



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS IPAE  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**CENTRO DE ORIENTACIÓN PSICOLÓGICA “MENS SANA”**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Administración de  
Negocios**

**ESQUEN CASTRO LESLY  
(0000-0002-2026-7680)**

**JHONSON BENDEZU SHIRLEY NIKOLE  
(0000-0002-1936-0829)**

**SAENZ PATIÑO CAROLAY ANDREA  
(0000-0002-5076-5875)**

**Ica – Perú  
2021**

**Dedicatoria**

*A Nuestros padres*

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>CAPÍTULO I. PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL</b>	
Formulación de la idea de negocio	14
Descripción de la empresa	19
<i>Datos de la empresa</i>	19
Direccionamiento estratégico	20
<i>Visión</i>	20
<i>Misión</i>	20
<i>Valores</i>	20
<i>Objetivos</i>	21
Matriz FODA – FODA Cruzado	23
<b>CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO</b>	
Análisis del macroentorno	28
<i>Factores Económicos</i>	28
<i>Factores Socioeconómicos</i>	30
<i>Factores Políticos y Legales</i>	33
<i>Factores Tecnológicos</i>	34
<i>Factores Ambientales</i>	36
<i>Análisis Pestel</i>	38
Análisis del microentorno	39
<i>Perfil de los Clientes o consumidores</i>	39
<i>Perfil de Competidores</i>	40
<i>Perfil de Proveedores</i>	41
<i>Análisis de las 5 Fuerzas de Porter</i>	43
<b>CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO</b>	
Estudio del mercado	45
<i>Perfil del cliente objetivo</i>	45
<i>Segmentación del mercado objetivo</i>	45
<i>Análisis de la demanda</i>	45

**CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING**

Producto	64
Precio	66
Plaza	66
Promoción	68
Persona	69
Marketing Mix	71
<i>Programa de acciones tácticas</i>	71
<i>Programa y pronóstico de ventas</i>	72

**CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES**

Objetivos operacionales	74
Descripción de proceso operacional	74
<i>Diagrama de flujo</i>	74
Especificaciones y requerimientos	77
Plan de calidad	78
Plan de seguridad	80

**CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Estructura de la organización	83
Plan de Gestión del Talento	84
<i>Principales funciones que se requieren en el negocio</i>	85
<i>Políticas y estrategias para la administración del talento</i>	87
<i>La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones</i>	89
<i>Aspectos legales, tributarios y societarios</i>	89

**CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO**

Plan de inversiones	94
<i>Inversión fija tangible</i>	94
<i>Inversión fija intangible</i>	95
<i>Capital de trabajo</i>	95
<i>Estructura de la inversión</i>	97
<i>Estructura inversión</i>	97
<i>Servicio de la deuda</i>	98
<i>Préstamo y resumen</i>	98
<i>Cronograma</i>	99
Análisis de costos: determinar los costos del producto y/o servicio	100
Análisis financiero	101
<i>Estado de situación financiera de apertura</i>	101
<i>Estado de resultados</i>	102

<i>Punto de equilibrio</i>	104
<i>Ratios / Indicadores financieros</i>	105
Plan financiero	107
<i>Presupuesto Operativo</i>	107
<i>Presupuesto Financiero</i>	109
Evaluación financiera	111
<i>Flujo de caja proyectado</i>	111
<i>Análisis de sensibilidad</i>	112
<b>CONCLUSIONES</b>	113
<b>RECOMENDACIONES</b>	114
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	115
<b>ANEXOS</b>	117

## ÍNDICE DE TABLAS

• Tabla N° 1. Lienzo Canvas	16
• Tabla N° 2. Datos de la Empresa	19
• Tabla N° 3. Matriz Foda Cruzado	23
• Tabla N°4. Cantidad de Defunciones	32
• Tabla N°5. Impacto de las variables Tecnológicos	35
• Tabla N°6. Análisis Pestel	38
• Tabla N°7. Perfil del Cliente	39
• Tabla N°8. Perfil de Competidores	40
• Tabla N°9. Psicólogos particulares	41
• Tabla N°10. Proveedores de Aplicación web o Tecnología	41
• Tabla N°11. Proveedores de Materiales de Yoga	42
• Tabla N°12. Proveedores de Mobiliario	43
• Tabla N°13. Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco	47
• Tabla N°14. Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco -hogares	47
• Tabla N°15. Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco NSE	47
• Tabla N°16. Estimación de Crecimiento de la demanda potencial	48
• Tabla N°17. Perfil de Competidores	49
• Tabla N°18. Psicólogos de la ciudad	51
• Tabla N°19. Determinación de tamaño de muestra	52
• Tabla N°20 Encuesta	53
• Tabla N°21 Resultados de la encuesta	54
• Tabla N°22 Resultados de la encuesta	55
• Tabla N°23 Resultados de la encuesta	56
• Tabla N°24 Resultados de la encuesta	57
• Tabla N°25 Resultados de la encuesta	58
• Tabla N°26 Resultados de la encuesta	59
• Tabla N°27 Resultados de la encuesta	60
• Tabla N°28 Resultados de la encuesta	61
• Tabla N°29 Resultados de la encuesta	62
• Tabla N°30 Resultados de la encuesta	63
• Tabla N°31 Matriz de preferencia de ubicación	66
• Tabla N°32 Proyección de ventas en unidades	72

• Tabla N°33 Requerimiento de personal	77
• Tabla N°34 Requerimiento de maquinarias y equipos	77
• Tabla N°35 Requerimiento de muebles	78
• Tabla N°36 Función al Servicio	78
• Tabla N°37 La Planilla de la Empresa o presupuesto de remuneración	88
• Tabla N°38 Régimen tributario	93
• Tabla N°39 Inversión fija tangible	94
• Tabla N°40 Inversión fija intangible	95
• Tabla N°41 Capital de Trabajo	96
• Tabla N°42 Estructura de la inversión	97
• Tabla N°43 Estructura inversión	97
• Tabla N°44 Estructura inversión	98
• Tabla N°45 Resumen Anual de la deuda	100
• Tabla N°46 Determinar los costos de producto y /o servicio	101
• Tabla N°47 Estado de situación financiera de apertura	102
• Tabla N°48 Estado de Resultados	102
• Tabla N°49 Punto de Equilibrio	104
• Tabla N°50 Presupuesto Operativo	107
• Tabla N°51 Presupuesto Financiero	109
• Tabla N°52 Flujo de caja proyectado	111

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura N° 1. Resultado de Encuesta	.. 54
Figura N° 2 Resultado de Encuesta.	55
Figura N° 3 Resultado de Encuesta	56
Figura N° 4 Resultado de Encuesta	57
Figura N° 5 Resultado de Encuesta	58
Figura N° 6 Resultado de Encuesta	59
Figura N° 7 Resultado de Encuesta	60
Figura N° 8 Resultado de Encuesta	61
Figura N° 9 Resultado de Encuesta	62
Figura N° 10 Resultado de Encuesta	63
Figura N° 11 Flujograma de contacto	74
Figura N° 12 Flujograma de Atención	76
Figura N° 13 Organización de la Empresa	83

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad estamos presentando distintas consecuencias originadas por la pandemia y el Covid – 19, una de ellas, los efectos que ha tenido el aislamiento en las personas, y los cambios en el comportamiento, en la conducta y sobre todo en nuestro estado de ánimo, en algunos casos se han presentado casos resaltantes de ansiedad, depresión, o trastornos alimenticios etc., por ello, nos hemos enfocado en los adolescentes, los cuales, en sí, pasan por un proceso o una edad complicada con cambios de ánimo, cambios en el carácter y con ello, los efectos que ha causado el aislamiento, provocando que muchos de ellos se vean perjudicados, en la relación con sus padres, sus estudios, relación con los amigos, etc. Mens Sana, tiene por finalidad ayudar a los padres y jóvenes, a resolver este tipo de conflictos, a través de terapias psicológicas y actividades físicas y de meditación, que les permita fortalecer lazos y mejorar su autoestima y comportamiento, de esa forma podemos ayudar a la sociedad a generar adultos psicológicamente estables. Nuestro proyecto se desarrolla en la Ciudad de Pisco, con los alumnos de los colegios particulares, los cuales, según el estudio que hemos podido realizar, son los que presentan dichos diagnósticos y a los cuales se les puede invitar a participar de una sesión informativa en la cual puedan conocer nuestro taller y en qué forma los puede ayudar a mejorar, a manera empresarial, podemos decir que en función al estudio, este proyecto presenta viabilidad debido a que nos arroja un VAN de S/.485,044.81 y un TIR de 72.18%

## INTRODUCCIÓN

Dentro del Contexto situacional actual, podemos definir que existen en el mercado muchos problemas coyunturales derivados de la Pandemia y del Covid-19, El cual ha generado no solo el impacto físico, con secuelas presentes debido a la enfermedad, sino también el factor emocional, y la repercusión psicológica que este escenario ha generado en nosotros, es por ello que en el presente proyecto presentamos un estudio dedicado a esta coyuntura y la solución identificada a través de un servicio.

Nuestra propuesta de valor va direccionada a poder ser instrumento de ayuda a las familias de la ciudad, a mejorar su situación sentimental y a través de las terapias y actividades asignadas, podamos ofrecerle reducción de estrés, mejora en la conducta o comportamiento, mejora en su situación sentimental, nuestra idea principal es poder ofrecerles un respiro en medio toda la situación de crisis que se vivió a través de la pandemia generada por la covid – 19.

Es por ello que dentro del primer capítulo podemos establecer e identificar la necesidad latente a consecuencia de la cuarentena establecida por el Covid – 19, y por ello en el segundo capítulo identificamos y estudiamos el entorno a dicho servicio para así poder evaluar el impacto que podrían tener sobre el proyecto, de la misma forma en el tercer capítulo, ahondamos un poco más en el mercado, estableciendo criterios específicos de estudio que nos permitan conocer la preferencia y posible demanda de la población de la ciudad de Pisco.

En el cuarto capítulo encontraremos el análisis y descripción de nuestro valor agregado y el plan de marketing que requiere dicho proyecto, así como el plan de operaciones que podremos visualizar en el capítulo cinco, donde presentamos de manera detallada la forma de entrega del servicio, y los planes de calidad y seguridad para establecer los mejores criterios para el proyecto, así mimos en el capítulo seis presentamos la formalización de la empresa, el régimen y modelo tributario a seguir para poder ofrecer un adecuado lugar para

desarrollas labores.

Como parte final, en el capítulo siete, analizamos la viabilidad financiera del proyecto, la cual nos ha dado como resultado una rentabilidad significativa y motivadora que nos ha permitido evaluar y analizar la decisión sobre la puesta en marcha del mismo, pudiendo establecernos lineamientos específicos sobre cantidad de atenciones y servicios orientados a captar mayor cantidad de clientes sin dejar de lado la calidad y satisfacción del cliente, la cual será nuestra carta de presentación.

## CAPÍTULO I

### PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

#### **Formulación de la idea de negocio**

La idea de negocio Mens Sana , está orientada a ayudar a los padres de familia, de niños en edad escolar, a superar la transición que ha significado, pasar del proceso educativo presencial al virtual, ya que esto ha surgido como efecto de la pandemia generada desde marzo del 2019, en la actualidad, sabemos que unas de las consecuencias de esta pandemia derivada de la Covid – 19 ha sido la repercusión psicológica, generada por el estrés, la ansiedad, la depresión etc., no solo por el efecto educativo, sino por la pérdida física de algún familiar víctima del virus.

Por otro lado, la orientación psicológica, una práctica terapéutica que todo ser humano es susceptible a su campo de acción. Es por ello que debe complementarse al trabajo educativo sin sustituirlo, aunque ambos tengan el mismo objetivo que es preparar al hombre (Yaser Ramírez Benítez, 2007)

Con esta idea de negocio buscamos generar la asistencia psicológica que permitirá el análisis de problemas o dificultades que se han presentado a raíz de la pandemia generada por el Covid – 19, y que son consecuencia en muchos casos de la pérdida de familiares, del sentimiento de orfandad, del agotamiento debido a las distintas actividades generadas por la virtualización escolar y que en consecuencia, se presentan cuadros resaltantes de ansiedad, depresión, hiperactividad, etc., que en la mayoría de casos, no han sido tratados.

Esto debido a que los hospitales le dieron prioridad a los pacientes víctimas del Covid – 19, y los servicios de psicología no se encuentran atendiendo de modo presencial, desde Enero del 2020 se inició la atención a través de las citas virtuales en el servicio de psicología; y se ha venido atendiendo a través de la Red del Minsa y de Es salud a un número bastante considerable, al punto de que las citas en dicho servicio se encuentran copadas, es por ello

por lo que encontramos una alta población con deficiencia en la atención psicológica, ya que aún de manera particular, este podría ser limitado en algunos casos, y de costo elevado en otros casos.

Este proyecto busca brindar una solución al padre de familia, que se encuentra saturado con las actividades del día a día, y las actividades ligadas a la escuela de sus hijos. Por ello, la orientación psicológica tiene la intención de poder aportar al paciente un análisis y explicación de su problema, con el objetivo de mostrar vías para su posible recuperación y acompañamiento en las terapias de ambos (padres e hijos).

Nuestro proyecto pretende brindar apoyo psicológico a las familias pisqueñas para mejorar la convivencia durante y posterior al aislamiento, así mismo a través de estas orientaciones, ayudarlos a afrontar el estrés que significa la virtualidad en la educación, fomentando y desarrollando actividades físicas y terapéuticas que les permitan mejorar de manera emocional y mental, tanto a los padres como a los niños en edades de 6 a 12 años.

Por tanto, nuestro valor agregado va enfocado en la mejora psicológica y emocional que queremos ofrecerles a las familias de la ciudad de Pisco, a través de las actividades, sesiones o terapias, las cuales incluirán sesiones de yoga al aire libre, que nos permitirá garantizar un mejor cumplimiento y seguimiento en el proceso de mejora de nuestros pacientes afectados por la virtualización y el covid -19.

**Tabla N° 1**  
*Lienzo Canvas*

<u>SOCIOS CLAVES</u>	<u>ACTIVIDADES CLAVE</u>	<u>PROPUESTA DE VALOR</u>	<u>RELACION CON EL CLIENTE</u>	<u>SEGMENTO CLIENTES</u>
-Colegios Particulares de la ciudad de Pisco -Asociaciones de Padres de Familia -Estudiantes de psicología	-Terapias de liberación	Asesoría, orientación y acompañamiento psicológico, enfocado en los padecimientos resultantes de la virtualización y el covid – 19	Relación de confianza	*Padres de familia que tienen hijos de 6 a 12 años en colegios particulares en la ciudad de Pisco. *NSE: A, B y C
	-Actividades recreativas -yoga		Interiorización de sentimientos, retroalimentación, vinculación y conexión personal psicóloga - paciente.	
	-Actividades de Relajación			
	-Terapia de Color			
	<u>RECURSOS CLAVE</u>		<u>CANALES</u>	
	capital humano			
	recursos tecnológicos como aplicaciones móviles		Directo: virtual, presencial,	
	Recursos financieros			
<u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u>		<u>FUENTE DE INGRESOS</u>		
Costos fijos: planilla de remuneraciones, servicios del local, costo de alquiler		Pago por paquetes y asesorías Pago en efectivo y POS		
Costos variables: horas extras		Pago por actividades terapéuticas Libres Pago por transferencia y por aplicativo yape o plin		

### *PROPUESTA VALOR*

Nuestro proyecto está orientado a ayudar a las personas y a solucionar el problema que los aqueja, dada la situación que estamos afrontando (COVID19) y que está teniendo consecuencias en la vida personal, familiar y laboral, debemos mencionar que el centro de orientación psicológica se enfocará el mayor tiempo, dedicando la atención única y exclusivamente al paciente en consulta, por el cual este se sentirá valorado demostrando así interés de apoyarlo, dando solución a su problema y estando dispuesto a pagar el precio de la consulta.

### *SEGMENTO DEL CLIENTE*

El público objetivo de MENS SANA está dirigido a distintos segmentos de mercado NSE: A, B Y C.

Padres de familia que tienen hijos de 6 a 12 años en colegios particulares en la ciudad de Pisco, que están afrontando un cuadro de salud mental dada la situación (COVID19), por el cual se requiere una atención inmediata.

### *CANALES*

Nos daremos a conocer a través del canal directo

**VIRTUAL** Nuestra propuesta se dará a conocer por página web y redes sociales, para darnos a conocer con la finalidad de captar pacientes.

**PRESENCIAL** Nuestro local estará ubicado en el centro de la ciudad de Pisco, además nos daremos a conocer mediante afiches, volantes y visitas a los centros educativos en la ciudad de Pisco.

### *RELACION CON CLIENTE*

Los tipos de relaciones con los clientes son:

**Relación de confianza:** Nuestros especialistas brindarán absoluta discreción y confianza a nuestros pacientes para que así ellos se sientan a gusto en el centro psicológico.

Vinculación y conexión: Sera de carácter personal y directo de psicólogo y paciente.

#### *FUENTES DE INGRESO:*

Pago por paquetes y asesorías: El monto es fijo, independiente al número de secciones que requiera el paciente.

Pago en efectivo o POS: El medio de pago es al contado, siendo dinero en efectivo, tarjetas de crédito o débito, etc.

Pago por pago actividades terapéuticas libre: al término de esta consulta el paciente debe cancelar por la misma, es decir, no existen pago a largo plazo

Pago por transferencia o por aplicativos yape o plin.

#### *RECURSOS CLAVES*

**CAPITAL HUMANO:** Nuestros profesionales son un recurso clave, como son nuestros psicológicos el cual cuentan con especialización en la materia y con amplia experiencia.

Nuestro objeto es poder brindar un servicio de salud apropiado frente a la situación que estamos afrontando, el cual logre ayudar al paciente

**RECURSOS TECNOLOGICOS:** Esto nos brindaran una mayor facilidad el cual nos permitirá un fácil acceso para la mayor interacción con el cliente

**RECURSOS FINANCIEROS:** Contaremos con directo en efectivo, y acciones de nuestros socios, el cual será un recurso disponible para la empresa.

#### *ACTIVIDADES CLAVES*

Las terapias será una actividad clave para el proceso del paciente, es decir ayudarlos a salir por el cuadro que están atravesando. Sera nuestra actividad que requiera de mayor tiempo, dado que su resultado permita que el paciente se sienta a gusto, y nos recomiende a otras personas.

#### *SOCIOS CLAVES*

Estableceremos alianzas con colegios particulares de la ciudad de Pisco, con la finalidad que

sean fuentes de derivación de pacientes que requieran de terapia psicológica.

Además, contaremos con profesionales de alta experiencia, el cual será la clave del éxito de nuestro centro orientación psicológica. Nuestro objetivo es establecer una relación de paciente - psicólogo.

### *ESTRUCTURA DE COSTO*

Nuestro proyectó será estructurado de la siguiente manera:

**COSTO FIJO:** En estos costos lo clasificaremos por aquellos que son:

El más relevante de este pago mensual de la oficina, el gasto común como son los servicios básicos.

Lo mencionado se documentará a través de contratos con los proveedores, y dueño del local.

**COSTO VARIABLE:** Este costo tiene relación directa con las cantidades de pacientes y consultas que se obtengan durante el día. Por otro lado, los honorarios correspondientes a los profesionales de las terapias, por otro lado, también son los honorarios profesionales correspondientes a los especialistas.

### **Descripción de la empresa**

#### *Datos de la empresa*

#### **Tabla N° 2**

#### *Datos de La empresa*

Razón Social:	En proceso
RUC	<b>En proceso</b>
Dirección	<b>Calle Callao 123 – Pisco</b>
Teléfono	<b>056-151515</b>
Nombre Comercial	<b>Mens Sana - Orientación Psicológica</b>
Régimen Societario	<b>S.A.C</b>

Nuestro proyecto, estará ubicado en la Calle Callao 123 – Pisco. Ya que es un lugar céntrico y a su vez muy concurrido, para que nuestros pacientes tengo mayor acceso a información. Aprovecharemos la ubicación como un recurso de marketing para poder posicionarnos rápidamente, cabe mencionar que el local permite desembocar con ciertos parques que nos servirán de apoyo en los talleres.

## **Direccionamiento estratégico**

### ***Visión***

Ser para el 2025 la empresa de orientación psicológica, líder en la región Ica, reconocida por su calidad en la atención y la evolución significativa en la mejora de sus pacientes, con la finalidad de lograr la mejora de calidad de vida de la población de Pisco

### ***Misión***

Somos una empresa orientada a ofrecer Salud mental y acompañamiento psicológico, brindando bienestar a las familias con niños en edad escolar, con la finalidad de reducir los niveles de ansiedad y depresión en la población de la ciudad de Pisco.

### ***Valores***

- Compromiso - En Mens Sana estamos comprometidos contigo. Nos hacemos responsable de tu salud, bienestar, te orientamos en todo momento para que consigas tus propósitos y metas.
- Respeto – En Mens Sana la responsabilidad está ligada al compromiso. Toda responsabilidad está estrechamente unida a la obligación y al deber. La obligación es la forma. El deber es la sustancia. La responsabilidad garantiza el cumplimiento de los compromisos adquiridos y genera confianza y tranquilidad entre nuestros pacientes.
- Confiabilidad - Tu seguridad, tranquilidad es muy importante para nosotros, es por ello que Mens Sana cumple rigurosamente con la protección de datos de carácter

personal.

- Vocación de servicio - En Mens Sana tendremos un excelente asesoramiento parte de nuestros profesionales capacitados en psicología, sintiéndonos el entusiasmo de poder ayudar a mejorar mentalmente, emocionalmente a las personas.
- Perseverancia - Mens Sana tendrá la constancia, permanencia y seguimiento de cada uno de nuestros pacientes para lograr el éxito.

### ***Objetivos***

- Brindar atención personalizada enfocada en el diagnóstico de cada paciente, logrando un avance progresivo del 20 al 50 % en el bienestar del paciente dentro de los 2 primeros meses de atención.
- Contar con una plataforma eficiente que nos permita una comunicación fluida con el 90 % de los pacientes que contratan en el servicio dentro del primero año.
- Incrementar la atención presencial en un 70% dentro del primer año de atención.
- Centrar la atención en la mejora de los estudiantes de los centros educativos con la finalidad de promover la práctica de conductas positivas, logrando la mejora emocional del 50 % de pacientes durante el primer mes de actividades.
- Lograr la vinculación con el 80% de Colegios particulares de la ciudad de Pisco para el 2022, logrando incrementar nuestra cartera de clientes.

