cantidad	Precio	Total
Laptop	1	2400	2400
Proyector	1	1500	1500
<b>Total</b>			2400
Mobiliarios			
Escritorio	1	250	250
Silla giratoria	1	95	95
Muebles con llave	2	500	1000
Silla de plástico	10	25	250
<b>Total</b>			1345

Área de talleres			
Equipos	Cantidad	Precio	Total
Laptop	1	2400	2400
Proyector	1	1500	1500
Ecran con trípode	1	500	500
Micrófono inalámbrico	2	300	600

<b>Total</b>			5000
<b>Mobiliarios</b>			
Escritorio	1	250	250
Silla giratoria	1	95	95
Muebles con llave	2	500	1000
Silla de plástico	20	25	500

<b>Total</b>	1345
--------------	------

<b>Área de orientación</b>			
<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Laptop	1	2400	2400
Impresora multifuncional	1	1200	1200
<b>Total</b>			3600
<b>Mobiliarios</b>			
Caunter de atención	1	400	400
Silla giratoria	1	95	95
Silla de atención	4	80	320
Mueble con llave	1	500	500
Sofá de espera	1	1200	1200
<b>Total</b>			2515

<b>Acondicionamiento de local</b>			
<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Varios	1	4000	4000
<b>Total</b>			4000

<b>Total, inversión tangible</b>	<b>24315</b>
----------------------------------	--------------

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

### 8.1.2 Inversión Intangible

La inversión intangible es el dinero que se destina a todo aquello que no necesariamente es un bien físico, si no perceptibles y que son necesarios para el funcionamiento del proyecto. La inversión intangible asciende a S/.2.378,00 soles.

**Tabla N°26 Inversión Intangible**

DESCRIPCIÓN	COSTO
Búsqueda	S/. 5,00
Reserva de nombre	S/. 20,00
Elaboración de minuta y escritura publica	S/. 280,00
Licencia de funcionamiento	S/. 108,00
Licencia para publicidad/letrado	S/. 80,00
Certificado de defensa civil	S/. 150,00
Registro de nombre comercial	S/. 535,00
Software de computo	S/. 1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 2.378,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

### 8.1.3 Capital de Trabajo.

El capital de trabajo constituye los recursos financieros que la empresa necesita para continuar funcionando y realizar sus actividades. En nuestro caso ha sido calculado a tres meses y cuyo monto total asciende a S/. 95340,00 soles.

Tabla N°27 Costos Fijos de la Empresa SERVIFAMILY SAC

<b>Costos directos</b>	<b>Costo por mes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Total, Trimestral</b>	<b>Total, Anual</b>
Honorarios mensuales de los psicólogos	3216	1	3216	3216	3216	9648	38592
Asistente	1116	1	1116	1116	1116	3348	13392
Material educativo	3000	1	3000	0	0	3000	12000
Útiles de oficina	100	1	200	200	200	600	2400
<b>Total</b>						16596	66384
<b>Costos indirectos</b>	<b>Costo por mes</b>	<b>Meses</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>		
Pagos de luz y agua	500	1	500	500	500	1500	6000
Útiles de oficina	100	1	100	100	100	300	1200
Alquiler de local	3000	1	3000	3000	3000	9000	36000
Sueldos y salarios personal indirecto	3775	1	3775	3775	3775	11325	45300
Teléfono e internet	200	1	200	200	200	600	2400
Artículos de limpieza	70	1	70	70	70	210	840
Publicidad	50	1	50	50	50	150	600
Contador	250	1	250	250	250	750	3000
<b>Total</b>						25635	95340

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

## 8.2 Ingresos y egresos

Este punto analizaremos nuestro ingreso mensual por cada servicio que ofrecemos. Este se obtiene de las proyecciones de ventas anuales del proyecto. Ya anteriormente establecidas en el capítulo V.