## Matriz FODA – FODA Cruzado

**Tabla Nro. 3**

Matriz FODA cruzado

<p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p>	<p style="text-align: center;">Estrategias FO</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias FA</p>
<p><b>F1</b> Profesionales capacitados  <b>F2</b> Orientación a la vocación de servicio y atención a los pacientes  <b>F3</b> Desarrollar actividades en ambientes naturales  <b>F4</b> Local amplio y de fácil acceso a espacios abiertos  <b>F5</b> Aplicación y cumplimiento de los Protocolos de seguridad</p>	<p><b>F4 – O2:</b> Implementar un plan de marketing que permita dar a conocer nuestras instalaciones y servicios  <b>F1 – O4:</b> Realizar alianzas con instituciones particulares, para ganar mayor confianza de nuestros clientes.  <b>F3 – O3:</b> Desarrollar talleres de relajación para ayudar a nuestros pacientes en reducir la sensibilidad por pérdidas fuertes.  <b>F2 – O1:</b> Innovar en las actividades de terapias, para reducir los niveles de estrés en niños y jóvenes.</p>	<p><b>F1 – A2:</b> Diseñar un programa de publicidad que estimule a nuestros posibles clientes  <b>F2 – A1:</b> Realizar campañas para captar posibles clientes que han perdido a sus familiares a causa del rebrote por el COVID – 19  <b>F1 – A3:</b> Asegurar la suscripción de convenios y alianzas, en exclusividad, para limitar el margen de maniobra que pudieran tener los potenciales competidores en caso intenten replicar el modelo de negocio.  <b>F4 – A4:</b> Elaborar un plan de acción en caso de emergencias o desastres naturales, capacitar permanentemente al equipo de colaboradores.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p>	<p style="text-align: center;">Estrategias DO</p>	<p style="text-align: center;">Estrategia DA</p>
<p><b>D1</b> Empresa nueva en el mercado. <b>D2</b> Presupuesto Limitado.  <b>D3</b> Dependencia de los nexos con los colegios de la ciudad de Pisco  <b>D4</b> Falta de áreas Extensas de uso propio</p>	<p><b>D1 - O1:</b> Aprovechar positivamente la falta de experiencias previas para posicionarnos con referentes en el rubro y establecer los estándares de calidad del servicio para limitar el ingreso de competidores.  <b>D4 – O2:</b> Uso de áreas Publicas respetando el medio ambiente y la normativa vigente  <b>D2 – O4:</b> Fomentar el desarrollo del control emocional en los colegios  <b>D3 – O2</b> Capacitar constantemente al área de ventas en nuevas estrategias que permitan captar nuevos clientes</p>	<p><b>D1 – A1:</b> Al ser nuevos en el mercado, se pueden implementar procedimientos y estrategias novedosas de bioseguridad.  <b>D1 – A3:</b> Desarrollar sinergias con proveedores y fomentar la participación de colegios aliados para potenciar la fidelización de nuestros pacientes.  <b>D3 – A3</b> Contar con capacitaciones a nuestro personal sobre protocolos de atención y servicio, con la finalidad de fomentar la satisfacción en el cliente, generando la fidelización ante la posibilidad de nuevos centros de orientación. Y de esta forma no perder a los clientes ya captados en las instituciones educativas de la ciudad de Pisco.</p>

### ***Fortalezas***

**F1 Profesionales capacitados** El centro de orientación Mens Sana contara con psicólogos profesionales capacitados en trastornos de la personalidad y con experiencia de trabajo en niños y adultos, con la finalidad de brindar la mejor atención al paciente

**F2 Orientación a la vocación de servicio y atención a los pacientes** Principalmente destacamos la vocación de servicio de nuestra cartera de profesionales al servicio de los pacientes, ya que ellos deben estar preparados para afrontar diferentes tipos de situaciones y lidiar con el estrés consecuente. Y así poder brindar un excelente trato a un público doliente.

**F3 Desarrollar actividades en ambientes naturales** En la actualidad las actividades al aire libre, se consideran un instrumento clave ya que mejoran el progreso realizado en interiores. Es por ello que en Mens Sana contaremos con terapias al aire libre con la finalidad de mejorar sus procesos de recuperación ya que reducen el estrés y generan un sentido de propósito.

**F4 Local amplio y de fácil acceso a espacios abiertos** El centro de orientación Mens Sana estará ubicado en una zona céntrica de la Ciudad de Pisco, el cual se encuentra muy cerca de espacios abiertos como parques y la playa.

### ***Debilidades***

**D1 Empresa nueva en el mercado.** Al ser una nuevos contaremos con poco conocimiento de los habitantes de la provincia de Pisco sobre los servicios que brindaremos en el Centro de Orientación Psicológica.

**D2 Presupuesto Limitado.** Debido a la inversión que se ira a realizar para dar inicio al Centro de orientación Psicológica Mens Sana. En los 6 primeros meses de iniciadas las atenciones contaremos con un bajo presupuesto para el funcionamiento administrativo.

**D3 Dependencia de los nexos con los colegios de la ciudad de Pisco** Al ser un nuevo centro de orientación psicológica tenemos presente que en la Provincia de Pisco nuestro

principal mercado objetivo será los colegios de la ciudad de Pisco, donde pretendemos obtener un buen número porcentual de nuestros clientes y consumidores.

**D4 Temor al psicólogo.** En la actualidad los ciudadanos presentan cierto temor a una ayuda psicológica ya que muchos niegan necesitar la ayuda poniendo obstáculos que dificultan iniciar un tratamiento psicológico.

### *Oportunidades*

**O1 Alto grado de estrés generado por las clases virtuales.** Debido a la pandemia por COVID – 19 se llevó a cabo la virtualización de las clases escolares y universitarias generando una tasa del 60.3% de jóvenes y niños estresados con las clases virtuales.

**O2 Falta de centros especializados en la ciudad de pisco.** Tenemos en cuenta que el Centro Psicológico Mens Sana, será el primero en iniciar actividades en la provincia de Pisco el cual nos permitirá una mayor ventaja.

**O3 Alta sensibilidad por pérdidas personales** En la actualidad la pandemia por COVID – 19 ha generado una tasa de defunciones mayores a años anteriores generando sensibilidad por la pérdida de familiares cercanos y los ciudadanos necesitan orientación psicológica para poder superar este cuadro traumático.

**O4 Captación de nuevos clientes adicionales a los colegios** En el Centro Psicológico Mens Sana estamos direccionados a que nuestro principal público objetivo estar en los estudiantes de colegios estresados por las clases virtuales.

### *Amenazas*

**A1 Rebrote pandemia por el COVID-19.** Tenemos en cuenta la coyuntura actual y nos vemos amenazados por el rebrote de contagios ocasionados por COVID – 19 el cual tare como consecuencia la baja de la Economía en las familias de la Provincia de Pisco.

**A2 Rechazo de la sociedad al psicólogo** En la actualidad la población cuenta con una idea equivocada acerca de lo que se hace en la consulta del Psicólogo generando así un rechazo a

los profesionales de la salud mental.

**A3 Servicio fácil de imitar por la competencia** Sabemos que, al haber distintos profesionales en el área de psicología capacitados en la Ciudad de Pisco, será de fácil imitación por nuestros competidores (psicólogos de la ciudad de Pisco)

**A4 Desastres naturales** Tanto Mens sana como los diferentes negocios locales se encuentran amenazados por algún desastre natural principalmente terremotos. Ya que ellos generan desestabilidad económica y destrucción de bienes materiales y pérdidas familiares.

#### ***Estrategia DA***

D1 – A1: Al ser nuevos en el mercado, se pueden implementar procedimientos y estrategias novedosas de bioseguridad.

D1 – A3: Desarrollar sinergias con proveedores y fomentar la participación de colegios aliados para potenciar la fidelización de nuestros pacientes.

D3 – A3: Contar con capacitaciones a nuestro personal sobre protocolos de atención y servicio, con la finalidad de fomentar la satisfacción en el cliente, generando la fidelización ante la posibilidad de nuevos centros de orientación. Y de esta forma no perder a los clientes ya captados en las instituciones educativas de la ciudad de Pisco.

#### ***Estrategia DO***

D1 - O1: Aprovechar positivamente la falta de experiencias previas para posicionarnos con referentes en el rubro y establecer los estándares de calidad del servicio para limitar el ingreso de competidores.

D4 – O3: Desarrollar un programa de charla emotiva que fomente el consumo de nuestros servicios.

D2 – O4: Fomentar el desarrollo del control emocional en los colegios, para poder monetizar el proceso y las actividades que se generen con ellas. Su formación no demanda mayor presupuesto.

D3 – O2: Capacitar constantemente al área de ventas en nuevas estrategias que permitan captar nuevos clientes, aprovechando la falta de competencia, el cual nos permita no depender al 100% de los nexos con colegios de la ciudad de Pisco.

### ***Estrategia FA***

F1 – A2: Diseñar un programa de publicidad que estimule a nuestros posibles clientes, con la finalidad de que el paciente acepte la ayuda psicológica y que además evidencie la calidad de servicio que le pueden llegar a brindar los profesionales de Mens Sana.

F2 – A1: Realizar campañas para captar posibles clientes que han perdido a sus familiares a causa del rebrote por el COVID – 19, ya que contamos con profesionales capacitados y con alta vocación de servicio.

F1 – A3: Asegurar la suscripción de convenios y alianzas, en exclusividad, para limitar el margen de maniobra que pudieran tener los potenciales competidores en caso intenten replicar el modelo de negocio.

F4 – A4: Elaborar un plan de acción en caso de emergencias o desastres naturales, capacitar permanentemente al equipo de colaboradores

### ***Estrategia FO***

F4 – O2: Implementar un plan de marketing que permita dar a conocer nuestras instalaciones y servicios y nos posicione como principal referente dentro del segmento de mercado al cual nos dirigimos.

F1 – O4: Realizar alianzas con instituciones particulares, para ganar mayor confianza de nuestros clientes.

F3 – O3: Desarrollar talleres de relajación para ayudar a nuestros pacientes en reducir la sensibilidad por pérdidas fuertes.

F2 – O1: Innovar en las actividades de terapias, para reducir los niveles de estrés en niños y jóvenes.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### **Análisis del macroentorno**

##### ***Factores Económicos***

Las perspectivas sobre el desempeño económico de la región Ica para los últimos meses de este año son favorables y se basa en el desarrollo de la actividad agraria, uno de los puntales de su producción.

“Lo que viene para el último trimestre en Ica es la etapa de gran cosecha que, como todos los años, entre octubre del 2020 y enero 2021, genera una gran demanda en el mercado laboral”, afirma el director ejecutivo de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica, Luis Vila Gonzáles. (Andina, agosto 2020)<sup>1</sup>

Todo lo que se coseche se destinará a las exportaciones. Anteriormente, el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) informó que, si bien esta actividad fue afectada por la pandemia del coronavirus en el segundo trimestre del año 2020, entre el 60% y el 65% de sus envíos se efectúan estacionalmente en el segundo semestre. Vila considera que este período de cosecha tendrá un efecto multiplicador en otros sectores de la economía regional, lo cual dinamizará la reactivación económica de Ica. (Andina, agosto 2020)

“Favorecerá el restablecimiento de nuestra economía, lo cual también pasa necesariamente por la reducción en las tasas de contagio del coronavirus en la población”, declaró al Diario Oficial El Peruano. Las principales actividades económicas de Ica son la agricultura, la minería y la pesquería, que se mantienen dinámicas por lo que su *aporte* al producto bruto interno (PBI) regional sigue positivo. (Andina, agosto 2020)

Sin embargo, los rubros de turismo, comercio y servicios aún están paralizados, con la consecuente pérdida de un importante número de empleos. Una de las principales

---

<sup>1</sup> <https://agraria.pe/noticias/actividad-agricola-impulsara-reactivacion-economica-de-ica-22331>

características de Ica hasta el año pasado era su situación de casi pleno empleo favorecida por la agricultura y la minería. (Andina, agosto 2020)<sup>2</sup>

Comentó que para el caso de Ica se planteará priorizar el desarrollo de proyectos del sector Salud, infraestructura básica y educación.

“Proponemos que para reactivar la economía se implemente un shock de inversiones destinado a disminuir las brechas en las áreas que se necesitan para combatir la pandemia, como son salud, agua y saneamiento, además de educación”, refiere el director ejecutivo de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica.

Por ello, considera fundamental la ejecución de nuevos proyectos para recuperar, en la medida de lo posible, los puestos de trabajo perdidos en el segundo y tercer trimestre del año. Para Ica se planteará la construcción de postas médicas, la mejora de la infraestructura de los hospitales, se terminen de concluir las obras de agua y desagüe, además de declarar prioritaria la ejecución del proyecto Afianzamiento Hídrico del Río Pisco, porque contribuirá a elevar la productividad de la zona de influencia, sobre todo de los pequeños productores. (Andina, Agosto 2020)

**En resumen**, en el ámbito económico, podemos decir que es favorable ya que en la PROVINCIA DE PISCO se están formalizando diversas empresas y negocios locales, por ello se está generando más oportunidades laborales y así se está obteniendo mayor ingreso en las familias de la ciudad de Pisco. Afirmamos dicha información porque según fuentes basadas en el comportamiento del PBI en el segundo trimestre del año 2021, el producto bruto interno registro un incremento del 41.9% explicado por el dinamismo de la demanda interna que aumento en 44.8%, ya que el gasto de consumo de las familias creció el 30.7%, explicado por el crecimiento del empleo 52.6% y el ingreso total real de los trabajadores. Por lo podemos decir que en la Provincia de Pisco encontramos una capacidad de pago aceptable.

---

<sup>2</sup> <https://agraria.pe/noticias/actividad-agricola-impulsara-reactivacion-economica-de-ica-22331>

Según el FMI la economía peruana creció el 3.25% en el año 2020. Y 3.75% en los siguientes años, el cual es muy favorable y lo tomaremos como una oportunidad ya que el acceso a la consulta privada depende de manera directa de la economía.

### ***Factores Socioeconómicos***

Uno de los principales aspectos afectados durante esta pandemia, es el factor social, este ha desarrollado un impacto significativo sobre la región Ica y sus pobladores, durante las últimas reuniones que han coordinado con el gobierno regional se sabe que un equipo multidisciplinario del Ministerio de Salud (Minsa) está trabajando conjuntamente con las autoridades regionales de Ica en el diseño de estrategias para mitigar el impacto de la llegada de una tercera ola de la pandemia del covid-19, la cual estaría propensa a llevarse debido al comportamiento de los pobladores registrado en las últimas semanas.

El grupo de especialistas, conformado por representantes de las direcciones de Gestión del Riesgo de Desastres (Digerd) y Operaciones en Salud (DGOS), así como expertos del Instituto Nacional de Salud (INS), Seguro Integral de Salud (SIS), y comunicadores, recorrieron los hospitales de la región para recabar información sobre recursos humanos, equipamiento, abastecimiento de oxígeno, entre otros.

El equipo multidisciplinario se reunió con el gobernador regional de Ica, Javier Gallegos, quien expresó su compromiso para abordar con prontitud las medidas más urgentes y mitigar el impacto que podría generar una tercera ola de contagios. "Es importante dar continuidad a los proyectos; no debemos paralizar ninguna obra de infraestructura o equipamiento. Se debe considerar que nada funciona si no tenemos los recursos humanos", señaló Gallegos, Al Diario El Peruano<sup>3</sup> Por otro lado, el doctor Marcos Cueva Pereyra, quien encabezó el grupo de funcionarios del Minsa, se reunió con el equipo de gestión de la

---

<sup>3</sup> <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/534779-equipo-multidisciplinario-del-minsa-disena-estrategias-para-mitigar-el-impacto-de-la-posible-tercera-ola-en-ica>

Dirección Regional de Salud (Diresa) de Ica y con las autoridades hospitalarias de las provincias de Pisco y de Chincha. Ica cuenta actualmente con un plan para afrontar la tercera ola, el que tiene como ejes centrales las estrategias de prevención, vacunación y actividades de contención. (El Peruano, Setiembre 2021)<sup>4</sup>

Por otro lado, hemos podido apreciar que en lo que corresponde el ámbito socioeconómico, según las estadísticas observadas del año 2019 a las inmigraciones han ido en un aumento. Ya que para el año mencionado según lo ha publicado la ONU 782,169 de inmigrantes lo que supone un 2.41% de la población de Perú.

En cuanto a la tasa de mortalidad en los últimos años debido a la pandemia por COVID – 19 se ha generado un aumento significativo desde el año 2018 a lo que va del 2021. Según fuentes del MINSA en exceso de mortalidad.

**Tabla Nro. 4**  
*Cantidad de defunciones*

Año	Cantidad de defunciones
2018	112809
2019	114942
2020	212266
2021	215686

En el año 2021 se elevó al 99% la cantidad de defunciones, desde el año 2018 no se visualizaba una cantidad tan significativa, esto se debe a la pandemia (COVID19). En lo que va de año (2022) la tasa de mortalidad ha decrecido esto debido a la inmunización que se está dando.

Esto influye en el actuar de los ciudadanos ya que muchos han perdido familiares cercanos y debido a la pérdida tan significativas muchos no han podido lograr un control

<sup>4</sup> <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/534779-equipo-multidisciplinario-del-minsa-disena-estrategias-para-mitigar-el-impacto-de-la-posible-tercera-ola-en-ica>

emocional. Según un estudio realizado por el Ministerio de Salud y Unicef revela que 3 de cada 10 niños y adolescentes entre 6 y 17 años presentaron algún problema de salud mental con el contexto de la pandemia por COVID- 19. Estas manifestaciones fueron más frecuentes en aquellos menores cuyos padres presentaron depresión y poca capacidad de sobreponerse a situaciones traumáticas.

**En resumen** y según lo emocionado, el actuar de los ciudadanos hace acrecentar la demanda en los consultorios psicológicos particulares. Con base a la información que comparten los psicólogos particulares, es posible establecer un marco referencial para los costos de una consulta psicológica en la provincia de Pisco entre s./50 y s./100 por sesión ajustados a la consideración del psicólogo y su lugar de trabajo. Cabe menciona que hay profesionales que prefieren evaluar primero al paciente antes de establecer el costo de las sesiones debido a que cada caso es diferente y amerita un tratamiento personalizado. Por ello MENS SANA ofrecerá promociones, paquetes con precios especiales con la finalidad de que más personas tengan acceso a una atención para la salud mental. Ya que esta se ha vuelto fundamental en estos tiempos de pandemia.

### ***Factores Políticos y Legales***

El ambiente Político – Legal, no dificulta la constitución y funcionar del Centro de Orientación Psicológica “MENS SANA”. Muy por el contrario, es más sencillo constituir el negocio presentado por que la ley N° 30506 facilita la constitución de empresas a través de centros de desarrollo empresarial.

En los últimos años, el estado ha promulgado una serie de leyes y decretos a favor de la salud mental como es la Ley n 30956. Ley de protección de las personas con TDAH (trastorno con déficit atención e hiperactividad), lo tomaremos como una excelente oportunidad para realizar campañas de diagnóstico y tratamiento para personas con TDAH acentuándonos más en los estudiantes, entre otras lo que genera un ambiente favorable para

sensibilizar a la población sobre la importancia de la salud mental y la importancia de un diagnóstico y un manejo integral.

La Emergencia Sanitaria generada por la pandemia de la COVID-19; la crisis económica y el distanciamiento social para evitar su propagación, ha generado diversos problemas en la salud mental como es el estrés en la población, lo que incrementa principalmente:

- Los cuadros de ansiedad y depresión
- El consumo de alcohol y otras sustancias
- La Violencias en las personas, principalmente familiar y de género

Frente a estos temas de salud mental, el Ministerio de Salud ha redoblado su esfuerzo por brindar atención. Por ello, de enero a mayo de 2021, el Minsa ha atendido más de 156 mil casos de ansiedad, 77 mil casos de depresión, 18 mil casos de consumo de sustancias psicotóxicas y alcohol, y más de 60 mil casos de violencia.<sup>5</sup>

El Ministerio de Salud brinda atención en salud mental, en todo el país, tanto en los centros de salud, con profesionales de psicología, como en los 203 Centros de Salud Mental Comunitaria, con equipos especializados y multidisciplinarios, enfocados en la recuperación de la persona.

La salud mental según la Organización Mundial de la Salud (OMS), es considerada como un “proceso dinámico de bienestar que permite a las personas desplegar sus habilidades, afrontar el estrés normal de la vida, trabajar de forma productiva y fructífera, y hacer una contribución significativa a sus comunidades”, por tanto es necesario implementar estrategias que permitan a la población evitar o reducir los posibles daños , así como para hacer viable el cumplimiento medidas para su protección personal, familiar y de su comunidad.

---

<sup>5</sup> [https://www.hdhuacho.gob.pe/WEB/descargas\\_epi/boletin/2021/BOLETIN%2042-2021.pdf](https://www.hdhuacho.gob.pe/WEB/descargas_epi/boletin/2021/BOLETIN%2042-2021.pdf)

### ***Factores Tecnológicos***

El prestigioso Instituto Nacional de Salud Mental del Reino Unido (National Institute of Mental Health), en su informe acerca de la tecnología y el futuro del tratamiento de salud mental, plantea que las nuevas aplicaciones basadas en las tecnologías están desempeñando ya un importante papel en el tratamiento de los problemas de salud mental y este papel va a ser cada vez mayor en el futuro<sup>6</sup>.

La tecnología juega muy importante, continuamente velaremos por estar actualizados y evaluar la oportunidad de brindar terapias innovadoras dentro de los servicios brindados por el centro de orientación psicológica “MENS SANA” al contar con profesionales que estarán a la vanguardia, los diagnosticos tendrán un mayor asertividad y en cuanto a los tratamientos podemos brindar terapias de primer nivel con la eficacia y calidad que nuestros pacientes necesitan.

Es por ello que el uso de la Tecnología será de suma importancia debido a que nos servirá como forma de comunicación, entrega de servicio, promoción del producto o servicio a ofrecer, conexión directa con el usuario, etc.

De esta forma podremos mejorar nuestra forma de comunicación con el cliente, y nos permite estar conectados de una manera continua, permitiendo programaciones, sesiones virtuales, comunicación remota, etc.

**Tabla N° 5.**

*Impacto de las variables tecnológicas*

Factor	Fuente	Impacto	Decisión estratégica
MAPFRE lanza App de telemedicina con servicio de video llamada.	Mapfre, 2019	Oportunidad	Oportunidad de realizar terapia por video llamada.
De manera virtual médicos del todo del país ya puede tramitar su recertificación	Colegio médico del Perú ,2019	Oportunidad	Certificaciones y recertificaciones inmediatas del personal del centro de orientación psicológicas “MENS SANA”

<sup>6</sup> <https://serenmind.com/blog-como-esta-impactando-la-tecnologia-en-la-psicologia/>

En base al cuadro presentado podemos analizar que las empresas privadas que brindan algún tipo de asesoría han aprovechado la tecnología para interconectarse de manera virtual y poder ofrecer los servicios que vienen incluidos en los paquetes que ofrecen.

### ***Factores Ambientales***

El “descanso” de las actividades económicas debido a la cuarentena mundial proporcionó – en su momento – buenas noticias a nivel ambiental: mejoras en la calidad del agua y el aire y menor contaminación de la capa de ozono. Sin embargo, también se ha observado el incremento en la producción y consumo del material plástico, sobre todo los de un solo uso; el cual irá aumentando a medida que avance el desconfinamiento<sup>7</sup>.

En un informe del WWF de julio del 2020 (Organización Mundial de Conservación) a raíz de la pandemia, desde diciembre del 2019 en el mundo, según la Organización Mundial de Conservación se ha observado un incremento en la producción y consumo de material plástico, sobre todo de usar y tirar, para efectos de nuestro país, desde marzo del 2020 se ha incrementado este tipo de situación debido al uso de mascarillas y material protector contra el virus<sup>8</sup>.

El consumo masivo de mascarillas desechables durante el 2020 genera una gran cantidad de residuos que no pueden ser reciclados. Teniendo en cuenta la cantidad de mascarillas utilizadas a nivel mundial, así como su peso (entre 2,5 gramos las higiénicas y 7 gramos las de tela), estaríamos generando entre 0,2 y 6,3 millones de toneladas anuales de residuos de mascarillas faciales. Según un informe del WWF en julio del 2021, durante la pandemia, cada mes se estarían introduciendo en los ecosistemas acuáticos y terrestres un total de 10 millones de mascarillas debido a una mala gestión de residuos<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> <https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/covid-19-el-resurgir-del-plastico/>

<sup>8</sup> <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/como-el-covid-19-representa-un-reto-para-la-sostenibilidad>

<sup>9</sup> <https://theconversation.com/es-seguro-para-la-salud-el-uso-continuado-de-las-mascarillas-161928>

Una vez en el medio, estas mascarillas se degradan lentamente formando partículas más pequeñas, los micros plásticos. Por otro lado, también se produce la liberación al medio de los aditivos químicos. En el caso de los plastificantes organofosforados, estaríamos emitiendo al ambiente entre 20 y 18 000 kg, que se sumarían a los niveles de estos compuestos que ya afectan a la vida de organismos acuáticos y terrestres. (Instituto de Diagnóstico Ambiental y Estudio del Agua –IDAEA, JUNIO 2021)

En resumen, además organizaremos campañas mensuales para recojo de basura en las playas, en el cual participaran los colaboradores del centro psicológica MENS SANA y se instara a los pacientes y las demás personas de la provincia de pisco a unirse a esta buena causa, en el factor ambiental es favorable ya que el consultorio reside en las cercanías de un parque y playa, estos factores proporcionan un ambiente de aire fresco por otro lado el negocio no atenta contra el bienestar ecológico ambiental y se busca promover sembrando plantas en macetas para que sirvan como decoración del centro de orientación psicológica “MENS SANA”

Dentro de los protocolos que debemos utilizar para evitar el contagio del COVID-19, hemos dispuesto la utilización de alcohol en gel, espacios para el lavado de manos, en el cual evitaremos el uso indiscriminado de plásticos, y promoveremos el uso correcto de los protectores contra la covid 19, los informes del psicólogo serán emitidos de manera virtual para evitar la utilización de papel blanco de primer uso. Promoveremos la limpieza de las áreas de playa que usaremos para nuestras actividades al aire libre, de esa forma no solo nos beneficiamos nosotros, sino también la población que hace el uso frecuente de dichos paisajes.

**Análisis PESTEL****Tabla N°6***Análisis PESTEL*

	<b>Factores</b>	<b>Variables</b>	<b>Situación</b>	<b>Oportunidad</b>	<b>Amenaza</b>
<b>Político</b>	Impacto de las elecciones en la subida del dólar	Incertidumbre política	a esperas del análisis de los primeros 100 días de gobierno	Disolver la incertidumbre reforzando la democracia	Nueva constitución
<b>Económico</b>	Comportamiento del PBI en la pandemia	Demanda interna en aumento	Aumento de las exportaciones de productos frescos	Creciente demanda extranjera	Riesgo en la capacidad de pago
<b>Social</b>	Posibles clientes	Tendencia de consumo sano	Llevar sus terapias ayudarla a cambiar su estilo de vida psicológicamente	Sociedad más informada y con ofertas	Aparición de posibles nuevos competidores
<b>Tecnológico</b>	Pedidos On-line y asesorías virtuales	Evolución del E-commerce	Mejora constante e innovación en los equipos	Aprovechar la tendencia virtual	Mala señal de internet
<b>Ecológico</b>	Ley de eliminación de envases de Tecnoporp	Reducción de materiales contaminantes	Uso consiente de los productos desechables	Llevar a cada uno de los colaboradores y pacientes al borde costero recogiendo los residuos	Uso de materiales plásticos
<b>Legal</b>	RM N° 363-2020-MINSA	Plan de Salud Mental (En el contexto Covid-19 - Perú, 2020 - 2021)	Ley aprobada con la finalidad de mejorar la salud mental de la población	Se encuentra en implantación	Fortalezca su posicionamiento en el mercado

En los últimos años el PIB peruano creció un promedio de 4,8%, EL Ministerio de salud señala con la ley 30956 ley de protección de las personas con TDAH (trastorno con déficit) señala que tenemos 813,246 casos de salud mental, lo que equivale a que 141 personas (diario comercio, 2021).

LA SALUD MENTAL es muy propensa ya que se presentan diferentes situaciones

económicas que alteran la salud mental de las personas y relacionado con los niños el estrés y el bajo nivel educativo ,contaremos con proyectos sociales , cuidando el medio ambiente todos unidos colaboradores y pacientes limpiado las playas del borde costero

En los avances informáticos contaremos con eficientes plataformas digitales que nos serán de utilidad al poder comunicarnos de una mejor manera con el cliente y sean partícipes del avance de la tecnología.

### **Análisis del microentorno**

#### ***Perfil de los clientes o consumidores***

**Tabla N° 7**  
*Perfil del Cliente*

Factores	Descripción
Público objetivo	Padres de familia
Edad	Niños De 6 a 12 años Padres de familia de 25 a 55 años
Nivel Socioeconómico	ABC
Estilo de vida	- Estudiantes de colegio con algún conflicto o secuela psicológica por covid o pandemia entre 6 y 12 años - padres de familia de característica progresista
Frecuencia de Consumo	1 a 2 veces por semana

Nuestro perfil principal de cliente va enfocado en los padres de familia de 25 a 55 años, que tengan hijos en los colegios particulares de la ciudad de Pisco, sin excluir a los alumnos de los otros centros educativos y por tanto a los padres de familia de estos, los cuales fluctúan en nivel socioeconómico A, B y C ya que estos podrían asumir el costo de las terapias o paquete que requiera su niño.

### *Perfil de Competidores*

**Tabla N°8**

*Perfil de Competidores*

<b>Competencia</b>	Karen Rojas	María del Rosario Escalaya Soto	María Franco	Erick García	Cilene Campos
<b>Servicio</b>	Psicólogo particular	Psicóloga particular	Psicóloga particular	Psicólogo educativo	Psicóloga educativa
<b>Ubicación</b>	Villa Fap #206	Calle Deza #738	Urb La Alborada A-18	C.E Don José de San Martín	I.E Genius School
<b>Precio promedio del producto</b>	S./50	S./50	S./45	Incluido en el Colegio	Incluido en el Colegio
<b>Estrategia de Marketing</b>	Redes Sociales y Volantes	Página Web	Redes Sociales	Base de clientes basada en estudiantes	+Base de clientes basada en estudiantes
<b>Horario de Atención</b>	9A.M a 1P.M	9A.M a 2P.M	3P.M a 8P.M		

La principal referencia que tenemos de los competidores que podrían existir en el mercado actual, va enfocado en los dos rubros que ofrecen asesoría psicológica, como son los Psicólogos particulares y los psicólogos que ofrecen su asesoría a través de los centros educativos, esto como parte de un servicio que ofrece la IIEE, por ello detallamos ambos que fueron resumidos en el cuadro.

**Asesoría Psicología del Centro Educativo.** En base a nuestra investigación realizada en la ciudad de Pisco, observamos que, en 2 centros educativos, cuentan con el servicio de asesoría Psicológica para los alumnos, que necesiten ayuda de los profesionales de la salud mental, sin algún costo adicional. Son los siguientes colegios

Colegio Emblemático Don José de San Martín – Este colegio siendo del estado cuenta con el Licenciado en Psicología Erick García. Dichas instalaciones se encuentran en la Calle José Balta #769

Institución Educativa Particular Genius School. Dicho colegio Particular ubicado en Centro Poblado Miramar Calle 6 N°100, el cual cuenta con la Lic. Cilene Campos, adicional a ello en esta institución tienen incluida en su malla curricular el curso de Psicología

### **Psicólogos particulares**

**Tabla N° 9**

*Psicólogos de la ciudad*

Profesional	Dirección de consultorio	Costo de consulta
Karen Rojas	Villa Base FAP – San Andrés, Pisco #206	S. /50
María del Rosario Escalaya Soto	Calle Deza #738 - Pisco	S. /50
María Franco	Urb. La alborada Mz A Lt 18 – Pisco	S. /45

En la ciudad de pisco existen psicólogos reconocidos, como son ya mencionados en la tabla N° 9, estos mismos son los encargados de la salud mental de los niños y padres de familia, identificando cuáles son sus problemas, y buscando su bienestar emocional de cada uno. Las psicólogas Karen Rojas y María del Rosario Escalaya Soto su costo por consulta es de S. /50, a diferencia de María Franco que es S. / 45, A su vez nosotros tendríamos que ingresar al mercado con un precio introductorio a diferencia de la competencia.

### ***Perfil de Proveedores***

#### **Proveedor de Aplicación web o tecnología (Computadoras)**

**Tabla N°10**

*Perfil de Proveedores*

Profesional	Servicio
Rodrigo Torres Peña	Ingeniero de software (Páginas web)
OK.COM	Tienda de computadoras
La Curacao	Tienda de electrodomésticos

Como podemos observar en la tabla, nuestro perfil de proveedores son profesionales reconocidos de la ciudad de Pisco, en el caso de Rodrigo Torres Peña sobresaliente ingeniero de software (Páginas web), las tiendas OK .COM y LA CURACAO nos abastecerán con lo último en tecnología para así estar enterados de los nuevos equipos tecnológicos.

### Proveedor de materiales de yoga

**Tabla N° 11**

*Perfil de Proveedores*

Competencia	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
Razón social	IMPORTACIONES ALE & SEB	LIMA YOGA	XOARA AL X MAYOR
Ubicación	Villa maría del triunfo	AV. Canadá	Av. 28 de julio 1406 – Cercado de lima
Tipo de Producto	Mat yoga, mancuernas	Mat yoga	Ligas de resistencia, Mat yoga, Pelota de yoga
Tipo de entrega	Directo	Directo	Directo
Nivel de Precios	Por mayor s/18.00 y s/5.00	Por mayor y menor	Por mayor s/8.00 – s/18.00 – s/24.00
Horario de Atención	De 9:00 a 6:00pm	De 10 am a 6 pm	De 8:00 a 8:00pm

En el centro de orientación psicológica contaremos con tres proveedores de la ciudad de lima, el cual nos brindara lo mejor de sus productos a un precio accesible. El proveedor IMPORTACIONES ALE & SEB ubicados en el distrito de villa maría de triunfo nos abastecerá de los materiales como son mat yoga y mancuernas. En el caso de LIMA YOGA está ubicado en la AV. Canadá, nos brindara mat yoga al por mayor. XOARA AL X MAYOR nos brindara ligas de resistencia, mat yoga, pelota de yoga.

## Proveedor de mobiliario

Tabla N° 12

*Perfil de Proveedores*

Competencia	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
Razón social	MISAGEL	Mueblería IMG	Muebles Maldonado
Ubicación	Calle Pedemonte #205	Los Álamos #502 – Pisco	Villa el Salvador
Tipo de Producto	Escritorios, sillas y mesas	Escritorios, sillas y mesas	Escritorios, sillas y mesas
Tipo de entrega	Directo	Directo	Directo
Nivel de Precios	Por mayor y menor	Por mayor y menor	Por mayor y menos
Horario de Atención	De 9:00 a 6:00pm	De 10 am a 6 pm	De 8:00 a 8:00pm

Como podemos observar en la tabla contaremos con tres proveedores mobiliarios, el cual esto nos brindaran escritorios, sillas y mesas al por mayor. El proveedor que más nos conviene es Muebles Maldonado, ya que este cuenta con fábrica directa en villa del salvador y sus precios son más accesibles.

### *Análisis de las 5 Fuerzas de Porter*

- **Poder de negociación de los clientes - Alto**

En este aspecto consideramos que nuestro poder de negociación es alto, ya que somos únicos al ofrecer este tipo de servicio en la ciudad de Pisco, por lo que seríamos la única opción por el momento que podría ofrecerle la asesoría tan detallada al padre de familia.

- **Poder de negociación de los proveedores – medio**

Nuestro nivel de negociación con los posibles proveedores es medio, ya que, si bien Pisco ciudad no vende materiales especializados para yoga, si los venden en la Ciudad de Ica y Lima, a su vez, estos brindan facilidades de envío por agencia, de la misma forma en el mobiliario de oficina o el requerido para las terapias

- **Amenaza de nuevos competidores entrantes – Alta**

Debido a que nuestro servicio es bastante necesario bajo la coyuntura actual, podemos apreciar que también es de fácil creación o entrada de nuevos competidores, cuyo factor principal radica en que el servicio debe ser de calidad para evitar el rompimiento del vínculo con el cliente

- **Amenaza de nuevos productos sustitutivos - Media**

Actualmente existe en el mercado las asesorías psicológicas, por lo que estas podrían verse motivada la mejorar u ofrecer sus servicios a un menos costo con la finalidad de competir

- **Rivalidad entre los competidores – Baja**

Debido a que nuestro sistema es nuevo en la ciudad, nuestros competidores solo son del tipo indirecto y a través del cual no se presenta mayor nivel de competencia, debido a la calidad de la orientación, la reserva de los datos del paciente y por ende su diagnostico

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### **Estudio del mercado**

##### ***Perfil del cliente objetivo***

Nuestro Cliente objetivo va enfocado a las personas, hombre y mujeres de 25 a 55 años, cuya característica principal es que son padres de Familia, con niños en edades comprendidas entre los 6 a 12 años y que se encuentran estudiando actualmente en los centros educativos particulares de la Ciudad de Pisco, Provincia de Pisco, Departamento de Ica.

Sexo: Padres y madres de familia

Edades: 25 a 55 años.

Preferencias: Padres de familia preocupados por la educación y salud mental de sus niños.

Edad de los niños: de 6 a 12 años.

##### ***Segmentación del mercado objetivo***

###### **Análisis de la demanda**

Para poder realizar el estudio de segmentación del mercado objetivo vamos a tomar en cuenta las cuatro variables que permitirán realizar un análisis de la demanda de nuestros servicios:

- **Variable socioeconómica:** Según esta variable, haremos referencia a los alumnos y padres de familia del nivel socioeconómico A, B y C cuyas edades varían de 6 a 12 años para los alumnos y de 25 a 55 años para los padres de familia.
- **Variable Conductual:** Esta variable nos hace referencia al comportamiento de nuestros clientes objetivos (alumnos y padres de familia), nuestro servicio estará

dirigido a las personas que necesiten o requieran orientación psicológica debido a que no se han adaptado a las clases remotas, pueden haber generado estrés debido a la coyuntura o a la pérdida de familiares a consecuencia de la pandemia.

- **Variable Geográfica:** Para esta variable haremos referencia a la recolección de datos del área geográfica local de la ciudad e Pisco, en el cual se llevará a cabo nuestros servicios a brindar, el cual nos va a permitir reconocer nuestro segmento geográfico, que se encuentra situado en la Región de Ica.
- **Variable Psicográfica:** En esta variable haremos referencia el estilo de vida de los alumnos y padres de familia de la ciudad de Pisco y como se han visto afectados debido a la Pandemia (COVID – 19). Es por ello que en el Centro de Orientación Psicológica MENS SANA brindaremos servicios enfocados a la ayuda de salud mental, y así poder ofrecer una agradable experiencia

Analizando la Información y enfocados en el público objetivo, analizaremos la población de la ciudad de Pisco tomando como margen porcentual el equivalente que le corresponde de la información que encontraremos de la Región Ica, considerando que la tabla N° 13 contiene de información de la Distribución de Habitantes de la Región Ica, indicando el número de Habitantes de la Ciudad de Pisco, el valor porcentual y el número de Hogares que existen actualmente y que mostramos en el cuadro a continuación.

**Tabla Nro. 13**

*Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco – Región Ica*

Departamento DPTO			
Provincia	Población	% Respecto al DPTO	Hogares
ICA	959.8	100.0	252.6
ICA	442.4	46.2	116.2
CHINCHA	254.7	26.5	64.4
PISCO	169.7	17.7	45.2
NAZCA	78.2	8.1	22.3
PALPA	14.8	1.5	4.5

Por otro lado, de acuerdo con los datos de los Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017, realizados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), y la actualización realizada por CPI al 2021, la ciudad de Pisco Registra un numero poblacional de 169,700 habitantes, que corresponde al 17.7 % de la Población de la Región Ica, con un total de 45,200 hogares.

**Tabla Nro. 14**

*Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco Según hogares – Región Ica*

Departamento DPTO	Población	% Respecto al DPTO	Hogares
Provincia			
ICA	959.8	100.0	252.6
ICA	442.4	46.2	116.2
CHINCHA	254.7	26.5	64.4
PISCO	169.7	17.7	45.2
NAZCA	78.2	8.1	22.3
PALPA	14.8	1.5	4.5

De acuerdo a actualización realizada por CPI al 2021<sup>10</sup>, la ciudad de Pisco Registra un numero poblacional de 169,700 habitantes, de los cuales equivale al 17.7 % del total poblacional de la región Ica por lo que se indica que hay un total de 45,200 hogares.

**Tabla Nro. 15**

*Distribución de habitantes de la ciudad de Pisco Según NSE – Región Ica*

Departamentos	Población (miles de personas)	Estructura socioeconómica APEIM (% horizontal)			
		AB	C	D	E
Amazonas	418.1	2.4	13.0	20.6	64.0
Ancash	1,212.3	7.2	31.1	22.3	39.4
Apurímac	449.4	3.4	10.4	18.4	67.8
Arequipa	1,563.4	20.4	41.7	25.4	12.5
Ayacucho	684.4	2.8	8.6	20.0	68.6
Cajamarca	1,480.7	3.7	10.1	15.5	70.7
Cusco	1,344.0	5.5	17.6	18.5	58.4
Huancavelica	381.8	0.8	4.3	11.0	83.9
Huánuco	798.6	2.6	13.6	18.0	65.8
Ica	959.8	10.7	46.7	34.8	7.8
Junín	1,392.2	6.2	17.0	23.8	53.0

<sup>10</sup> [https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market\\_Report\\_Mayo.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf)

De acuerdo con la actualización realizada por CPI al 2021, La región Ica, presenta un NSE en el segmento de mercado a estudiar del 57.4 que les corresponde a los niveles AB y C, por lo que del total de hogares (45,200), tendríamos un resultante de **25,945** hogares como público Objetivo a Estudiar.

**Tabla Nro. 16**

*Estimación de crecimiento la demanda potencial*

Año	Demanda Proyectada
Año 1	25,945.0
Año 2	26,386.1
Año 3	26,834.6
Año 4	27,290.8
Año 5	27,754.7

Asimismo, para calcular la proyección de la demanda para un período de cinco (05) años para lo cual se consideró la tasa de crecimiento del 1.7 %. establecida por el *INEI: Estado de la Población en el año del bicentenario*<sup>11</sup>

- **Demanda Objetiva**

Demanda Objetiva = (% de Cobertura) x Demanda Efectiva

Demanda Objetiva = 5% x **25,945**

**Demanda Objetiva = 1,297.25**

<sup>11</sup> [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1803/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1803/libro.pdf)

## Análisis de la oferta

### • Perfil de Competidores

**Tabla N°17**

*Perfil de Competidores*

<b>Competencia</b>	Karen Rojas	María del Rosario Escalaya Soto	María Franco	Erick García	Cilene Campos
<b>Servicio</b>	Psicólogo particular	Psicóloga particular	Psicóloga particular	Psicólogo educativo	Psicóloga educativa
<b>Ubicación</b>	Villa Fap #206	Calle Deza #738	Urb. La Alborada A-18	C.E Don José de San Martín	I.E Genius School
<b>Precio promedio del producto</b>	S./50	S./50	S./45	Incluido en el Colegio	Incluido en el Colegio
<b>Estrategia de Marketing</b>	Redes Sociales y Volantes	Página Web	Redes Sociales	Base de clientes basada en estudiantes	+Base de clientes basada en estudiantes
<b>Horario de Atención</b>	9A.M a 1P.M	9A.M a 2P.M	3P.M a 8P.M		

En la ciudad de pisco existen 3 psicólogos competidores directos que trabajan en servicio particular en diferentes ubicaciones.