**Tabla N°28 Proyección de Ingresos Primer Año**

<b>Descripción</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Ingreso anual</b>
<b>Talleres</b>													
Talleres de modificación de conducta.	1920	1920	2400	2400	2400	2400	1920	2400	2400	2400	1920	1920	
Talleres psicoeducativos a padres e hijos	1920	1920	2400	2400	2400	2400	1920	2400	2400	2400	1920	1920	
Talleres de atención y concentración	1920	1920	2400	2400	2400	2400	1920	2400	2400	2400	1920	1920	
Talleres de autoestima y habilidades sociales	1920	1920	2400	2400	2400	2400	1920	2400	2400	2400	1920	1920	
<b>Terapias</b>													
Terapia familiar	1800	1800	2400	2400	2400	2400	1800	2400	2400	2400	1800	1800	
Terapia de lenguaje	1800	1800	2400	2400	2400	2400	1800	2400	2400	2400	1800	1800	
Terapia cognitiva y conductual	1800	1800	2400	2400	2400	2400	1800	2400	2400	2400	1800	1800	
Terapia individual	1800	1800	2400	2400	2400	2400	1800	2400	2400	2400	1800	1800	
<b>Total</b>	<b>14880</b>	<b>14880</b>	<b>19200</b>	<b>19200</b>	<b>19200</b>	<b>19200</b>	<b>14880</b>	<b>19200</b>	<b>19200</b>	<b>19200</b>	<b>14880</b>	<b>14880</b>	<b>208800</b>

Fuente: Elaboración propia (2019)



Años	1	2	3	4	5
Ingresos	S/208.800,0	S/208.800,0	S/219.240,0	S/ 230202,0	S/253222,2

**Tabla N°29 Proyección de Egresos**

Años	1	2	3	4	5
Total gastos directo	66384	66384	66504	66630	66894,6
Total gastos indirectos	95340	95340	95340	95340	95340
Depreciación	5038	5038	5038	5038	5038
Total	166762	166762	166882	167008	167272,6

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

### 8.3 Deuda (Cuadro de amortización)

La empresa SERVIFAMILY SAC será financiado en un 70 % con aporte de los accionistas y 30% una entidad bancaria.

**Tabla N°30 Cuadro Servicio a la Deuda**

**Monto** S/. 20.767,20  
**tasa de interés** TEA % 19% 0,19 TEM 1,46%  
**Tiempo** 3 años  
**Cuota:** S/.745,81

Tiempo	Saldo capital	Amortización	Interés	Cuota
0	s/. 20.767,20			
1	s/. 20.324,62	s/. 442,58	s/. 303,24	s/. 745,81
2	s/. 19.875,58	s/. 449,04	s/. 296,77	s/. 745,81
3	s/. 19.419,99	s/. 455,60	s/. 290,22	s/. 745,81
4	s/. 18.957,74	s/. 462,25	s/. 283,56	s/. 745,81
5	s/. 18.488,74	s/. 469,00	s/. 276,81	s/. 745,81
6	s/. 18.012,89	s/. 475,85	s/. 269,97	s/. 745,81
7	s/. 17.530,09	s/. 482,80	s/. 263,02	s/. 745,81
8	s/. 17.040,25	s/. 489,84	s/. 255,97	s/. 745,81
9	s/. 16.543,25	s/. 497,00	s/. 248,82	s/. 745,81
10	s/. 16.039,00	s/. 504,25	s/. 241,56	s/. 745,81
11	s/. 15.527,38	s/. 511,62	s/. 234,20	s/. 745,81
12	s/. 15.008,29	s/. 519,09	s/. 226,73	s/. 745,81
		<b>s/. 5.758,91</b>	<b>s/. 3.190,86</b>	

13	S/. 14.481,62	S/. 526,67	S/. 219,15	S/. 745,81
14	S/. 13.947,27	S/. 534,36	S/. 211,46	S/. 745,81
15	S/. 13.405,11	S/. 542,16	S/. 203,65	S/. 745,81
16	S/. 12.855,03	S/. 550,08	S/. 195,74	S/. 745,81
17	S/. 12.296,92	S/. 558,11	S/. 187,71	S/. 745,81
18	S/. 11.730,66	S/. 566,26	S/. 179,56	S/. 745,81
19	S/. 11.156,14	S/. 574,53	S/. 171,29	S/. 745,81
20	S/. 10.573,22	S/. 582,92	S/. 162,90	S/. 745,81
21	S/. 9.981,79	S/. 591,43	S/. 154,39	S/. 745,81
22	S/. 9.381,73	S/. 600,06	S/. 145,75	S/. 745,81
23	S/. 8.772,91	S/. 608,82	S/. 136,99	S/. 745,81
24	S/. 8.155,19	S/. 617,71	S/. 128,10	S/. 745,81
		<b>S/. 6.853,10</b>	<b>S/. 2.096,67</b>	
25	S/. 7.528,46	S/. 626,73	S/. 119,08	S/. 745,81
26	S/. 6.892,57	S/. 635,89	S/. 109,93	S/. 745,81
27	S/. 6.247,40	S/. 645,17	S/. 100,64	S/. 745,81
28	S/. 5.592,81	S/. 654,59	S/. 91,22	S/. 745,81
29	S/. 4.928,66	S/. 664,15	S/. 81,66	S/. 745,81
30	S/. 4.254,81	S/. 673,85	S/. 71,97	S/. 745,81
31	S/. 3.571,12	S/. 683,69	S/. 62,13	S/. 745,81
32	S/. 2.877,46	S/. 693,67	S/. 52,14	S/. 745,81
33	S/. 2.173,66	S/. 703,80	S/. 42,02	S/. 745,81
34	S/. 1.459,58	S/. 714,07	S/. 31,74	S/. 745,81
35	S/. 735,08	S/. 724,50	S/. 21,31	S/. 745,81
36	S/. -0,00	S/. 735,08	S/. 10,73	S/. 745,81
		<b>S/. 8.155,19</b>	<b>S/. 794,58</b>	

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

En el cuadro anterior nos muestra el financiamiento, proporcionado por la caja municipal de Ica la cual fue elegida dentro de 2 opciones por contar con las mejores condiciones y tasa respectivamente.

Como podemos apreciar en la tabla siguiente la estructura de pago por periodo.

Tabla N°31 Cuadro Resumen de Servicio a la Deuda

Años	1	2	3	4	5
Amortización	5.758,91	6.853,10	8.155,19	-	-
Intereses	3.190,86	2.096,67	794,58	-	-
Total	8.949,77	8.949,77	8.949,77	-	-

Fuente: Elaboración propia 2019

#### 8.4 Flujo de caja (económico y financiero)

En este punto realizamos el flujo de caja de la empresa SERVIFAMILY SAC en el cual podemos observar los ingresos y egresos de la empresa que nos ayudara para el cálculo y evaluación del proyecto.

Tabla N° 32 Flujo de Caja Económico de la Empresa SERVIFAMILY SAC

Concepto	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas		208800	208800	219240	230202	253222
Inversión	69224					
<b>Total ingresos</b>		208800	208800	219240	230202	253222
<b>Egresos</b>						
Total gastos directo		66384	66384	66504	66630	66894,6
Total gastos indirectos		95340	95340	95340	95340	95340
Depreciación		5038	5038	5038	5038	5038
<b>Total egresos</b>		166762	166762	166882	167008	167272
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>-69224</b>	<b>42038</b>	<b>42038</b>	<b>52358</b>	<b>63194</b>	<b>85949</b>
Préstamo bancario	20767,2					
Amortizaciones		-5758,90	-6853,10	-8155,19		
Gastos financieros		-3190,85	-2096,66	-794,57		
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>-48456,8</b>	<b>18208,23</b>	<b>18208,23</b>	<b>27784,23</b>	<b>46788,8</b>	<b>67903,88</b>

Fuente: Elaboración propia (2019)

#### 8.5 Evaluaciones económica y financiera (VAN y TIR)

Para poder realizar los cálculos de los indicadores, hemos realizado el cálculo de la tasa de descuento la cual nos ayudara a determinar si el costo del capital ha sido el adecuado y cuanto beneficio brindara la implementación del proyecto

**Tabla N°33 Tasa de Descuento SERVIFAMILY SAC**

<b>Tipo de financiamiento</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>Costo de capital</b>	<b>de total</b>	
• Capital propio	48456,80	70%	0,22	0,154	0,15
• Financiamiento	20767,20	30%	0,19	0,057	0,05
<b>Total</b>	69224,00	100%		TD	0,20

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

La tasa de descuento obtenida ha sido de 20%

### **Indicadores económicos**

El VAN económico asciende a S/ 88223,75 soles siendo un resultado positivo, lo que demuestra la viabilidad del proyecto.

El TIR resultante asciende a 64% lo que indica que el proyecto tiene una rentabilidad suficiente para cubrir el WACC 20%.

Como se puede observar el B/C obtenido es de 2.27, lo que quiere decir que el negocio es viable.

**Tabla N°34 VANE**

<b>VANE</b>	S/. 88.223,75
<b>TIR</b>	64%
<b>B/C</b>	2,27

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

#### Indicadores financieros

El VAN financiero asciende a S/43.915,40soles siendo un resultado positivo, lo que demuestra la viabilidad del proyecto.

El TIR resultante asciende a 48% lo que indica que el proyecto tiene una rentabilidad suficiente para cubrir el WACC 20%.

Como se puede observar el B/C obtenido es de 1.76, lo que quiere decir que el negocio es viable.