#### *Asesoría psicología del Centro Educativo*

*Colegio Emblemático Don José de San Martín* – Este colegio siendo del estado cuenta con el Licenciado en Psicología Erick García. Dichas instalaciones se encuentran en la Calle José Balta #769

*Institución Educativa Particular Genius School*. Dicho colegio Particular ubicado en Centro Poblado Miramar Calle 6 N°100, el cual cuenta con la Lic. Cilene Campos, adicional a ello en esta institución tienen incluida en su malla curricular el curso de Psicología.

***Psicólogos particulares*****Tabla N°18**  
*Psicólogos de la ciudad*

Profesional	Dirección de consultorio	Costo de consulta
Karen Rojas	Villa Base FAP – San Andrés, Pisco #206	S. /50
María del Rosario Escalaya Soto	Calle Deza #738 – Pisco	S. /50
María Franco	Urb. La alborada Mz A Lt 18 – Pisco	S. /45

Las psicólogas Karen Rojas y María del Rosario Escalaya Soto su costo por consulta es de S. /50, a diferencia de María Franco que es S. / 45, A su vez nosotros tendríamos que ingresar al mercado con un precio introductorio a diferencia de la competencia.

**Estimación de la demanda**

***Determinación del tamaño de la muestra.*** Para calcular el tamaño de la muestra para nuestro plan de negocio sobre asesoramiento psicológico hemos considerado a los habitantes de la ciudad de Pisco, con edades comprendidas entre los 6 a 12 años para los alumnos y 25 a 55 años de edad para padres de familia, de los niveles socioeconómicos A, B y C.

**Figura Nro. 1**

*Fórmula para calcular la muestra de una población finita*

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Nota:** Psyma12

Dónde:

$n$  = tamaño de la muestra a ser determinado

$N$  = tamaño del universo o población

$p$  = 50% ó 0.5

$q$  = 50% ó 0.5

$E$  = 5% ó 0.05

$Z$  = 1.96 para un nivel de confianza del 95%

Reemplazando

$$n = \frac{1.96^2 * 25,945 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (25,945 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 25,945 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 25,944 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{24,917.6}{65.8204}$$

$$n = 378.5719$$

$$n = 379$$

**Tabla Nro 19**

*Determinación del tamaño de la muestra*

<b>Determinación del tamaño de la muestra</b>	
Nivel de confianza (Z)	95% = 1.96
Desviación estándar	0.5
Margen de Error (d)	0.05
Población (N)	<b>25,945</b>
<b>Muestra (n)</b>	<b>379</b>

## Técnica de investigación y tabulación de resultados

**Tabla N°20**

*Encuesta*

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS
1	¿Cuál es el rango promedio de edad de sus hijos en etapa escolar?	a. 3 a 5 años b. 6 a 12 años c. 13 a 17 años
2	¿Consideraría que la pandemia por covid 19 ha tenido efectos psicológicos sobre usted o sus hijos?	a. Muchos b. Algunos c. Muy pocos d. Nada
3	¿De qué manera ha actuado usted cuando su niño ha tenido problemas en el colegio con alguno de sus compañeros?	a. Le he llamado la atención b. Lo he castigado c. Lo he pasado por alto
4	¿Qué tipo de cambios o actitudes psicológicas ha presentado su hijo por efecto de las clases virtuales durante la pandemia	a. Agresividad b. Depresión c. Ansiedad d. Negatividad
5	¿Cuál consideraría que podrías ser la mayor causa de los efectos o cambios de actitud que hoy en día presentan usted y su niño?	a- Cuarentena b. Haber tenido Covid c. Haber perdido a un familiar a causa del virus d. Todas las anteriores
6	¿Usted o su niño han asistido alguna vez a una consulta psicológica?	a. Si b. No
7	¿El Centro Educativo donde recibe clases su niño, ofrece Escuela para padres o algún tipo de orientación psicológica?	a. Si b. No
8	¿Si se diera el caso de existir un centro de orientación psicológica en la ciudad de Pisco que le permita mejorar a su niño y a usted su conducta o actitud, estaría dispuesto a contratar el servicio?	a. Si b. No
9	¿Cuál sería el modo ideal para usted, para recibir este tipo de servicio,	a. Presencial b. Virtual c. Ambas
10	¿Cuál es el monto económico o contraprestación que estaría dispuesto a pagar por un conjunto de dos sesiones como mínimo de asesoría o terapia psicológica?	a. S/49-69 b. S/79-99 c. S/109-129 d. S/139-159

## Resultados de la encuesta

### Pregunta Numero 1 ¿Cuál es el rango promedio de edad de sus hijos en etapa escolar?

**Tabla N° 21**

*Pregunta 1*

¿Cuál es el rango promedio de edad de sus hijos en etapa escolar?		
a. 3 a 5 años	96	25%
b. 6 a 12 años	381	75%
c. 13 a 17 años	30	6%
	507	100%

**Figura Nro. 1**

*Pregunta 1*



Según los datos obtenidos a padres de familia en la provincia de Pisco, el rango de edades de sus niños oscila entre los 6 a 12 años obteniendo así un 75% de los 507 encuestados.

**Pregunta Número 2: ¿Consideraría que la pandemia por covid 19 ha tenido efectos psicológicos sobre usted o sus hijos?**

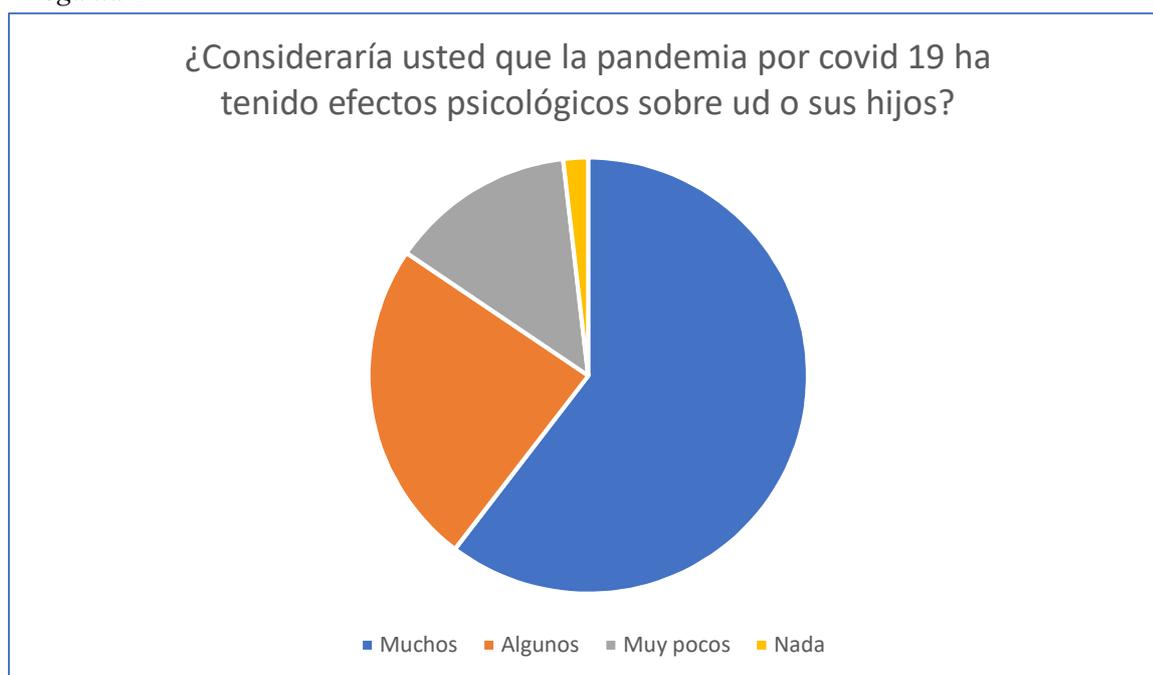
**Tabla Nro.22**

*Pregunta 2*

Consideraría que la pandemia por covid 19 ha tenido efectos psicológicos sobre usted o sus hijos?		
a. Muchos	230	60%
b. Algunos	92	24%
c. Muy pocos	52	14%
d. Nada	7	2%
	381	100%

**Figura Nro.2**

*Pregunta 2*



Se observa que el 60% de los padres familia encuestados en la provincia de Pisco, considera que la pandemia ha traído consigo efectos psicológicos en ellos y en sus menores hijos, y el 24% se refiere que a veces.

**Pregunta Número 3 ¿De qué manera ha actuado usted cuando su niño ha tenido problemas en el colegio con algunos de sus compañeros?**

**Tabla Nro. 23**

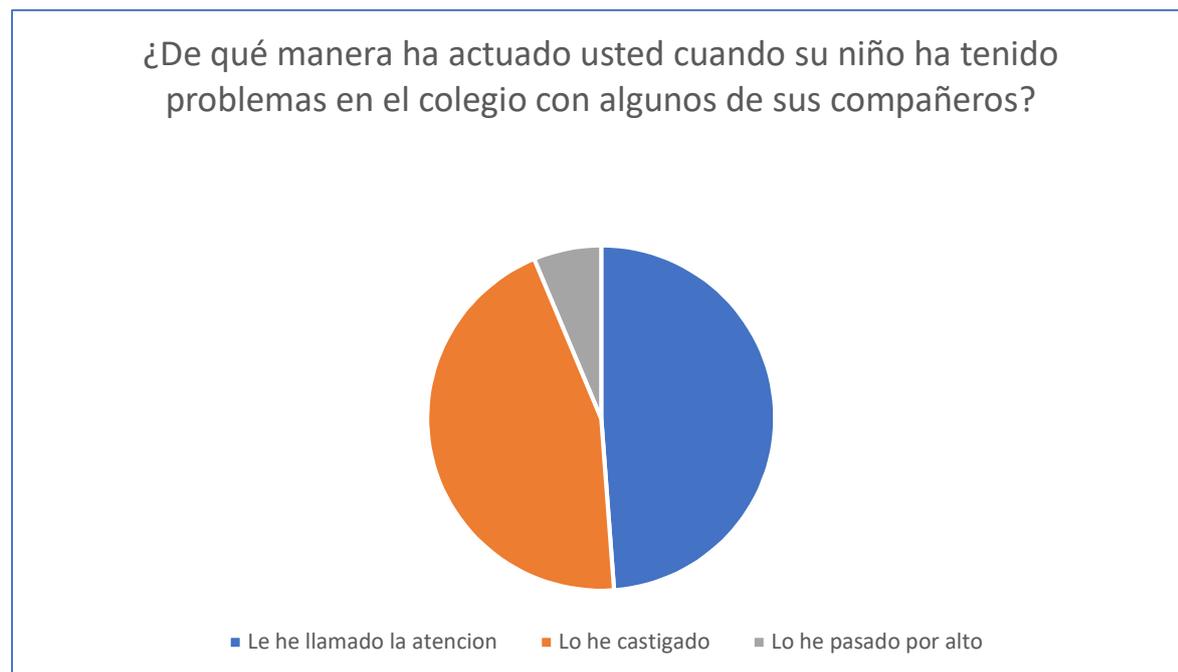
*Pregunta N°3*

¿De qué manera ha actuado usted cuando su niño ha tenido problemas en el colegio con algunos de sus compañeros?

a. Le he llamado la atención	186	49%
b. Lo he castigado	171	45%
c. Lo he pasado por alto	24	6%
	381	100%

**Figura Nro 3**

*Pregunta 3*



Según los datos obtenidos a los padres de familia encuestados en la provincia de Ica, indica que un 49% ante los problemas de conducta de sus menores hijos reaccionarían con una llamada de atención, y un 45% refieren que los castigarían.

**Pregunta Numero 4 ¿Qué tipo de cambios o actitudes psicológicas ha presentado su hijo por efecto de las clases virtuales durante la pandemia?**

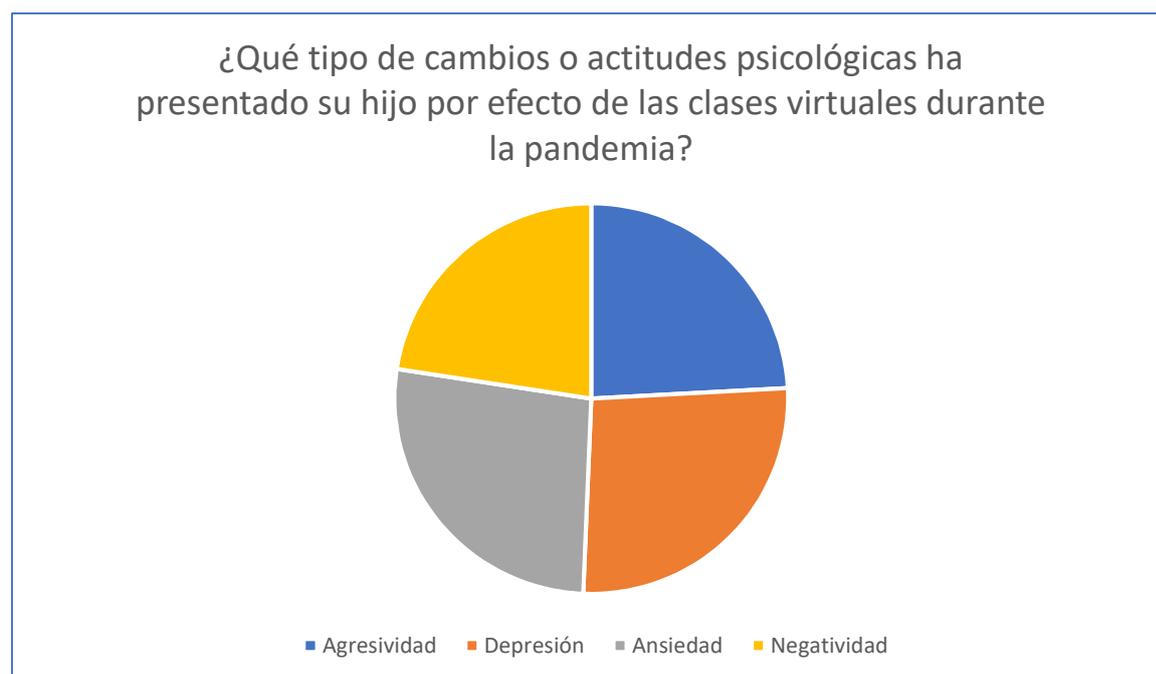
**Tabla Nro.24**

*Pregunta N° 4*

¿Qué tipo de cambios o actitudes psicológicas ha presentado su hijo por efecto de las clases virtuales durante la pandemia?		
a. Agresividad	92	24%
b. Depresión	101	26%
c. Ansiedad	102	27%
d. Negatividad	86	23%
	381	100%

**Figura Nro 4**

*Pregunta 4*



Según los datos obtenidos a padres de familia de la provincia de pisco, refieren que el 27% de niños están sufriendo de ansiedad a causa de la pandemia, y el 26 % hacen mención que sufren de depresión.

**Pregunta Número 5 ¿Cuál consideraría que podría ser la mayor causa de los efectos o cambios de actitudes que hoy en día presentan usted y su niño?**

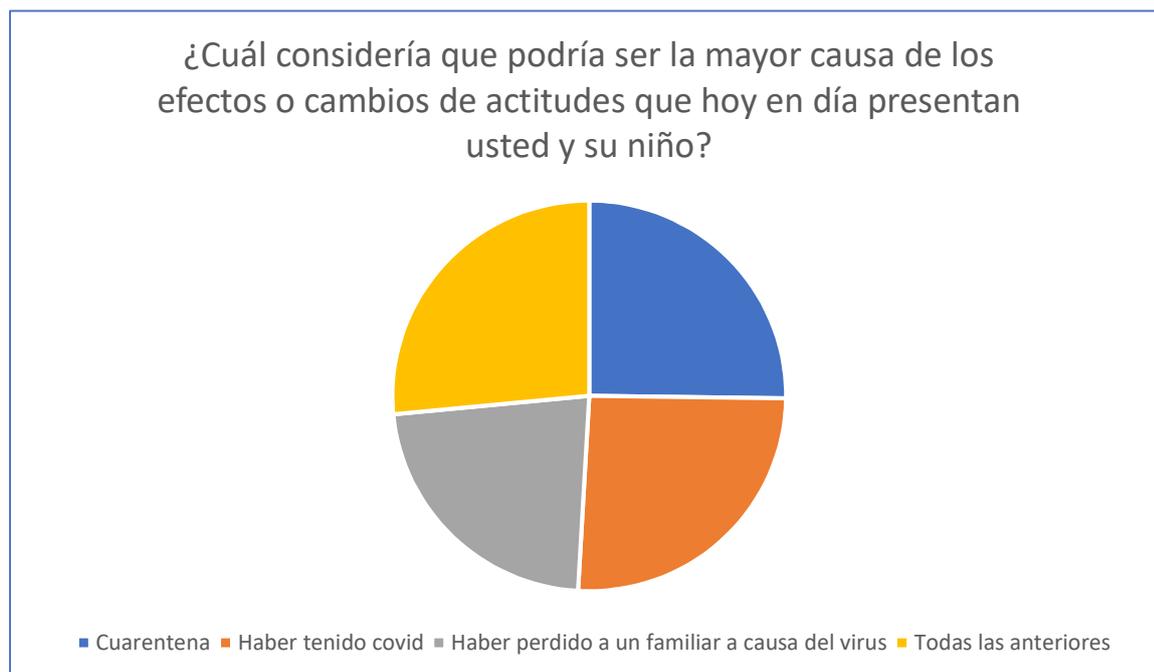
**Tabla Nro.25**

*Pregunta N°5*

<b>¿Cuál consideraría que podría ser la mayor causa de los efectos o cambios de actitudes que hoy en día presentan usted y su niño?</b>		
<b>a- Cuarentena</b>	96	25 %
<b>b. Haber tenido Covid</b>	98	26%
<b>c. Haber perdido a un familiar a causa del virus</b>	86	23%
<b>d. todas las anteriores</b>	<b>101</b>	<b>26%</b>
	381	100%

**Figura Nro.5**

*Pregunta 5*



Según los datos obtenidos a padres de familia en la provincia de Pisco, de los 381 encuestados 101 personas refieren a la opción (d) a todas las anteriores de las preguntas dadas, donde hacen mención que el causal del efecto que hoy en día están atravesando es por la pandemia.

**Pregunta Numero 6 ¿Usted o su niño han asistido alguna vez a una consulta psicológica?**

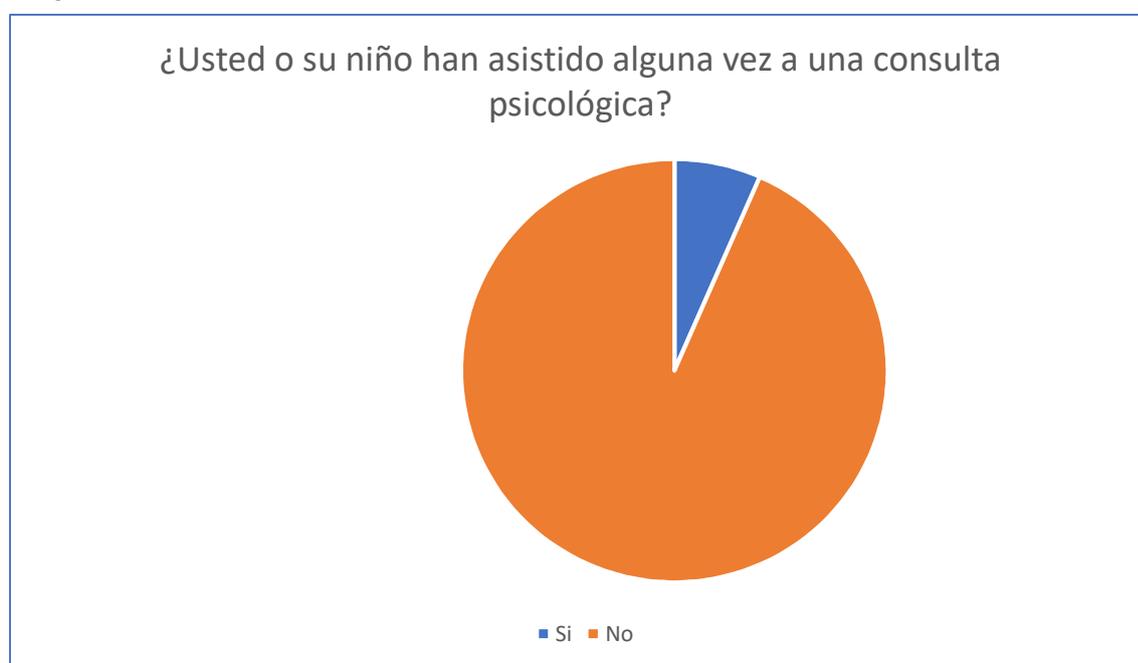
**Tabla Nro 26**

*Pregunta N° 6*

<b>¿Usted o su niño han asistido alguna vez a una consulta psicológica?</b>		
<b>a. Si</b>	25	7 %
<b>b. No</b>	<b>356</b>	<b>93%</b>
	381	100%

**Figura Nro 6**

*Pregunta 6*



Según los datos obtenidos a padres de familia de la provincia de Pisco, hace referencia el 93% que no han llevado a sus niños a una consulta psicológica, y el 7% indican que sí.