**Tabla N°35 VANF**

<b>VANF</b>	S/. 43.915,40
<b>TIR</b>	48%
<b>B/C</b>	1,76

**Fuente:** Elaboración propia (2019)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(Orden alfabético)

(<http://biblioteca.zegelpae.edu.pe/wp-content/uploads/2018/05/Gu%C3%ADa-de-citas-y-referencias-APA-2018.pdf>)

Acevedo, C. A. (2012). Referencias estilo APA 6ta edición para feria científica. Recuperado el día 12 de enero de 2015, de <https://carmenamelia4.wordpress.com/2012/09/17/referencias-estilo-apa-6ta-edicion-para-feria-cientifica-9no-grado/>

Casassas Sánchez, R., Campos Sandoval, M. C. & Jaimovich Pérez, S. (2009). *Cuidados básicos del niño sano y del enfermo* (3a ed.). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile

Flores de Fernández, R. (1965). *Historia de la enfermería en Chile: síntesis de su evolución educacional*. Santiago, Chile: El Cid Editor.

Quintanilla, A. (2009). *Talleres de formación de usuarios: experiencia de la Universidad Peruana Cayetano Heredia* (Informe profesional para optar el título de Licenciada en Bibliotecología y Ciencias de la Información). Escuela Académico Profesional de Bibliotecología y Ciencias de la Información, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Vara Horna, A.A. (2015). *Los 7 pasos para elaborar una tesis*. Lima, Perú: Macro.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS DE PROYECTO ESCUELA PARA PADRES

Jaime Cok, (2019) Diario correo. *DRE inspecciona colegio Catalina Buendía por casos de violencia escolar* –Ica, Perú. Recuperado el día miércoles 27 de noviembre de 2019, de

<https://diariocorreo.pe/edicion/ica/dre-inspecciona-colegio-catalina-buendia-por-casos-de-violencia-escolar-909799/>

EAE busines School 2da escuela de negocios según el ranking MERCO 2019-españa. Recuperado el día 26 de enero de 2020, de

<https://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/psicologia-empresarial-concepto-y-aplicacion>

Indecopi

<https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/formatos-y-solicitudes>

Población distrital de la provincia de Ica

<https://rsica.gob.pe/download/30/poblacion/6557/poblacion-peru-2020-dpto-prov-dist.pdf>

Régimen especial del impuesto a la renta

<https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTAESP.html>

Obligaciones de la micro y pequeña empresa

<https://tuconsultalaboral.pe/blog/obligaciones-micro-pequena-empresa>

# **ANEXOS**





Anexo 1 de Declaración Jurada

FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS/MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS

Presentar: [ ] Fecha: [ ]  
 N° de expediente: [ ] N° de registro: [ ]

Estimado(a) Señor(a) Empresario(a): Sírvase llenar la siguiente información:

**I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN**

1. Denominación y Razón Social de la Empresa (especificar si es S.A., S.A.C., S.P.L. o E.P.R.L.) [ ]

2. Nombre Abreviado de la Empresa (si lo hubiera) [ ]

3. Dirección o domicilio Legal de la empresa  
 Av. J. Calle, Paredón, Prologación, Manzana N° o M, Lote y Urbanización [ ]

Distrito: [ ] Provincia: [ ] Departamento / Región: [ ]

4. Teléfono: [ ] 5. Celular: [ ] 6. Correo Electrónico: [ ]

**II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN**

7. Descripción de la Actividad Económica [ ]

**III. INFORMACIÓN DEL TITULAR O SOCIOS DE LA EMPRESA EN FORMACIÓN (si el titular fuera mujer, adjuntar una hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante)**

**1. Información del socio(a)**

Apellido/Paterno: [ ] Apellido/Materno: [ ] Nombres: [ ] DNI / CE: [ ] Fecha de nacimiento: [ ]

Sexo:  M  F  NI  NO  Nacionalidad: [ ] Estado Civil: [ ] Grado de Instrucción: [ ] Profesión / Ocupación: [ ] Total de aportes en efectivo (S/): [ ] Total de aportes en bienes (S/): [ ]

Dirección o domicilio: [ ] Cargo:  Gerente  Director  Socio-Gerente  Presidente del Directorio

Detalle de los bienes aportados (si el titular fuera mujer, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos):

Descripción	Monto	Modalidad	Base	Valor en S/

Información del cónyuge  
 Apellido/Paterno: [ ] Apellido/Materno: [ ] Nombres: [ ]