**Pregunta Número 7 ¿El centro educativo donde recibe clases su niño, ofrece Escuela para padres o algún tipo de orientación psicológica?**

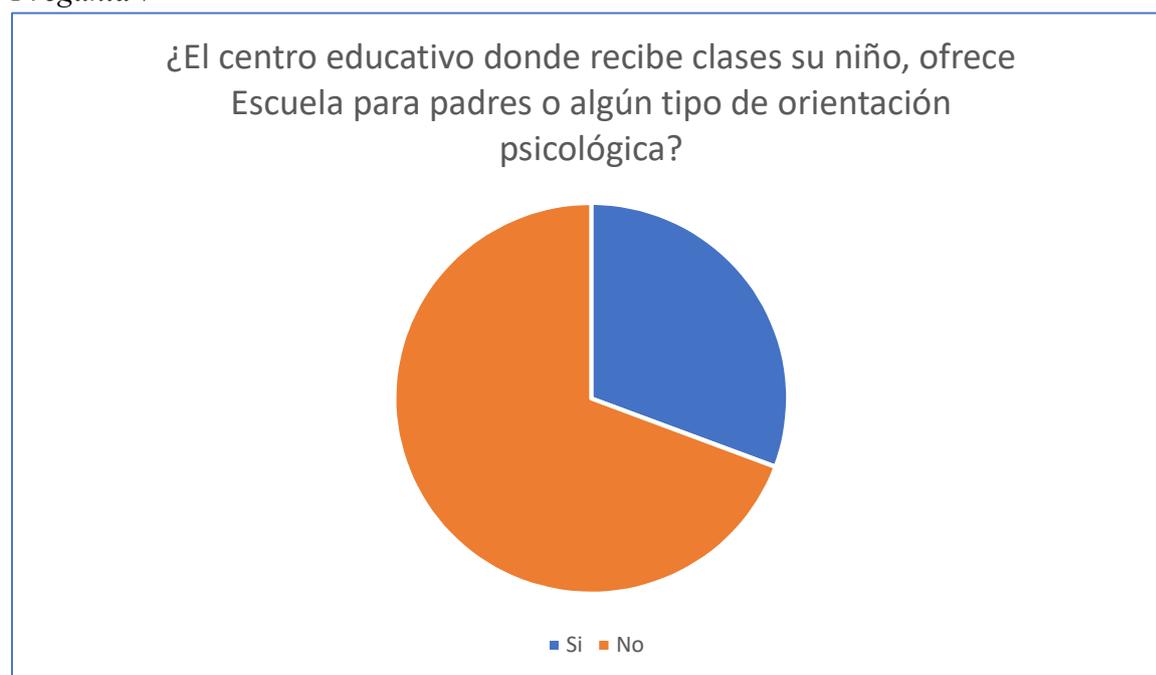
**Tabla Nro.27**

*Pregunta N°7*

¿El centro educativo donde recibe clases su niño, ofrece Escuela para padres o algún tipo de orientación psicológica?		
a. Si	117	31%
b. No	264	69%
	381	100%

**Figura Nro.7**

*Pregunta 7*



Según los datos obtenidos a padres de familia de la provincia de pisco, indican que el 69 % no asistente a sesiones de orientación que se brindan en los colegios, y el 31 % hacen mención que si asisten a las charlas dirigidas a padres de familia en las instituciones educativas.

**Pregunta Numero 8 ¿Si se diera el caso de existir un centro de orientación psicológica en la ciudad de Pisco que le permita mejorar a su niño y a usted su conducta o actitud, estaría dispuesto a contratar el servicio?**

**Tabla Nro.28**

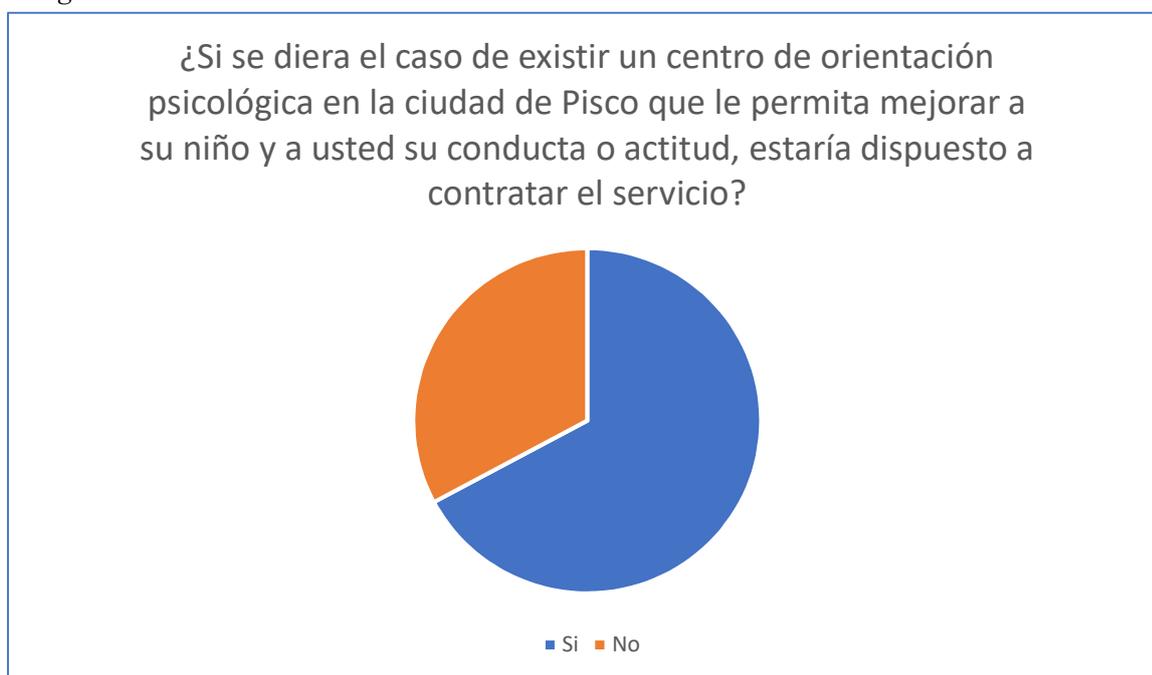
*Pregunta N°8*

**¿Si se diera el caso de existir un centro de orientación psicológica en la ciudad de Pisco que le permita mejorar a su niño y a usted su conducta o actitud, estaría dispuesto a contratar el servicio?**

<b>a. Si</b>	<b>256</b>	<b>67%</b>
<b>b. No</b>	125	33%
	381	100%

**Figura Nro.8**

*Pregunta 8*



Según los datos obtenidos a padres de familia en la provincia de Pisco, mencionan en un 67% de encuestados, que debe de existir un centro de orientación psicológica en la provincia mencionada, mientras que el 33% indican que no

**Pregunta Número 9 ¿Cuál sería el modo ideal para usted, para recibir este tipo de servicio?**

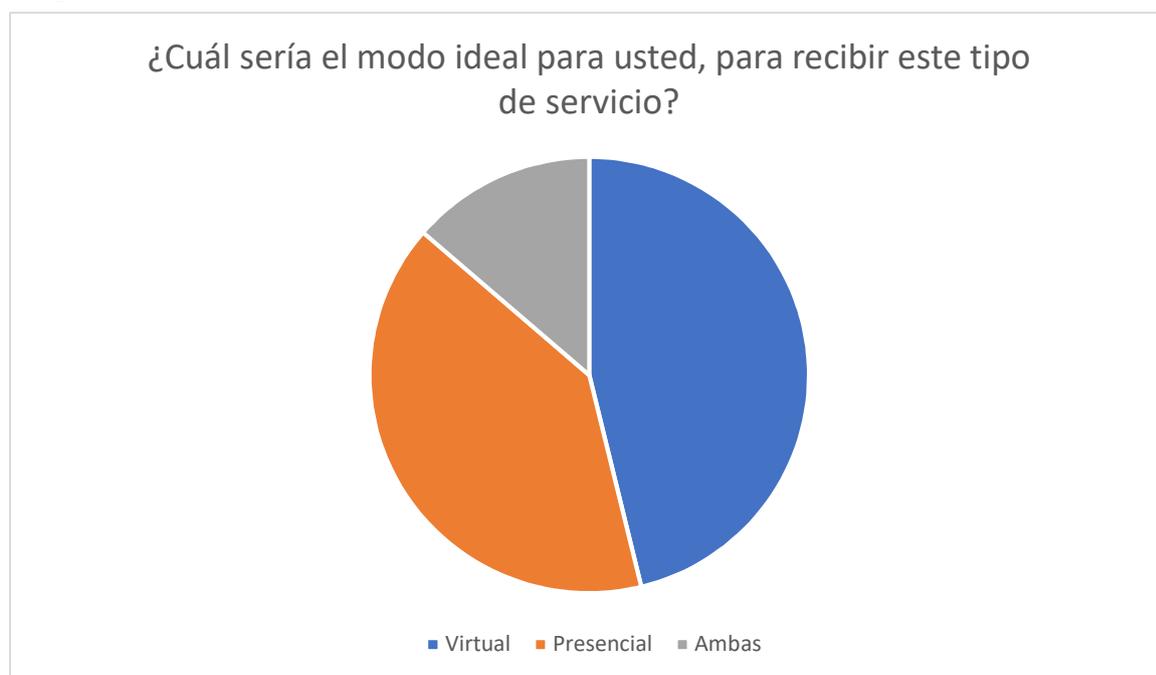
**Tabla Nro. 29**

*Pregunta N°9*

¿Cuál sería el modo ideal para usted, para recibir este tipo de servicio?		
<b>a. Presencial</b>	<b>176</b>	<b>46 %</b>
<b>b. Virtual</b>	153	40%
<b>c. Ambas</b>	52	14%
		100%
	381	

**Figura Nro. 9**

*Pregunta 9*



Según los datos obtenidos a padres de familia de la provincia de pisco, el 46 % refieren que se realice las asesorías psicológicas presenciales, siguiendo con el 40 % que aun desean en modalidad virtual, y el 14 % indican que deben de ser ambas (presencial, virtual).

**Pregunta Número 10 ¿Cuál es el monto económico o contraprestación que estaría dispuesto a pagar por un conjunto de dos sesiones como mínimo de asesoría o terapia psicológica?**

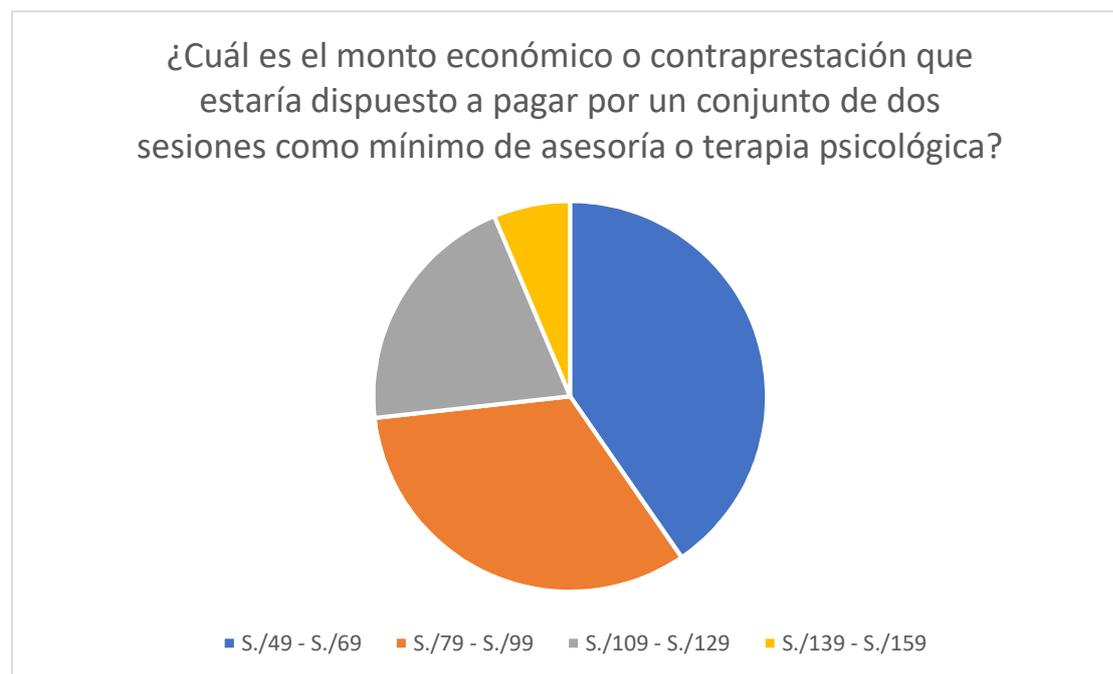
**Tabla Nro. 30**

*Pregunta N°10*

<b>¿Cuál es el monto económico o contraprestación que estaría dispuesto a pagar por un conjunto de dos sesiones como mínimo de asesoría o terapia psicológica?</b>		
<b>a. S/49-69</b>	<b>154</b>	<b>40%</b>
<b>b. S/79-99</b>	125	33%
<b>c. S/109-129</b>	78	21%
<b>d. S/139-159</b>	24	6%
	381	100%

**Figura Nro. 10**

*Pregunta 10*



Según los datos obtenidos a padres de familia de la provincia de pisco, hacen mención que el monto a pagar por dos sesiones, en un 40% de los encuestados sería entre S/50.00 - S/70.00, seguido del 33% que pagarían entre los S/80.00 - S/90.00.

## CAPÍTULO IV

### PLAN DE MARKETING

#### **Servicio a ofrecer**

El servicio que ofrecerá el Centro de Orientación Psicológica MENS SANA son atención de psicología dirigida a niños en edad escolar de 6 a 12 y los padres de familia en edad promedio de 25 a 55, para poder ayudarlo a orientarse en el ámbito de la virtualidad para una correcta salud mental a través de:

***Servicio 1 Orientación y adecuación a la virtualidad:*** es necesario mostrarle al padre de familia las ventajas de la educación virtual y de qué forma puede sacarle provecho en la educación de su hijo.

***Servicio 2 Orientación psicológica al niño y al adulto:*** ambas brindadas de manera personalizada, la finalidad principal de este servicio es poder lograr en el paciente, una liberación y reconocimiento de su diagnóstico, sea por ansiedad, depresión etc.

***Servicio 3 Yoga y ejercicios de respiración:*** usaremos distintas técnicas con la finalidad de hacer soltar al paciente la sensación de retención que puede tener en su organismo, logrando un cuerpo más libre, con menos tensión.

***Servicio 4 Actividades físicas liberadoras:*** a través de la caminata, La pintura con lanzas, las actividades al aire libre, buscamos distraer y ocupar la mente del cliente, enfocándolo en la liberación del estrés que tiene acumulado y que ha generado esta conducta presente.

***Servicio 5 Terapias de aceptación,*** sabemos que la pérdida de un familiar es sumamente traumático y doloroso, es por ellos que buscaremos realizar actividades que nos permitan aceptar la pérdida física de este familiar, y tomar conciencia de lo que significa mantener el cuidado y evitar el contagio del virus.

Cabe mencionar que la atención a los pacientes será de carácter personalizado, tendremos como valor agregado la supervisión de los casos, en los que se discuten cada uno

de los casos con diferentes profesionales con la finalidad de llegar la mejor solución posible para nuestros pacientes.

Mens Sana será capaz de satisfacer eficazmente las necesidades de los pacientes trabajando en los problemas emocionales, educativos y de carácter que pueden haberse dado post COVID.

En el Centro de Orientación Psicológica MENS SANA consideramos que la atención debe ser la más adecuada en el primer contacto con el paciente, es por ello por lo que contrataremos una persona especializada en el rubro atención al cliente, y capacitar a nuestro personal con talleres de calidad de atención al cliente. Sin dejar de lado que ofreceremos un ambiente totalmente renovado y con tendencias actuales, que puedan transmitir al paciente paz y seguridad.

### ***Logo, y descripción logo***

#### **Figura N° 11**

##### *Logo*



El logo de MENS SANA representa 2 colores azul y rojo.

El color azul refleja la serenidad y tranquilidad, el color rojo es el amor, alegría y fuerza, a través de las manos simboliza a las personas que tengan el control de sus propios pensamientos, la mente ligada al corazón que nosotros podamos tener el control psicológico

para vivir tranquilos en armonía y en paz, el amor y el vivir tranquilos es un fundamento de equilibrio para estar en el día a día tranquilos con nuestros pensamientos.

### **Precio**

Basados en el análisis y la necesidad del servicio que vamos a ofrecer, hemos determinado ofrecer paquetes de terapia o asesoramiento a los padres de familia y alumnos en los que está enfocado nuestro público objetivo. Al ser únicos en el mercado, nuestra propuesta de valor sería la diferenciación en los precios de los paquetes de consultas, el precio de lanzamiento sería S/30.00 soles, basados en el promedio de la competencia, y el promedio de pago que indican en la encuesta y en base a la necesidad del cliente nos posicionaremos con dicho precio con el fin de penetrar en el mercado. No queremos ingresar teniendo precio elevado ya que estamos en etapa de lanzamiento. Se iniciará con campañas una vez al mes como descarte gratuito, para luego ofrecerles paquetes promocionales, los cuales tendrán el servicio padre e hijo, para poder obtener a ambos clientes.

### **Plaza:**

**Tabla N° 31**

*Matriz de preferencia Ubicación*

Criterios	Peso	Calle Puno		Urb. Fonavi		Jr. Callao N° 235	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
<b>Cercanía</b>	0.1	1	0.1	4	0.4	3	0.3
<b>Costo Alquiler</b>	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
<b>Espacios abiertos</b>	0.2	4	0.8	4	0.8	5	1.0
<b>Seguridad</b>	0.2	5	1.0	4	0.8	5	1.0
<b>Fácil Acceso</b>	0.2	4	0.8	5	1	4	0.8
<b>Tamaño de infraestructura</b>	0.2	3	0.6	4	0.8	4	0.8
	<b>1.0</b>		<b>3.5</b>		<b>4.0</b>		<b>4.2</b>

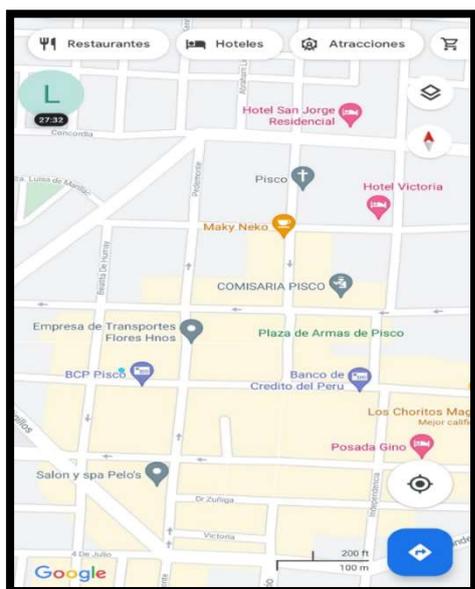
El Centro de Orientación Psicológica Mens Sana, estará ubicado en Jr. callao N° 235 el cual se encuentra en cercanía a un parque (parque bandera) y con salida directa hacia la playa que se encuentra ubicada en la ciudad de Pisco, el cual nosotros vamos a poder utilizar diversos talleres y estrategias que ayudaran a nuestros pacientes.

Para la estrategia de plaza las instalaciones será nuestro único canal de ventas, es por ello que Mens Sana debe de ser de fácil acceso para nuestros pacientes. Cabe resaltar que en la provincia de Pisco aún no hay un centro de orientación psicológica, el cual no da la oportunidad de crecer rápidamente mantenernos en el mercado.

### *Mapa Google maps*

#### **Figura N° 12**

##### *Ubicación*



*Nota: Google maps (2021)*

Tendremos en cuenta elaborar un croquis de llegada al local con la finalidad de difundirnos en las promociones (bolates, activaciones), el cual el cliente tendrá la opción de llegar.

***Foto del frontis con banner o logo de tu negocio***

**Figura N°13**

*Frontis del local*



Nuestro local ubicado en la Callao Callao # en el centro de pisco, como se visualiza en la imagen contaremos con un banner frontal con nuestro logo.

**Promoción:**

Contaremos con presencia en las redes sociales mediante un fan page, en el cual nuestros clientes van a estar informados de las posibles campañas y actualización de precios, también en dicha página vamos a difundir fotografías referenciales de los servicios que vamos a brindar, también consideramos de vital importancia difundir videos de eventos grupales realizados en las dichas instituciones educativas de la ciudad de pisco.

El centro de orientación psicológica Mens Sana realizara tarjetas de presentaciones personales, también tenemos en cuenta que nuestros posibles clientes se sientan motivados con al realizar las entregas de diferentes obsequios como lapiceros, llaveros, calendarios de bolsillos, todos estarán personalizados con el logo del negocio (Centro de Orientación Psicológico MENS SANA)

## *Página web o fan page*

### **Figura N° 14**

#### *Fan page*



### **Persona:**

En esta variable tendremos como objetivo capacitar a nuestro personal en la calidad de servicio que se le brindara a cada uno de nuestros posibles clientes, también es importante mencionar que pondremos a la disposición del personal las herramientas necesarias para llevar a la cabo la tarea comercial (calidad de servicio) de la manera más eficiente.

En el centro de Orientación Psicológica Mens Sana, contaremos con un mensaje el cual se deberá transmitir a cada uno de nuestros clientes, dicho mensaje será “Pedir ayuda no te hace débil te hace humano y de los fuertes ¡No te juzgues!”.

Nuestro factor persona está enfocado en el menor, el padre de familia y el personal del centro.

**El niño de 6 a 12 años:** nuestra prioridad es hacer que el niño genere confianza en nosotros pudiendo así abrirse y soltar todos aquellos aspectos que estén aquejando su salud mental.

**El padre de familia:** segundo cliente, el cual probablemente está generando ansiedad con el

encierro durante la pandemia o la carga económica que puede hacer significado este virus, y al cual buscaremos la forma de que pueda liberar la tensión generada con la finalidad de mejorar el trato, y la comunicación con su familia.

**El personal del centro de orientación:** es importante para nosotras que nuestros colaboradores sientan el respaldo que les brinda nuestra institución, por lo tanto, serán constantemente capacitados por los especialistas, con la finalidad de brindar el mejor trato a estos dos tipos de clientes, y mediante el cual pueda mejorar su crecimiento personal y profesional.

Por otro lado, buscamos potenciar ciertas habilidades en los colaboradores con la finalidad de ofrecer el mejor servicio por lo que describiremos las siguientes

- **Capacidad:** En el centro de Orientación Psicológica Mens Sana busca que los colaboradores sean capaces de cumplir con diversas actividades que se deben desarrollar en el centro del trabajo.
- **Motivación:** Se encarga de motivar a los empleados para que puedan alcanzar sus metas y adquieran un compromiso con la organización.
- **Aptitudes:** En Mens Sana los colaboradores cuentan con un amplio conocimiento del entorno de la empresa, a la vez analizan y aplican la información que se le requiere.
- **Actitud:** En el centro de Orientación Psicológica los colaboradores están motivados dando un siguiente paso a ser eficiente en el centro, es la forma como se reacciona en el centro laboral con compromiso, responsabilidad y actitud positiva.
- **Habilidades:** Los colaboradores tendrán la capacidad de realizar funciones como el trabajo en equipo, capacidad de adaptación, empatía, control de estrés.

## Marketing Mix

### *Programa de acciones tácticas*

#### **Producto/Servicio:**

- Estrategia 1: Alianzas con los CEP de la Ciudad de Pisco
- Estrategia 2: Invitar al Padre de Familia a una sesión de bienvenida gratuita
- Estrategia 3: Realizar sesión de Conexión en el CEP afiliado

#### **Precio:**

- Estrategia 1: Descuento en el Precio en caso de hermanos
- Estrategia 2: Paquete financiado

#### **Plaza:**

- **Estrategia 1:** Utilización de espacios públicos en la playa
- **Estrategia 2:** Uso de locales abiertos para la aplicación de dinámicas grupales

#### **Promoción:**

- **Estrategia 1:** Paquete de 30 Sesiones a 500 soles al contado o financiado en 3 cuotas de 200 soles
- **Estrategia 2:** Sesión Familiares gratuitas para los que obtienen los paquetes
- **Estrategia 3:** Descuento por recomendación.

## Programa y pronóstico de ventas

**Tabla N° 32**

*Proyección de ventas en Unidades*

Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
<b>Talleres de mejora del comportamiento</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Talleres de apoyo psico - educativos</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Talleres de déficit de atención</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Talleres de habilidades sociales, asertividad y autoestima.</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Terapia para familias</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Terapia de lenguaje</b>	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	<b>119</b>
<b>Terapia cognitivo conductual</b>	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	<b>89</b>
<b>Terapia personalizada</b>	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	<b>89</b>
Total - Servicios	<b>891</b>	891										
<b>Total S/.</b>	<b>32,070</b>											

En el cuadro de programa y pronóstico de venta indica que hay mayor cantidad de asesorías según los meses, en los meses de enero y febrero la productividad de asesorías baja ya que los alumnos están de vacaciones, mientras que en época escolar hay mayor afluencia.

## CAPÍTULO V.

### PLAN DE OPERACIONES

#### Objetivos operacionales

- Reducir el porcentaje de aforo de personas en el establecimiento, programando las citas con intervalos de tiempo en entradas y salidas, programando las actividades grupales con tiempo para establecer el uso adecuado del local
- Trabajar con programaciones para un adecuado servicio, respetando el horario e intervalo del Psicólogo para garantizar un servicio de calidad
- Respetar los protocolos de bioseguridad durante la entrega del servicio, promoviendo la cordialidad, empatía, respeto y buen trato al cliente.

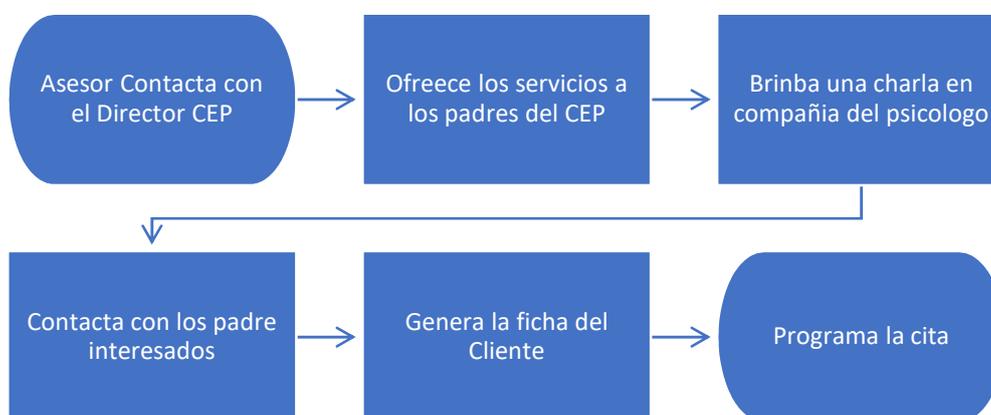
#### Descripción de proceso operacional

##### *Diagrama de flujo*

**Flujograma de Contacto.** A continuación, para la obtención de nuevos clientes, se está utilizando la siguiente representación gráfica, que permitirá a los asesores de ventas organizar y gestionar las actividades requeridas.

#### Figura N°15

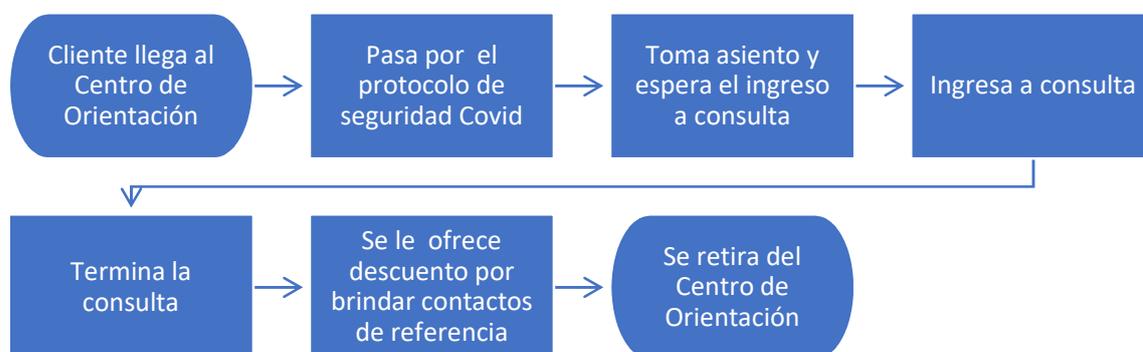
##### *flujograma de contacto*



- **Asesor contacta al director:** El asesor de MENS SANA se contacta directamente con el director del centro educativo, para brindarle información detallada acerca del centro de orientación psicológica.
- **Ofrece los servicios a los padres del CEP:** Nuestros asesores dan a conocer los servicios que brindamos, a los padres de familia y público en general del centro educativo, para así detallar las promociones que brindamos.
- **Brinda una charla en compañía del Psicólogo:** Para darnos a conocer brindaremos una charla gratuita en compañía de los especialistas de MENS SANA.
- **Contacta con los padres interesados:** Nuestros asesores se contactarán directamente con los padres de familia interesados y darán más detalles acerca de nuestro servicio.
- **Genera la ficha del cliente:** Se procederá a la elaboración de su ficha del cliente para obtener sus datos personales.
- **Programa la cita:** Por último, se programa la cita indicando la fecha y hora.

**Flujograma de Atención.** Para que nuestros clientes puedan llevarse una buena cultura de servicio de parte del Centro de Orientación Psicológica Mens Sana, contaremos con el siguiente Flujograma que detallara los protocolos a seguir, dicho objetivo es obtener una buena relación con los consumidores

**Figura N°16**  
*Flujograma de Atención*



- **Ciente llega al Centro de Orientación:** El cliente llega en la fecha y hora programada por el asesor.
- **Pasa por el protocolo de seguridad Covid:** Se procede a la desinfección de calzados, toma de temperatura y lavado de manos, todo ello como medida de prevención frente a la coyuntura que estamos atravesando.
- **Toma asiento y espera el ingreso a consulta:** Se acerca a sala de espera, luego ingresa a la consulta con los especialistas de MENS SANA.
- **Ingres a consulta:** El especialista evalúa al paciente, posterior a ello llena una ficha e indica el diagnostico que presenta, y en breve detalla de cuantas terapias requiere.
- **Termina la consulta:** Termino de la consulta, se le pregunta al cliente si tuviera alguna duda, para así poder ayudarlos antes que se retiren del consultorio.
- **Se le ofrece descuento por brindar contactos de referencia:** Antes de que se retire el cliente le comunicamos acerca de nuestros descuentos exclusivos por brindar información y referir a algunos de sus familiares o conocidos.
- **Se retira del Centro de Orientación:** Damos por concluida el procedimiento de la terapia en centro de Orientación Psicológica Mens Sana.

## **Especificaciones y requerimientos**

### ***Personal***

En el centro de orientación psicológica Mens Sana, se requerirá ocho personales de cuáles se distribuye de la siguiente manera: 1 gerente, 2 psicólogos, 1 asistente, 1 asesor de ventas, 1 recepcionista, 1 personal de limpieza, 1 entrenador de yoga, los ya mencionados cumplirán con su función delegada en cada área.

**Tabla N°33***Requerimiento de personal*

Personal	Cantidad
Gerente	<b>1</b>
Psicólogo	<b>2</b>
Asistente	<b>1</b>
Asesor de Venta	<b>1</b>
Recepcionista	<b>1</b>
Personal de Limpieza	<b>1</b>
Entrenador de Yoga	<b>1</b>

**Equipos y muebles**

En cuanto al requerimiento de maquinaria y equipos, contaremos cómo ya antes mencionado con lo último en tecnología, en este caso vamos a utilizar 3 computadoras de última generación, 3 celulares Smartphone de última gama, 1 teléfono fijo, 1 impresora, todo ello nos serviría para ofrecer un mejor servicio.

**Tabla N° 34***Requerimiento de maquinarias y equipos*

Equipos	Cantidad
Computadoras	<b>3</b>
Teléfonos celulares	<b>3</b>
Teléfono fijo	<b>1</b>
Impresora	<b>1</b>

En nuestras oficinas de Mens Sana, estamos requiriendo muebles de oficina cómo son: 2 escritorios, 1 sillón, 15 sillas, 10 mantas Mat, 1 mostrador, lo mencionado nos servirá para que el cliente se sienta en un ambiente acogedor y grato.

**Tabla N° 35***Requerimiento de muebles*

Muebles	Cantidad
Escritorios	<b>2</b>
Sillón	<b>1</b>
Sillas	<b>15</b>
Mantas MAT	<b>10</b>
Mostrador	<b>1</b>

**Plan de calidad**

En el Centro De Orientación Psicológica Mens Sana contaremos con un plan de calidad el cual procederemos a explicar

- **En función al Servicio**

Nuestro personal como los psicólogos que estarán a cargo de nuestros pacientes cuentan con capacidades y habilidades el cual nos asegura que brindara una calidad de servicio a nuestros pacientes.

**Tabla N°36***Función al Servicio*

REQUISITOS	DESCRIPCIÓN
Titulo	Profesional Titulado en Psicología, con especialidad en Psicología clínica, neuropsicología, psicología de la educación y del desarrollo o psicología social
Experiencia	Mínimas de 3 años en cualquiera de las especialidades
Habilidades	Manejo de dinámicas en grupo Conocimientos de liderazgo Cultura organizacional Formas de interacción Recursos comunicativos Identidad social

- **En función al cliente**

- Llevaremos una atención personalizada y continua a nuestros pacientes y posibles clientes, con la finalidad de comprender sus necesidades mediante una constante comunicación.

- Buscaremos la actualización de nuestros servicios, con estudios constantes en el conocimiento de nuevas áreas, que nos permita llevar una ligera delantera en las necesidades de los clientes y las nuevas demandas de nuestro público objetivo.
- Tendremos en cuenta los protocolos de seguridad por la COVID – 19, es por ello por lo que en el local de operaciones estará todo debidamente señalizado. Nuestros pacientes al ingresar se les realizara una correcta desinfección
- Nuestra sala de espera contara con el debido distanciamiento para evitar posibles contagios. Así mismo las citas estarán programadas con 30 minutos de separación entre cada cita para evitar el cruce entre nuestros pacientes.
- **En función a la Infraestructura**
  - Realizaremos constante capacitación a nuestro personal sobre los planes de seguridad ante un posible desastre natural
  - Programaremos simulacros de desastres naturales de manera anual
  - Promover contante mejora en la tecnología de nuestros equipos y sistema
  - Desinfección de las áreas entre consulta

## **Plan de seguridad**

### ***En caso de Incendios***

Consideramos importante llevar un plan que nos ayude a evitar un caso de incendios:

- Supervisión mensual de los extintores, para determinar si requieres algún tipo de mantenimiento para su conservación
- Realizar una limpieza diaria de todas las áreas
- Llevar una correcta instalación en los cableados eléctricos. De manera semanal realizar una inspección del estado de los cableados mencionados.
- Cada personal que forme parte del Centro de Orientación Psicológica Mens Sana será

previamente capacitado e instruido del uso correcto de los equipos contra incendios.

- Se llevará de manera anual un simulacro de actuación en caso de incendio.

En caso de incendios determinaremos un colaborador encargado para que pueda dominar la situación y ayuda de los demás colaboradores y mantendremos el siguiente plan:

- El colaborador más cerca al incendio deberá apagarlo, utilizando los extintores disponibles y según el tipo de fuego.
- Si el fuego es tipo B (combustible) o C (electricidad), la persona encargada que será designada de manera previa deberá cortar el fluido eléctrico
- Durante el incendio se debe mantener ajeno el ingreso de cualquier otra persona al Centro de Orientación Psicológica Mens Sana.
- En caso no se pueda controlar se deberá informar de manera inmediata a los bomberos.

### **En caso de Sismos**

- De manera mensual se otorgará el cargo a un colaborador en específico para que cumpla las siguientes funciones como prevención ante un posible sismo.
- Orientar a todos los colaboradores del Centro de Orientación Psicológica Mens Sana, sobre los peligros de las zonas laborales al momento de un sismo
- Coordinar con el personal un punto específico de reunión al exterior de las instalaciones del Centro de Orientación y ayudar a que se pueda mantener la calma en los colaboradores
- Corroborar que se encuentren todos los colaboradores al momento de realizar la evacuación.
- Cabe mencionar que mensual se llevara a cabo capacitaciones al personal con la finalidad de mantenerlos informados del plan de emergencia ante un posible sismo por ello llevaremos el siguiente plan de emergencia ante un sismo:

- Mantener y transmitir la calma entre colaboradores y pacientes que se puedan encontrar durante el acto.
- Definir un lugar seguro en el que se posicionara el personal, importante resaltar que debe estar alejado de objetos que puedan caer (objetos pesados, ventanas y vidrios, entre otros)
- Cada colaborador deberá iniciar el proceso de evacuación al término del sismo, Para el Centro de Orientación Psicológica Mens Sana el punto de evacuación más cercano es el Parque Bandera ubicado a dos cuadras del local de operaciones.

### **En caso de Asaltos**

En caso de sufrir un asalto o robo en el Centro de Orientación Psicológica Mens Sana adoptaremos ciertas medidas:

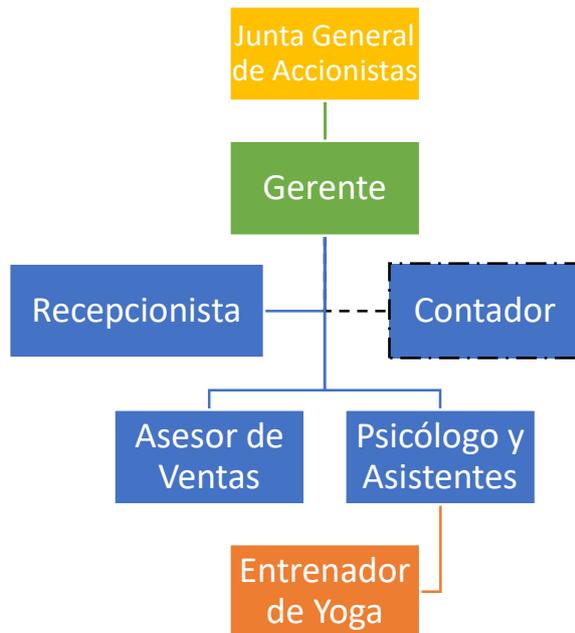
- El personal en cuestión deberá mantener la calma y actuar con prudencia, no realizar actos heroicos, no oponer resistencia ya que el asaltante puede estar armado. Ya que primero es su salud e integridad física.
- Si los delincuentes escapan en un vehículo tratar de anotar el modelo, el color y placas.
- En caso tomen como rehén el personal no deberá resistirse o intentar escapar. En caso de disparos el personal deberá tirarse al suelo y cubrirse.
- Se deberá reportar de manera inmediata el incidente a los serenazgos que peinan la zona, es importante que se realice el reporte, ya que así se podrá encontrar con mayor facilidad a los asaltantes. Cabe mencionar que el reporte será por vía telefónica.
- Después del reporte se deberá avisar a la policía y sentar la denuncia con la dirección exacta del Centro de Orientación
- Los colaboradores quedaran prohibidos de tocar objetos que puedan servir para rastrear indicios sobre los responsables.

## CAPÍTULO VI.

### ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### Estructura de la organización

**Figura N°17**  
*Organización de la empresa*



Para esta organización hemos decidió optar por el organigrama lineal, ya que como podemos visualizar el gerente es la cabeza de la empresa quien se encargará de la dirección, organización, supervisión y evaluación de la empresa. Cabe resaltar que el contador es tercerizado en la empresa. Le sigue la recepcionista que su función será la encargada de la recepción de los documentos de los pacientes. A su vez el asesor de ventas juega un papel muy importante dentro de la empresa ya que es el encargado de atraer nuevos clientes. Siguiendo con los psicólogos y asistentes quienes se encargarán de dar solución a los problemas existentes en nuestros pacientes, finalmente se encuentra el entrenador de yoga ya que él se encargará de relajar, desestresar a los pacientes.

## **Plan de Gestión del Talento**

Para llevar a cabo un adecuado plan de gestión del talento, se debe de aplicar un buen clima organizacional y a la vez la satisfacción del colaborador es por ello por lo que se debe representar el esfuerzo y la actividad humana de un grupo de individuos, y debe de considerarse los factores y habilidades que estos individuos poseen para que puedan realizar un adecuado trabajo, para ello tenemos un programa de potenciación de sus talentos, a través de:

- **Capacitación:** El Centro Psicológico Mens sana Capacitará 2 veces al año en constante preparación al personal, ya que cada uno se desempeñará en su área laboral.
- **Incentivos:** Ofreceremos al colaborador un incentivo como estímulo por su desempeño en la empresa, con el fin de motivarlos para que así ellos aumenten su rendimiento.

### ***Programa de comisiones e incentivos:***

Mens sana dará un incentivo a los asesores del centro del centro de orientación psicológica, si los pacientes dan una calificación de atención buena o excelente puntaje de 8 a 10.

Los asesores tendrán su sueldo fijo, y como extra comisionarán por cada cliente captado.

### ***El trabajador del mes:***

En Mens Sana se premiará al trabajador del mes, por su desempeño, liderazgo, apoyo y actitud colaborativa, ya que beneficiaran a la empresa. Lo mencionado se renovará mensualmente, y puede ser otorgada al mismo colaborador u otro dependiendo de su rendimiento.

### ***Aguinaldo de Navidad y fiestas patrias:***

Se le otorgara a nuestros colaboradores aguinaldo en fiestas patrias, navidad con ello una vez más incentivamos su desempeño laboral.

***Aumento de sueldo 5% al año:***

En Mens Sana se aumentará el sueldo a sus colaboradores según su desempeño, rendimiento y a su vez alcanzando las metas trazadas propuestas por la empresa.

- Desarrollo Profesional Certificado: Buscaremos que el desarrollo profesional de nuestro colaborador sea un proceso continuo, para que así se supere profesionalmente, alcanzando sus retos y aspiraciones.

**Principales funciones que se requieren en el negocio*****Junta de accionistas***

- Aprobación de las cuentas anuales, distribución del resultado y aprobación de la gestión
- El nombramiento del gerente
- La disolución de la sociedad en caso se diera
- Toma de decisiones

***Gerente***

- Correcto manejo de los recursos del centro de orientación psicológico, rindiendo cuentas de forma mensual
- Supervisar y evaluar el trabajo de los demás colaboradores
- Asignar nuevos paquetes y promociones en relación con nuestro público objetivo
- Ajustar presupuesto de nuevas promociones e implementación de nuevos materiales
- Ser el líder de Mens Sana.
- Organizar capacitaciones al personal.
- Fijar objetivos mensuales a los asesores de ventas.

***Contador***

- Realizar informes quincenales de los ingresos y egresos del Centro de orientación psicológica
- Hacerse responsables del pago de los colaboradores y cobro de gastos comunes del local

de operaciones

- Realizar el correcto uso de los libros contables
- Declarar a la SUNAT mensualmente

### ***Recepcionista***

- Manejo del movimiento de las redes sociales de Mens Sana
- Informes diarios de las citas programadas y de cada persona que ingresa al local de operaciones
- Elabora los horarios de trabajo del personal
- Brindar información a clientes que se acercan al establecimiento

### ***Psicólogos***

- Orientar a los pacientes en la terapia
- Usar diferentes técnicas en la terapia
- Encargados de los talleres al aire libre
- Definir un paquete de sesiones a nuestros pacientes

### ***Asesores de ventas***

- Brindar informes a personas interesadas en nuestros paquetes
- Volanteo en puntos clave de la Ciudad de Pisco
- Realizar seguimiento a posibles interesados

### ***Entrenador de yoga***

- Enseñar los ejercicios necesarios
- Enseñar a Usar las herramientas de ejercicio de manera correcta
- Programar la agenda con los pacientes y actividades programadas por el psicólogo

## Políticas y estrategias para la administración del talento

Para implementar las políticas de la empresa, y con la finalidad de mejorar utilizaremos algunas estrategias para la administración del talento.

- Captar y atraer al colaborador con el sueldo.
- Se establecerá metas alcanzables.
- Crecerán profesionalmente capacitándolos constantemente.
- Se motivará a los colaboradores con bonos e incentivos.
- Se premiará al colaborador del mes.

## La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones

**Tabla N°37**

*La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones*

Personal	Cantidad	H.M00	Asig. Familiar	Essalud	CTS	Gratificación	H.A	Anual
Gerente General	1	S/.1,681.00	S/.102.50	S/.160.52	S/.80.51	S/.148.63	S/.2,173.15	S/.26,077.74
Recepción	1	S/.1,281.00	S/.102.50	S/.124.52	S/.62.45	S/.115.29	S/.1,685.76	S/.20,229.08
Personal Ventas	1	S/.1,140.50	S/.102.50	S/.111.87	S/.56.11	S/.103.58	S/.1,514.56	S/.18,174.73
Psicólogo	2	S/.2,952.50	S/.205.00	S/.284.18	S/.142.53	S/.263.13	S/.3,847.33	S/.46,167.91
Asistente	1	S/.1,152.50	S/.102.50	S/.112.95	S/.56.65	S/.104.58	S/.1,529.18	S/.18,350.19
Yoga	1	S/.1,252.50	S/.102.50	S/.121.95	S/.61.16	S/.112.92	S/.1,651.03	S/.19,812.36
Mantenimiento	1	S/.952.50	S/.102.50	S/.94.95	S/.47.62	S/.87.92	S/.1,285.49	S/.15,425.86
	8					TOTAL	S/.13,686.49	S/.164,237.87

## Aspectos legales, tributarios y societarios

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

Para realizar la constitución del Centro de Orientación Psicológica Mens Sana, realizaremos los siguientes pasos detallados a continuación:

#### **Figura N° 18**

*Pasos para la constitución de la empresa*



**Búsqueda de nombre** – El trámite debe hacerse a título personal en Sunarp, tiene un costo de S. / 5.00, costo verificado según la página del gobierno del Perú, importante resaltar que se puede obtener el resultado el mismo día.