DNI / CE: [ ] Fecha de nacimiento: [ ] Sexo:  M  F  NI  NO  Nacionalidad: [ ] Profesión/Ocupación: [ ]

**2. Información del socio(a)**

Apellido/Paterno: [ ] Apellido/Materno: [ ] Nombres: [ ] DNI / CE: [ ] Fecha de nacimiento: [ ]

Sexo:  M  F  NI  NO  Nacionalidad: [ ] Estado Civil: [ ] Grado de Instrucción: [ ] Profesión / Ocupación: [ ] Total de aportes en efectivo (S/): [ ] Total de aportes en bienes (S/): [ ]

Dirección o domicilio: [ ] Cargo:  Gerente  Director  Socio-Gerente  Presidente del Directorio

Detalle de los bienes aportados (si el titular fuera mujer, adjuntar en hoja adicional como declaración jurada con firma del declarante y según los siguientes datos):

Descripción	Monto	Modalidad	Base	Valor en S/

Información del cónyuge  
 Apellido/Paterno: [ ] Apellido/Materno: [ ] Nombres: [ ]

DNI / CE: [ ] Fecha de nacimiento: [ ] Sexo:  M  F  NI  NO  Nacionalidad: [ ] Profesión/Ocupación: [ ]



## ANEXO 1: FORMULARIO

**SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA**

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, \_\_\_\_\_ identificado con:

DNI<sup>1</sup>  CIP  CE  OTROS \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_en mi calidad de (titular  socio  abogado  notario  representante ) domiciliado en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, Provincia de \_\_\_\_\_, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución Modificación de Estatuto Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.<sup>1</sup>

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

- S.A.     ASOCIACIÓN     S.R.L.     COMITÉ     S. CIVIL  
 S.A.C.     E.I.R.L.     COOPERATIVA     OSB

 OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) \_\_\_\_\_

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Lima, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

Firma del Solicitante

<sup>1</sup> También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe), servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

## DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

### 1. DATOS DEL SOLICITANTE

solicitante llenar el anexo A

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1

por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> <b>PERSONA NATURAL</b>		<input type="checkbox"/> <b>PERSONA JURÍDICA</b>	
		<b>Tipo de empresa (*)</b> (marque de corresponder): M <input type="checkbox"/> o P <input type="checkbox"/> eña M <input type="checkbox"/> iana C <input type="checkbox"/> a: _____	
<b>Nombre o Denominación / Razón Social</b> (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
<b>Nacionalidad / País de Constitución:</b>		<b>Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda):</b> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
		Persona Natural: DNI C.E. PASAPORTE / Persona Jurídicas RUC	
<b>Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):</b>			
<b>Domicilio para envío de notificaciones en el Perú</b>			
<b>Dirección:</b>			
<b>Distrito:</b> <b>Referencias de domicilio:</b>	<b>Provincia:</b>	<b>Departamento:</b>	
<b>En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en <a href="http://www.indecopi.gob.pe">www.indecopi.gob.pe</a>)</b> De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.			<b>Número de teléfono fijo y/o celular</b>

### 2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

 **Se adjunta documentación que acredita representación.**
 **Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°:**

(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)

 **Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° \_\_\_\_\_ Asiento N° \_\_\_\_\_**

**3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante \_\_\_\_\_ Fecha de pago \_\_\_\_\_

**4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):** Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (**Llenar ANEXO C**)**5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(\*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T

**6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR**

<b>6.1. Tipo de Marca:</b> <input type="checkbox"/> <b>Denominativa</b> (compuesto sólo por palabras y/o números) <input type="checkbox"/> <b>Denominativa con grafía</b> (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) <input type="checkbox"/> <b>Mixta</b> (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> <b>Tridimensional</b> (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> <b>Figurativa</b> (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> <b>Otros:</b> _____	<b>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</b>	<b>6.3. Reproducción del Signo</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar <b>copia fiel del mismo logotipo</b> al correo: <a href="mailto:logos-dsd@indecopi.gob.pe">logos-dsd@indecopi.gob.pe</a> (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)          Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p> </div>
---	--	--

**6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:** SI  NO   
 (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparezca en la reproducción adjuntada)

**6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS** (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios solicitados y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)

Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO

**7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO**

<b>Firma</b> (conforme aparece en su documento de identidad)	<b>Nombre y/o calidad del firmante</b>

**IMPORTANTE:** Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

**EXAMEN DE FORMA:** Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.

Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

**PLAZO DEL PROCEDIMIENTO:** 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.