**Reserva de nombre** – Luego se debe realizar una reserva de nombre que tiene un costo de S. / 20.00, el cual te da la preferencia para inscribir tu empresa con el nombre elegido por 30 días.

**Elaboración de la minuta de constitución** – Debe ser realizado por un abogado y deberá contener los estatutos de la empresa que se va a crear (Centro de Orientación Psicológica Mens Sana)

**Apertura de una cuenta bancaria** – Si aportas como capital social activos monetarios (dinero), se deberá aperturar una cuenta bancaria en el banco de preferencia (Interbank)

**Escritura pública** – Es un documento que sirve para darle formalidad a la minuta, autorizado debidamente por un notario que da fe del contrato y es firmado por el titular o dichos accionistas de la empresa.

**Inscripción de registros públicos** – Una vez sea obtenida la escritura pública, el notario, el titular o los accionistas tendrán que inscribir a la empresa en la oficina registral competente en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.

**Testimonio de la empresa** – Luego de ser inscritas en Registro de Personas Jurídicas, la notaría deberá entregarte el Testimonio de la Empresa.

### **Pasos para sacar el RUC:**

- a. Presentar los DNI
- b. Ficha certificada emitida por los Registros Públicos
- c. Recibos de agua, luz o teléfono
- d. Domicilio fiscal.

### **Registros complementarios**

- Licencia de Funcionamiento

Cabe resaltar que la información expuesta a continuación, fue obtenida directamente de la Municipalidad Provincial de Pisco en el año 2020.

### **Figura 19** **Aspectos legales, tributarios y societarios**



- Licencia para un Letrero

## Figura 20

### *Requisitos para la licencia de letrero*

Duplicado de Licencia de Funcionamiento definitiva o temporal (A) Base legal: - Constitución Política del Perú - Ley N° 27444 - Ley N° 28976 - Ley N° 29060 Decreto Supremo N° 066-2007-PCM Decreto Supremo N° 096 - 2007 –PCM Decreto Supremo N° 062 - 2009 –PCM Decreto Supremo N° 025 - 2010 –PCM Decreto Supremo N° 064 - 2010 –PCM Resolución Ministerial N°228- 2010 – PCM Decreto Supremo N° 007 - 2011 -PCM	1. Formato de solicitud de declaración jurada de Licencia de Funcionamiento que incluya: - N° de RUC y N° de DNI o carné de extranjería del solicitante. - N° de DNI o carné de extranjería del representante cuando actúen mediante representación (persona natural) o del Representante Legal (persona jurídica). 2. Carta poder del representante con firma legalizada (persona natural) o vigencia de poder del representante legal (persona jurídica), de ser el caso. 3. Verificados los requisitos se procede al pago por derecho de tramitación.	Formato 001/Mesa de Partes de la Gerencia de Promoción Económica y Servicios a la Ciudad/ página web municipal	1.13	41.42
---	--	--	------	-------

## Comprobantes de Pago

Para Solicitar la autorización de impresión seguimos los siguientes pasos:

- Ingresar con tu Clave SOL
- A la imprenta que selecciones, le comunicaremos tu solicitud de impresión a través del Buzón SOL.
- Cuando la imprenta acepte esta solicitud, el sistema generará el número de autorización y te la comunicaremos al Buzón SOL. (SUNAT, 2018)

## Requisitos para poder registrar nuestra marca

**Según INDECOPI para registrar una marca deben seguirse los siguientes pasos:**

- Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente
- Indicar los datos de identificación del solicitante
- Consignar los datos de identificación del representante y presentar el documento de poder
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar
- Consignar los productos o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado
- Adjuntar lista de integrantes.

- Adjuntar el reglamento de uso de la marca
- Firmar la solicitud por el representante.
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo equivale al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. (INDECOPI, 2022).

**Los costos para que se pueda conformar la empresa son:**

- Búsqueda del nombre (S/ 5.00)
- Pagar por la reservación del nombre (S/ 20.00)
- Elaborar la minuta y escritura pública (S/ 350.00)
- Inscripción en el RUC (Gratis)
- Obtención de la Licencia de Funcionamiento Municipal (S/ 147.43)
- Licencia para un letrero (S/ 41.42)

**Aspecto Tributario: Obligaciones tributarias**

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 ().

Tasas de Impuesto:

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

**Tabla N° 38**  
*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

### **Aspecto Societario:**

Empresa SRL:

Principales características de una SRL

Tenemos:

- Aporte de los socios son indivisibles y acumulables, es responsabilidad de cada socio limitar el capital aportado.
- Consideramos ventajas que los socios no responden con bienes personal por las deudas que puedan afrontar la empresa, ya que su responsabilidad se limita a los suscrito en el patrimonio.
- La SRL presenta acciones que son acciones son personales y no pueden comercializarse
- Según lo que hemos investigado la SRL Es dial para empresa de tamaño pequeño, y basándonos en nuestro plan de negocio Mens sana está dirigido hacer una pequeña empresa.
- También consideramos que es importante formar parte de una SRL ya que su constitución es simple y no requieren más requisitos a diferencia de otra forma de asociación.

## CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO

### Plan de inversiones

#### *Inversión fija tangible*

La inversión fija tangible para el proyecto del centro psicológico de MENS SANA, contaremos con diferentes equipos y artefacto como se puede observar en la tabla N.39, teniendo un valor de inversión tangible equivalente a S/. 46,260.00

**Tabla N°39**

#### *Inversión fija tangible*

INVERSION FIJA TANGIBLE			
CONCEPTO	CANTIDAD	UNITARIO	Valor INVERSION
<b><u>EQUIPOS Y ARTEFACTOS</u></b>			
Tv LED - LG 50"	4	S/. 2,500.00	S/. 10,000.00
Equipos de Música LG	2	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
Celulares	3	S/. 3,400.00	S/. 10,200.00
Equipo de aire Acondicionado – LG	4	S/. 1,750.00	S/. 7,000.00
Cafetera	1	S/. 500.00	S/. 500.00
Microondas	1	S/. 600.00	S/. 600.00
Juego de Vasos	4	S/. 85.00	S/. 340.00
Juego de cubiertos	2	S/. 120.00	S/. 240.00
Juego de enseres	2	S/. 115.00	S/. 230.00
Letrero Mens Sana	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Tachos y Portapapeles	6	S/. 120.00	S/. 720.00
Botiquín y Extintor	1	S/. 180.00	S/. 180.00
Computadora i7 HP	1	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00
Impresora HP-550	1	S/. 750.00	S/. 750.00
Estanterías - Tacho – Portapapeles	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Escritorio - TVILUM y Sillón Gerencial	1	S/. 650.00	S/. 650.00
Sillones AOC	6	S/. 125.00	S/. 750.00
Computadora i7 HP	2	S/. 1,355.00	S/. 2,710.00
Impresora HP-550	1	S/. 550.00	S/. 550.00
Estanterías - Tacho – Portapapeles	3	S/. 200.00	S/. 600.00
Escritorio – TVILUM	2	S/. 160.00	S/. 320.00
Sillón S/A	6	S/. 50.00	S/. 300.00
Módulo de Atención y Estanterías	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00
Escritorio – TVILUM	2	S/. 160.00	S/. 320.00
Sillón S/A	6	S/. 50.00	S/. 300.00
	0	S/. -	S/. -
<b>TOTAL INVERSION FIJA TANGIBLE - IME</b>			<b>S/. 46,260.00</b>

### ***Inversión fija intangible***

Sistema de inversión intangible para la constitución de la empresa MENS SANA tendrá un total de inversión fija intangible de S/. 19,481.00

En lo detallado se explica, que para el inicio de las operaciones debemos estar constituidos y con los permisos correspondientes y así mismo realizaremos un estudio de mercado previo para conocer mas a fondo las necesidades del mercado pisqueño, con respecto a nuestros servicios de asesoría psicomotriz

#### **Tabla N°40**

##### *Inversión fija intangible*

<b>INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>				
<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>Valor INVERSION</b>
Registro de la marca MENS SANA		1	S/. 535.00	S/. 535.00
Lic. Municipal y Permiso Letrero		1	S/. 2,930.00	S/. 2,930.00
Estudio de Mercado		1	S/. 9,500.00	S/. 9,500.00
Acondicionamiento		1	S/. 4,795.00	S/. 4,795.00
Elaboración de Minuta		1	S/. 250.00	S/. 250.00
Constitución de Empresa		1	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00
Publicidad de Lanzamiento		1	S/. 71.00	S/. 71.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE</b>				<b>S/. 19,481.00</b>

### ***Capital de trabajo***

En el estudio sobre nuestro capital de trabajo tenemos la remuneración de los sueldos, los servicios básicos (agua, luz), alquiler de local, publicidad, implementos de yoga, papelería, contando con un importe de S/. 27,025.50 de manera mensual y un total de S/. 79,775.93 para los 3 meses y de esta manera poder evitar cualquier contratiempo que se pueda presentar.

**Tabla N°41***Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	Importe	Periodo	Total
Gerente General	S/. 2,184.72	3	S/. 6,554.16
Recepción	S/. 1,697.33	3	S/. 5,092.00
Sueldo Ventas	S/. 1,514.56	3	S/. 4,543.68
Luz	S/. 350.00	3	S/. 1,050.00
Alquiler de Local	S/. 1,840.00	3	S/. 5,520.00
Artículos de Oficina	S/. 150.00	3	S/. 450.00
Movilidad – Taxi	S/. 78.00	3	S/. 234.00
Contador	S/. 500.00	3	S/. 1,500.00
Servicio Telefonía	S/. 360.00	3	S/. 1,080.00
Interés Financiero	S/. 1,532.78	3	S/. 4,598.35
Página web	S/. 104.78	1	S/. 104.78
Otros Gastos	S/. 118.00	3	S/. 354.00
Logística Interna (Inventarios, transporte, almacenamiento)	S/. 170.00	3	S/. 510.00
Publicidad y Promoción	S/. 545.50	1	S/. 545.50
Servicio Psicológico	S/. 3,563.38	3	S/. 10,690.13
Stevia	S/. 178.17	3	S/. 534.51
Agua	S/. 178.17	3	S/. 534.51
Café	S/. 178.17	3	S/. 534.51
Plumones	S/. 534.51	3	S/. 1,603.52
Papelotes	S/. 668.13	3	S/. 2,004.40
Manta Mat	S/. 445.42	3	S/. 1,336.27
Material Lúdico	S/. 712.68	3	S/. 2,138.03
Electricidad	S/. 445.42	3	S/. 1,336.27
Imprevistos	S/. 374.12	3	S/. 1,122.35
por Mano de Obra Operativa (Asistente, Yoga y Personal de Mantenimiento)	S/. 8,486.66	3	S/. 25,459.98
Indirecto Fabricación	S/. 115.00	3	S/. 345.00
<b>TOTAL PARA 3 Meses</b>	<b>S/. 27,025.50</b>		<b>S/. 79,775.93</b>

### ***Estructura de la Inversión***

Para el inicio de nuestras operaciones vamos a necesitar el importe de S/. 145,516.93, los mismos que de manera detallada se encuentran en los cuadros anteriores, como son el capital de trabajo, las inversiones fija tangible e intangible.

**Tabla N° 42**

#### *Estructura de la Inversión*

<b>ESTRUCTURA DE LA INVERSION</b>			
INVERSION FIJA	S/ <b>65,741.00</b>		45.18%
INVERSION FIJA TANGIBLE	S/. 46,260.00		31.79%
INVERSION FIJA INTANGIBLE	S/. 19,481.00		13.39%
CAPITAL DE TRABAJO		S/. 79,775.93	54.82%
<b>TOTAL DE INVERSION</b>		<b>S/. 145,516.93</b>	<b>100.00%</b>

### ***Estructura Inversión***

En nuestra estructura de inversión tenemos un aporte propio por tres socias que darán S/. 33,000.00 cada una obteniendo una suma de S/. 99,000.00 con el 69% y un financiamiento de terceros producto de un préstamo bancario por la Caja Huancayo equivalente a S/. 46,516.93 obteniendo un resultado de 31%, el total de inversión de capital para poner en marcha el negocio asciende a S/. 145,516.93.

**Tabla N°43**

#### *Estructura Inversión*

<b>Concepto</b>	<b>Inversión Total</b>	<b>Aporte Propio</b>	<b>Aporte Terceros</b>
Inversión	145,516.93	99,000.00	46,516.93
Aporte dinerario de los socios	99,000.00		
Financiamiento	46,516.93		
Intangibles	19,481.00	19,481.00	
Tangibles	46,260.00	46,260.00	
Capital de trabajo - Anual	79,775.93	33,259.00	46,516.93
<b>Total</b>	<b>79,775.93</b>		

**Tabla N°44**  
*Estructura Inversión*

INVERSION DEL CAPITAL DE TRABAJO			%
ESQUEN CASTRO LESLY	S/.	33,000.00	23%
JHONSON BENDEZU SHIRLEY NIKOLE	S/.	33,000.00	23%
SAENZ PATIÑO CAROLAY ANDREA	S/.	33,000.00	23%
PRESTAMO BANCARIO	S/.	46,516.93	31%
<b>TOTAL DE INVERSION DE CAPITAL</b>	<b>S/.</b>	<b>145,516.93</b>	<b>100%</b>

### Servicio de la Deuda

Servicio de deuda de 3 identidades bancarias, elegimos Caja Huancayo una tasa de interés de 28.86% con un pago de frecuencia mensual de S/. 1,731.94 por el periodo de 36 meses por un capital de S/. 46,516.93 y con 1 periodo de gracia.



N°	SALDO	AMORTIZACIÓN		CUOTA
		CAPITAL	INTERES (%)	
		S/. 46,516.93	28.86	ANUAL

Requisitos:  
Prenda Hipotecaria  
DNI  
Aval  
Declaración Jurada  
PDT  
Escritura Publica



N°	SALDO	AMORTIZACIÓN		CUOTA
		CAPITAL	INTERES (%)	
		S/. 46,516.93	31.86	ANUAL

Requisitos:  
Prenda Hipotecaria  
DNI  
Aval  
Declaración Jurada  
PDT  
Escritura Publica



N°	SALDO	AMORTIZACIÓN		CUOTA
		CAPITAL	INTERES (%)	
		S/. 46,516.93	32.00	ANUAL

Requisitos:  
Prenda Hipotecaria  
DNI  
Aval  
Declaración Jurada  
PDT  
Escritura Publica

### Préstamo y Resumen

CAPITAL	S/.	46,516.93
FRECUENCIA DE PAGO	Mensual	
TIPO INTERES NOMINAL	28.86%	
TIPO DE INTERES		
EFFECTIVO	0.016779312	
DURACIÓN EN AÑOS	3 años	
NUMERO TOTAL DE PAGOS	<b>36</b>	
Periodo de Gracia	<b>1</b>	

**Tabla N°44**  
*Resumen Anual de la deuda*

RESUMEN ANUAL DE LA DEUDA					
		CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	SALDO INSOLUTO
AÑO	1	S/. 46,516.93	S/. 8,442.52	S/. 11,389.36	S/. 35,127.57
AÑO	2	S/. 35,127.57	S/. 5,734.21	S/. 15,049.08	S/. 20,078.49
AÑO	3	S/. 20,078.49	S/. 2,408.17	S/. 20,078.49	S/. 0.00
	<b>TOTAL</b>		S/. 16,584.90	S/. 46,516.93	

**Cronograma**

PERIODO	MENSUALIDAD	INTERES	AMORTIZACIÓN	CAPITAL
0				S/. 46,516.93
1	S/. 1,731.94	S/. <b>780.52</b>		S/. 46,516.93
2	S/. 1,731.94	S/. <b>780.52</b>	S/. 951.42	S/. 45,565.51
3	S/. 1,731.94	S/. <b>764.56</b>	S/. 967.38	S/. 44,598.13
4	S/. 1,731.94	S/. <b>748.33</b>	S/. 983.62	S/. 43,614.51
5	S/. 1,731.94	S/. <b>731.82</b>	S/. 1,000.12	S/. 42,614.39
6	S/. 1,731.94	S/. <b>715.04</b>	S/. 1,016.90	S/. 41,597.49
7	S/. 1,731.94	S/. <b>697.98</b>	S/. 1,033.96	S/. 40,563.53
8	S/. 1,731.94	S/. <b>680.63</b>	S/. 1,051.31	S/. 39,512.21
9	S/. 1,731.94	S/. <b>662.99</b>	S/. 1,068.95	S/. 38,443.26
10	S/. 1,731.94	S/. <b>645.05</b>	S/. 1,086.89	S/. 37,356.37
11	S/. 1,731.94	S/. <b>626.81</b>	S/. 1,105.13	S/. 36,251.24
12	S/. 1,731.94	S/. <b>608.27</b>	S/. 1,123.67	S/. 35,127.57
		S/. <b>8,442.52</b>	S/. <b>11,389.36</b>	S/. 35,127.57
13	S/. 1,731.94	S/. <b>589.42</b>	S/. 1,142.52	S/. 33,985.05
14	S/. 1,731.94	S/. <b>570.25</b>	S/. 1,161.70	S/. 32,823.35
15	S/. 1,731.94	S/. <b>550.75</b>	S/. 1,181.19	S/. 31,642.16
16	S/. 1,731.94	S/. <b>530.93</b>	S/. 1,201.01	S/. 30,441.16
17	S/. 1,731.94	S/. <b>510.78</b>	S/. 1,221.16	S/. 29,220.00
18	S/. 1,731.94	S/. <b>490.29</b>	S/. 1,241.65	S/. 27,978.35
19	S/. 1,731.94	S/. <b>469.46</b>	S/. 1,262.48	S/. 26,715.86
20	S/. 1,731.94	S/. <b>448.27</b>	S/. 1,283.67	S/. 25,432.20
21	S/. 1,731.94	S/. <b>426.73</b>	S/. 1,305.21	S/. 24,126.99
22	S/. 1,731.94	S/. <b>404.83</b>	S/. 1,327.11	S/. 22,799.88
23	S/. 1,731.94	S/. <b>382.57</b>	S/. 1,349.37	S/. 21,450.51
24	S/. 1,731.94	S/. <b>359.92</b>	S/. 1,372.02	S/. 20,078.49
		S/. <b>5,734.21</b>	S/. <b>15,049.08</b>	S/. 20,078.49
25	S/. 1,731.94	S/. <b>336.90</b>	S/. 1,395.04	S/. 18,683.45
26	S/. 1,731.94	S/. <b>313.50</b>	S/. 1,418.45	S/. 17,265.01
27	S/. 1,731.94	S/. <b>289.69</b>	S/. 1,442.25	S/. 15,822.76
28	S/. 1,731.94	S/. <b>265.50</b>	S/. 1,466.45	S/. 14,356.31
29	S/. 1,731.94	S/. <b>240.89</b>	S/. 1,491.05	S/. 12,865.26
30	S/. 1,731.94	S/. <b>215.87</b>	S/. 1,516.07	S/. 11,349.19
31	S/. 1,731.94	S/. <b>190.43</b>	S/. 1,541.51	S/. 9,807.68
32	S/. 1,731.94	S/. <b>164.57</b>	S/. 1,567.38	S/. 8,240.31
33	S/. 1,731.94	S/. <b>138.27</b>	S/. 1,593.67	S/. 6,646.63
34	S/. 1,731.94	S/. <b>111.53</b>	S/. 1,620.42	S/. 5,026.22
35	S/. 1,731.94	S/. <b>84.34</b>	S/. 1,647.60	S/. 3,378.61
36	S/. 1,731.94	S/. <b>56.69</b>	S/. 3,378.61	S/. 0.00
		S/. <b>2,408.17</b>	S/. <b>20,078.49</b>	S/. 0.00

### **Análisis de costos: determinar los costos del producto y/o servicio**

Este análisis nos permitirá conocer la magnitud de los gastos en que se van a incurrir, es que se hace un detalle de manera pormenorizada para poder separar que corresponde a los costos directos, costos indirectos, gastos administrativos y de ventas, que en su totalidad ascienden a S/. 384,844.71 para nuestro primer año de operaciones el que se incrementara año a año.

**Tabla N°45**

*determinar los costos del producto y/o servicio*

<b>RUBRO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>1. Costos de Producción</b>					
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>S/ 88,193.58</b>	<b>S/ 97,012.94</b>	<b>S/ 106,714.23</b>	<b>S/ 117,385.65</b>	<b>S/ 129,124.22</b>
Servicio Psicológico	S/ 42,760.52	S/ 47,036.58	S/ 51,740.23	S/ 56,914.26	S/ 62,605.68
Stevia	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Agua	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Café	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Plumones	S/ 6,414.08	S/ 7,055.49	S/ 7,761.03	S/ 8,537.14	S/ 9,390.85
Papelotes	S/ 8,017.60	S/ 8,819.36	S/ 9,701.29	S/ 10,671.42	S/ 11,738.57
Manta Mat	S/ 5,345.07	S/ 5,879.57	S/ 6,467.53	S/ 7,114.28	S/ 7,825.71
Material Lúdico	S/ 8,552.10	S/ 9,407.32	S/ 10,348.05	S/ 11,382.85	S/ 12,521.14
Electricidad	S/ 5,345.07	S/ 5,879.57	S/ 6,467.53	S/ 7,114.28	S/ 7,825.71
Imprevistos	S/ 5,345.07	S/ 5,879.57	S/ 6,467.53	S/ 7,114.28	S/ 7,825.71
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>S/ 103,219.91</b>	<b>S/ 113,541.90</b>	<b>S/ 124,896.09</b>	<b>S/ 137,385.70</b>	<b>S/ 151,124.27</b>
Mano de Obra	S/ 101,839.91	S/ 112,023.90	S/ 123,226.29	S/ 135,548.92	S/ 149,103.81
Guantes, Gorros, Mandiles, etc.	S/ 1,380.00	S/ 1,518.00	S/ 1,669.80	S/ 1,836.78	S/ 2,020.46
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>S/ 80,081.63</b>	<b>S/ 66,660.69</b>	<b>S/ 73,326.76</b>	<b>S/ 80,659.44</b>	<b>S/ 88,725.38</b>
Gerente	S/ 46,584.63	S/ 51,243.09	S/ 56,367.40	S/ 62,004.14	S/ 68,204.56
Luz	S/ 4,200.00	S/ 4,620.00	S/ 5,082.00	S/ 5,590.20	S/ 6,149.22
Agua	S/ 1,080.00	S/ 1,188.00	S/ 1,306.80	S/ 1,437.48	S/ 1,581.23
Adicionales	S/ 19,481.00				
Materiales de Oficina	S/ 1,800.00	S/ 1,980.00	S/ 2,178.00	S/ 2,395.80	S/ 2,635.38
Intermediario	S/ 936.00	S/ 1,029.60	S/ 1,132.56	S/ 1,245.82	S/ 1,370.40
Contador	S/ 6,000.00	S/ 6,600.00	S/ 7,260.00	S/ 7,986.00	S/ 8,784.60
<b>GASTOS VENTAS</b>	<b>S/ 113,349.60</b>	<b>S/ 70,492.01</b>	<b>S/ 73,911.77</b>	<b>S/ 78,837.41</b>	<b>S/ 86,721.15</b>
Personal de Ventas	S/ 18,174.73	S/ 19,992.20	S/ 21,991.43	S/ 24,190.57	S/ 26,609.62
Alquiler Local	S/ 21,000.00	S/ 23,100.00	S/ 25,410.00	S/ 27,951.00	S/ 30,746.10
Teléfono	S/ 4,320.00	S/ 4,752.00	S/ 5,227.20	S/ 5,749.92	S/ 6,324.91
Interés Financiero	S/ 8,442.52	S/ 5,734.21	S/ 2,408.17	S/ -	S/ -
Página WEB	S/ 1,199.96	S/ 1,319.96	S/ 1,451.95	S/ 1,597.15	S/ 1,756.86

Otros Gastos y Publicidad	S/ 11,366.88	S/ 12,503.57	S/ 13,753.92	S/ 15,129.32	S/ 16,642.25
Logística Interna	S/ 2,040.00	S/ 2,244.00	S/ 2,468.40	S/ 2,715.24	S/ 2,986.76
Infraestructura	S/ 46,260.00	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Alquiler de Local - Ventas	S/ 545.50	S/ 600.05	S/ 660.06	S/ 726.06	S/ 798.67
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>S/ 384,844.71</b>	<b>S/ 347,461.52</b>	<b>S/ 378,308.20</b>	<b>S/ 413,490.04</b>	<b>S/ 454,839.05</b>

## Análisis financiero

### *Estado de situación financiera de apertura*

Presentamos el estado de situación financiera de apertura, el mismo que determina como se encuentra distribuida el capital social, el préstamo bancario y los activos con los que contara Mens Sana, para el inicio de sus operaciones.

**Tabla N°46**

### *Estado de situación financiera de apertura*

<b>"MENS SANA" SRL</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DE APERTURA</b>			
<b>AL 01 de Enero 2022 (en nuevos soles)</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>2022</b>	<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>2022</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Efectivo y equivalentes de Efectivo	99,000.00	Proveedores	
Cuentas por Cobrar Comerciales – Terceros		deudas a corto plazo	0.00
Cuentas por cobrar a socios y personal		Empleados	
Gastos anticipados		Cuentas por pagar socios	
Mercaderías		tributos (igv - renta)	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>99,000.00</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0.00</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
Inmuebles, Maquinarias y Equipos	0.00	Deudas a largo plazo	0.00
depreciación (-)			
Intangibles	0.00		
		<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0.00</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0.00</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital	99,000.00
		Utilidades acumuladas	
		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>99,000.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>99,000.00</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>99,000.00</b>

## Estado de resultado

El presente análisis, nos muestra el resultado que presenta la empresa Mens Sana a partir del primer año de sus operaciones, cubriendo todos sus gastos operacionales, administrativos y financieros, la misma que nos da un buen resultado y nos permitirá realizar y cumplir nuestro propósito de crecimiento, no solo a nivel de todo Pisco, sino también poder abarcar Ica, Chincha y otras localidades

**Tabla N°47**

*Estado de resultado*

	2,022	2,023	2,024	2,025	2,026
Partida	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
VENTAS NETAS	384,844.71	423,329.18	465,662.10	512,228.31	563,451.14
COSTO DE VENTAS	-191,413.49	-210,554.84	-231,610.32	-254,771.35	-280,248.49
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	193,431.22	212,774.34	234,051.78	257,456.96	283,202.65
<b>Gastos Administrativos</b>					
- Sueldos de Trabajadores	46,584.63	51,243.09	56,367.40	62,004.14	68,204.56
- Bienes y Servicios	33,497.00	36,846.70	40,531.37	44,584.51	49,042.96
<b>Gasto de Ventas</b>		0.00	0.00	0.00	0.00
- Sueldos de Trabajadores	18,174.73	19,992.20	21,991.43	24,190.57	26,609.62
- Bienes y Servicios	48,914.86	53,806.35	59,186.98	65,105.68	71,616.25
<b>TOTAL GASTOS</b>	147,171.22	161,888.34	178,077.18	195,884.90	215,473.39
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	46,260.00	50,886.00	55,974.60	61,572.06	67,729.27
(+) Ingresos Financieros		0.00	0.00	0.00	0.00
(+) Otros Ingresos	15,082.53	16,590.79	18,249.87	20,074.85	22,082.34
(-) Deprec y Amort Adm.	15,259.17	16,059.17	16,059.17	16,059.17	16,059.17
(-) Gastos Financieros	8,442.52	5,734.21	2,408.17	16,584.90	0.00
(-) Otros Gastos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE PART e IMP</b>	37,640.85	45,683.41	55,757.13	49,002.85	73,752.44
(-) Participación 5%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-) Impuesto a la Renta 10% RMT	-3,764.08	-4,568.34	-5,575.71	-4,900.28	-7,375.24
<b>UTILIDAD NETA</b>	33,876.76	41,115.07	50,181.42	44,102.56	66,377.19

**Punto de equilibrio**

Esta tabla nos determina la cantidad de servicios que debemos atender de manera anual y así poder cubrir todas las necesidades de Mens Sana.

**Tabla N°48***Punto de equilibrio*

<b>RUBRO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gerente	S/ 46,584.63	S/ 51,243.09	S/ 56,367.40	S/ 62,004.14	S/ 68,204.56
Luz	S/ 4,200.00	S/ 4,620.00	S/ 5,082.00	S/ 5,590.20	S/ 6,149.22
Agua	S/ 1,080.00	S/ 1,188.00	S/ 1,306.80	S/ 1,437.48	S/ 1,581.23
Adicionales	S/ 19,481.00	S/ 21,429.10	S/ 23,572.01	S/ 25,929.21	S/ 28,522.13
Materiales de Oficina	S/ 1,800.00	S/ 1,980.00	S/ 2,178.00	S/ 2,395.80	S/ 2,635.38
Intermediario	S/ 936.00	S/ 1,029.60	S/ 1,132.56	S/ 1,245.82	S/ 1,370.40
Contador	S/ 6,000.00	S/ 6,600.00	S/ 7,260.00	S/ 7,986.00	S/ 8,784.60
Personal de Ventas	S/ 18,174.73	S/ 19,992.20	S/ 21,991.43	S/ 24,190.57	S/ 26,609.62
Alquiler Local	S/ 21,000.00	S/ 23,100.00	S/ 25,410.00	S/ 27,951.00	S/ 30,746.10
Teléfono	S/ 4,320.00	S/ 4,752.00	S/ 5,227.20	S/ 5,749.92	S/ 6,324.91
Interés Financiero	S/ 8,442.52	S/ 5,734.21	S/ 2,408.17	S/ -	S/ -
Página WEB	S/ 1,199.96	S/ 1,319.96	S/ 1,451.95	S/ 1,597.15	S/ 1,756.86
Otros Gastos y Publicidad	S/ 11,951.52	S/ 13,146.67	S/ 14,461.34	S/ 15,907.47	S/ 17,498.22
Logística Interna	S/ 2,040.00	S/ 2,244.00	S/ 2,468.40	S/ 2,715.24	S/ 2,986.76
Infraestructura	S/ 46,260.00	S/ 50,886.00	S/ 55,974.60	S/ 61,572.06	S/ 67,729.27
Alquiler de Local - Ventas	S/ 545.50	S/ 600.05	S/ 660.06	S/ 726.06	S/ 798.67
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 194,015.86</b>	<b>S/ 209,864.89</b>	<b>S/ 226,951.91</b>	<b>S/ 246,998.12</b>	<b>S/ 271,697.93</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Servicio Psicológico	S/ 42,760.52	S/ 47,036.58	S/ 51,740.23	S/ 56,914.26	S/ 62,605.68
Stevia	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Agua	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Café	S/ 2,138.03	S/ 2,351.83	S/ 2,587.01	S/ 2,845.71	S/ 3,130.28
Plumones	S/ 6,414.08	S/ 7,055.49	S/ 7,761.03	S/ 8,537.14	S/ 9,390.85
Papelotes	S/ 8,017.60	S/ 8,819.36	S/ 9,701.29	S/ 10,671.42	S/ 11,738.57
Manta Mat	S/ 5,345.07	S/ 5,879.57	S/ 6,467.53	S/ 7,114.28	S/ 7,825.71
Material Lúdico	S/ 8,552.10	S/ 9,407.32	S/ 10,348.05	S/ 11,382.85	S/ 12,521.14
Energía	S/ 5,345.07	S/ 5,879.57	S/ 6,467.53	S/ 7,114.28	S/ 7,825.71
Imprevistos	S/ 5,345.07	-S/ 12,993.03	-S/ 14,299.01	-S/ 15,728.91	-S/ 17,301.80
Mano de Obra	S/ 101,839.91	S/ 112,023.90	S/ 123,226.29	S/ 135,548.92	S/ 149,103.81
Guantes, Gorros, Mandiles, etc	S/ 1,380.00	S/ 1,518.00	S/ 1,669.80	S/ 1,836.78	S/ 2,020.46
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 191,413.49</b>	<b>S/ 191,682.23</b>	<b>S/ 210,843.78</b>	<b>S/ 231,928.16</b>	<b>S/ 255,120.98</b>
<b>RUBRO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo Variable Unitario	S/ 17.91				
Costo Fijo	S/ 194,015.86	S/ 209,864.89	S/ 226,951.91	S/ 246,998.12	S/ 271,697.93
Precio Venta	S/ 36.00				

<b>Servicios Psicológicos</b>	<b>10,690</b>	<b>11,598</b>	<b>12,543</b>	<b>13,651</b>	<b>15,016</b>
-------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

### ***Ratios / Indicadores financieros***

Son los indicadores, que nos muestran en su gran dimensión la realización de manera adecuada de nuestras inversiones y la satisfacción que se encuentran en ella por los resultados que se obtienen.

<b>RAZÓN CORRIENTE</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	122,896.06	9.01
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	13,639.36	

Este indicador nos esta mencionando que por cada S/. 1.00 que debe la empresa, ella cuenta con S/. 9.01 para poder pagar.

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>
122,896.06	13,639.36
	109,256.70

Este indicador nos esta mencionando que la empresa, cuenta con un capital de trabajo ascendente a S/. 109,256.70

<b>ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO</b>		
<b>TOTAL PASIVO</b>	48,766.93	28.13%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	173,377.89	

Este indicador nos esta mencionando que solo el 28.13% de sus activos se encuentran comprometidos para afrontar una posible eventualidad que pudiera presentarse.

<b>SOLVENCIA GENERAL</b>		
<b>ACTIVO TOTAL</b>	173,377.89	355.52%
<b>PASIVO TOTAL</b>	48,766.93	

Este indicador nos esta mencionando que Mens Sana cuenta con un 355.52% para cubrir todos sus pasivos, ósea, que puede asumir sus deudas si pasara cualquier inconveniente.

<b>RATIOS DE ROTACION DE ACTIVOS TOTALES</b>		
<b>VENTAS</b>	384,844.71	221.97%
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	173,377.89	

Este indicador nos esta mencionando que sus activos tienen una rotación de 221.97%, por tanto, demuestra que es una empresa rentable.

<b>RENTABILIDAD PATRIMONIAL</b>		
<b>UTILIDAD NETA</b>	33,876.76	34.22%
<b>PATRIMONIO NETO</b>	99,000.00	

Este indicador nos esta mencionando que su rentabilidad patrimonial equivale a un 34.22%, en otros términos, que por cada S/. 1.00 invertido esta generando S/. 0.34

<b>RENTABILIDAD BRUTA</b>		
<b>VENTAS - COSTO DE VENTAS</b>	193,431.22	50.26%
<b>VENTAS TOTALES</b>	384,844.71	

Este indicador nos esta mencionando que la relación existente entre el costo de ventas las ventas totales son a razón del 50.26%.

<b>RATIOS DE UTILIDAD DE VENTAS</b>		
<b>UTILIDADES ANTES DE INT e IMP</b>	33,876.76	8.80%
<b>VENTAS TOTALES</b>	384,844.71	

Este indicador nos esta mencionando la relación existente entre las utilidades netas antes de intereses e impuestos sobre las ventas equivalen a 8.80%.

## Plan financiero

### *Presupuesto Operativo*

Este análisis nos va a permitir elaborar un detalle de los materiales lúdicos y los servicios profesionales del psicólogo que se deben tener presente.

**Tabla N°49**

### *Presupuesto Operativo*

COSTOS DE OPERACIÓN AÑO 1	Cantidad	Mensuales		Anual
		Valor Unit.	Valor Total	
Inventario inicial (1er. mes)	Varios			-.-
Servicio Psicológico				88,193.58
Costo de almacenaje			150	1,800.00
Materiales Lúdicos	Varios		8000.00	96,000.00
Costo de reposición de inventario	12 compras	5	500	2,500.00
Distribución	1	7	243.25	2,919.91
<b>Total costo</b>			<b>8,893</b>	<b>191,413.49</b>



## Evaluación financiera

### *Flujo de caja proyectado*

El Flujo de caja, tanto económico como financiero, nos permitirá apreciar de manera directa y rápida si Mens Sana va a tener algún tipo de desfase económico-financiero para poderlo cubrir de manera precisa y que el proyecto no tenga inconvenientes.

**Tabla N°51**

### *Flujo de caja proyectado*

<b>CUENTAS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		384,845	423,329	465,662	512,228	563,451
Aportes	145,517					
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>530,362</b>	<b>423,329</b>	<b>465,662</b>	<b>512,228</b>	<b>563,451</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costos Ventas		191,413	210,555	231,610	254,771	280,248
Gastos Administrativos		80,082	88,090	96,899	106,589	117,248
Gastos de Ventas		67,090	73,799	81,178	89,296	98,226
Depreciación		-15,259	-13,549	-7,249	-6,003	-4,200
Activos fijos		46,260				
Intangibles		19,481				
Impuesto a la renta (10%)		3,764	4,648	5,656	4,980	7,455
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>392,831</b>	<b>363,542</b>	<b>408,094</b>	<b>449,634</b>	<b>498,977</b>
(+) Depreciación		15,259	13,549	7,249	6,003	4,200
(-) Inversión	145,517					
<b>FLUJO CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-145,517</b>	<b>152,790</b>	<b>206,294</b>	<b>250,328</b>	<b>296,438</b>	<b>365,112</b>
(+) Préstamo	0					
(-) Interés		8,443	5,734	2,408	0	0
(-) Amortización		11,389	15,049	20,078	0	0
<b>FLUJO CAJA FINANCIERO</b>	<b>0</b>	<b>132,958</b>	<b>185,511</b>	<b>227,842</b>	<b>296,438</b>	<b>365,112</b>

### Análisis de sensibilidad

Como se puede observar, los resultados encontrados mediante la evaluación financiera, nos permite responder a los parámetros de evaluación de proyectos, los mismos que fueron positivos y mayores tanto de la inversión como del préstamo financiero y el costo beneficio, por tanto, podemos mencionar que el proyecto es viable.

#### Valor actual neto (VAN)

$$\text{VAN} = \text{S/}.145,516.93$$

$$\text{VAN} = \text{S/}.145,516.93$$

$\text{VAN} =$	<b>S/.485,044.81</b>
----------------	----------------------

#### Tasa interna de retorno (TIR)

$$\text{TIR} = \text{S/}.145,516.93$$

$$\text{TIR} = \text{S/}.145,516.93$$

$\text{TIR} =$	<b>72.18%</b>
----------------	---------------

#### Beneficio costo (B/C)

<b>B/C = 3.92</b>
-------------------

## CONCLUSIONES

### Conclusión 1

Analizado el estudio del comportamiento de los niños y adolescentes podemos concluir que este proyecto ayudaría a mejorar el nivel de vida de dicho público y mejoraría su calidad de vida de manera significativa.

### Conclusión 2

Podemos concluir que debido a la crisis sanitaria que hoy en día estamos afrontando, se han detectado muchos niños que presentan particularidades de carácter y comportamiento como consecuencia de las pérdidas familiares o la situación general durante esta coyuntura, ya que muchas familias no solo perdieron personas, sino también oportunidades laborales, disminución de recursos económicos etc.

### Conclusión 3

El rendimiento académico mediante la modalidad virtual no fue muy satisfactorio para los estudiantes, sean niños, adolescentes, o jóvenes, sufren las consecuencias con diversas enfermedades psicológicas como la ansiedad, el estrés, la depresión, a causa del confinamiento obligatorio y también por que el proceso de enseñanza no era el mismo, lo que ha traído aspectos negativos a padres y niños en edad escolar.

## RECOMENDACIONES

### Recomendación 1

Se recomienda la puesta en marcha del negocio, debido a su necesidad identificada en el mercado actual de la ciudad de Pisco, ya que este mercado cumple con los requerimientos básicos de población demandante y carente de este tipo de servicio

### Recomendación 2

Podemos indicar que es favorable para la provincia de Pisco que surja un centro de orientación psicológica, ya que no solo, podremos ayudarlos a detectar estos escenarios psicológicos que presentan; cabe mencionar que la salud mental de las personas está propensa a presentar diferentes cambios; sino que también ello está generando oportunidades laborales, a profesionales capacitados de la ciudad, que están en busca de una oportunidad.

### Recomendación 3

Es necesario tener programas de asesoría psicológica a estudiantes y a padres de familia, reforzando aspectos de cómo detectar y reducir el estrés que vino a causa de las clases virtuales por el COVID-19, y generando el cambio de pensamiento equivocado que el psicólogo es solo para personas con demencia, ya que mediante esto podemos diseñar programas de meditación, yoga, respiración, y así tratar las diferentes variables o escenarios de cada uno de nuestros pacientes

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, C. A. (2012). Referencias estilo APA 6ta edición para feria científica. <https://carmenamelia4.wordpress.com/2012/09/17/referencias-estilo-apa-6ta-edicion-para-feria-cientifica-9no-grado/>
- Benítez, Y. R. (2007). La orientación psicológica, un espacio de búsqueda y reflexión necesario para todos. *Revista mexicana de orientación educativa*, 4(10), 23-27.
- Casassas Sánchez, R., Campos Sandoval, M. C. & Jaimovich Pérez, S. (2009). *Cuidados básicos del niño sano y del enfermo* (3a ed.). Ediciones Universidad Católica de Chile
- Del Caz Enjuto, M. R., & Querol, X. (2021). Binomio naturaleza-salud urbana; pasado, presente y futuro. *Revista de Salud Ambiental*, 21(1), 47-55.
- Flores de Fernández, R. (1965). *Historia de la enfermería en Chile: síntesis de su evolución educacional*. El Cid Editor.
- Mosquera Hinojosa, M. D. P. Informe Jurídico de Expediente Administrativo N° 688919-2016 INDECOPI.
- 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.

Rodríguez, J. Q., Quezada, U. R. Q., & Medrano, J. A. Q. (2020). Estrategias para la doble campaña de producción en la Zona Andina del Perú. *Puriq*, 2(2).

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

## ANEXOS

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS
1	¿Cuenta usted con niños en edad escolar entre los 6 a 12 años	a. Si b. No
2	¿Cree usted que la atención psicológica oportuna a los problemas (emocionales, conductuales, familiares, académicos, etc.) de sus hijos repercutirá positivamente en el futuro de los mismos?	a. Constantemente b. A veces c. Muy poco d. Nunca
3	¿Cómo reacciona usted cuando su hijo(a) presenta problemas de conducta con algún compañero, hermano u otra persona?	a. Alzo la voz b. Lo castigo c. No toma ninguna acción
4	¿Qué temas le preocupan más respecto a la formación que pueden recibir sus hijos?	a. Bullying b. Nivel de educación c. Sexualidad d. Ansiedad - psicológico
5	¿Si en caso su hijo se haga daño así mismo(autolesión), en qué lugar usted acudiría para obtener información acorde al problema presentado?	a. La red - Internet b. Literatura - Libros c. Algún familiar o amistad d. Un especialista - psicólogo
6	¿Alguna vez usted ha llevado a su hijo a una consulta psicológica?	a. Si b. No
7	¿Cree usted que podría mejorar la forma de comunicación con su hijo(a)?	a. Si b. No
8	¿alguna vez a asistido usted a la sesión de escuela para padres o similar que ofrece el colegio?	a. Si b. No
9	Si se implementara un lugar en la ciudad de Pisco donde se trate los principales problemas de los niños y padres (escuela para padres) ¿estaría usted dispuesto a tomar este servicio?	a. Muy dispuesto b. Nada dispuesto
10	Como preferiría que fuera la atención	a. presencial b. virtual c. Ambas
11	¿Cuál es el monto que estaría dispuesto a pagar por un conjunto de dos sesiones como mínimo?	a. S/50-79 b. S/80-99 c. S/100-119 d. S/120-150