

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Proyecto de inversión para la instalación de una clínica materno infantil en la  
ciudad de Jaén, 2022**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO  
DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

Daylin Jasmin Boñon Olivera

**ASESOR**

Milagros Carmen Gamarra Uceda

<https://orcid.org/0000-0002-0533-8559>

**Chiclayo, 2022**

## **DEDICATORIA**

Dedico todo este esfuerzo y dedicación que se mantuvo en este proyecto a Dios, a mis padres, hermanos y docentes. Gracias a Dios que me ha mantenido en el camino correcto, cumpliendo con mis deberes y obligaciones, por llenarme de sabiduría para cada decisión académica que eh tomado. A mis padres, por todo el amor que me han brindado, mi madre Dionila Olivera Bernal, la mujer que día a día me motivo a seguir mis objetivos para darle un orgullo más en su corazón, me ha sido de gran ayuda en mi proceso académico profesional y todos mis logros se los dedico con mucho amor, a mi padre, Marcos Boñon Cubas, demostrándole todo el valor que le integre a mis metas propuestas, regalándole una imagen de superación y triunfo, a mis hermanos, Klein Andersson, Jennyfer Leidy, Christopher Dieri, Boñon Olivera, es un orgullo para mi poder lograrme profesionalmente, es por eso que a través de estas enseñanzas vividas, añoro puedan seguir esta línea que se está marcando para poder lograr triunfar como familia. A los docentes, que jugaron un rol muy importante en mi formación, por brindarme y llenarme de excelentes conocimientos, por su motivación y guía en el camino de formación profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por brindarnos la mejor formación universitaria, con docentes preparados y especializados, por contar con una buena infraestructura académica, la cual me acogió como un hogar de estudio, gracias a todas las enseñanzas impartidas, hoy estoy logrando un objetivo más dentro de mi carrera profesional, aplicando con mucha dedicación todo lo aprendido en todos los ciclos académicos, ejecutándolo y concluyendo con mi proyecto de inversión.

## ENTREGABLE

### INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	9%
2	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	4%
3	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="http://empreendedor.pe">empreendedor.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://ri.ues.edu.sv">ri.ues.edu.sv</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://www.hospitalvirgendefatima.gob.pe">www.hospitalvirgendefatima.gob.pe</a>	<1%

## Índice

Resumen .....	11
Abstract.....	12
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN .....	13
I.1 Metodología .....	13
I.1.1. Tipo de Investigación.....	13
I.1.2. Línea de Investigación .....	13
I.1.3. Situación problemática .....	13
I.1.4. Formulación del problema .....	15
I.1.5. Determinación de los objetivos.....	15
I.1.6. Título.....	16
I.1.7. Operacionalización de Variables .....	16
I.2: ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	17
I.2.1. Análisis del entorno económico.....	17
I.2.2 FODA.....	27
I.2.3. Justificación – tal cual CANVAS .....	34
I.2.4. Marco legal .....	36
I.2.5. Unidad formuladora y unidad ejecutora .....	36
I.2.6. Clasificación productiva sectorial.....	36
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....	37
II.1.- CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	37
II.2.- PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	37
II.3.- ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO .....	37
II.4.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN.....	38
II.4.1. Información Primaria y secundaria.....	38
II 4.2 Determinación del Tamaño de Muestra. ....	38
II.4.3 La encuesta .....	39
II.4.4 Proyección de la Demanda: .....	49
II.5.- ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN .....	50
II5.1.- Proyección de la Oferta.....	50
II.6.- BALANCE DEMANDA OFERTA .....	50
II.7.- PLAN DE MARKETING .....	51
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO .....	52

III.1.- Tamaño – Mercado .....	52
III.2.- Tamaño – Tecnología .....	52
III.3.- Tamaño - Disponibilidad de Materiales.....	53
III.4.- Tamaño – Financiamiento .....	54
III.5.- Tamaño – Costo unitario.....	54
III.6.- Tamaño – Rentabilidad .....	54
III.7.- Selección del Tamaño .....	54
<b>CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>56</b>
IV.1.- Factores de localización.....	56
IV.2 Macro localización.....	56
IV.3 Micro localización.....	57
IV.4 Método para decidir la localización .....	57
<b>CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO .....</b>	<b>58</b>
V.1.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS .....	58
V.2.- SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	58
V.2.1.-Diagrama de Operación .....	58
V.2.2.-Diagrama de Recorrido o Flujograma: .....	59
V.2.3.-Distribución de la Planta: .....	59
V.2.4.-Diseño del Plano del Proyecto: .....	60
V.3.- REQUERIMIENTO DEL PROYECTO.....	64
V.3.1.-Terrenos y Edificaciones:.....	64
V.3.2.-Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos .....	64
V.4.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	65
V.5.- PROGRAMA.....	65
<b>CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>66</b>
VI.1. ASPECTO LEGAL.....	66
VI.1.1 Tipo de Empresa .....	66
VI.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa .....	66
VI.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	66
VI.2.1 Acta de Constitución de la Empresa .....	66
VI.2.2. Minuta de Constitución.....	70
VI.2.3 Manual de Organización y Funciones.....	72
VI.2.4. Organigrama. ....	75
VI.2.5 Requerimiento del Personal .....	76

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN .....	77
VII.1.- INVERSIÓN. ....	77
VII.1.1.- Estructura de la Inversión.....	77
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO.....	78
VIII.1.- Fuentes de Financiamiento.....	78
VIII.2.- Evaluación del Préstamo .....	78
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	79
IX.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	79
IX.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS .....	79
IX. 2.1 PRESUPUESTO ECONÓMICO .....	79
IX.2.2 PRESUPUESTO FINANCIERO .....	81
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS .....	83
X.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	83
X.2 FLUJO DE CAJA.....	84
CAPÍTULO XI: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA. ....	85
XII.1.- TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	85
XII.2.- EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	86
XII.2.1.- Vane .....	86
XII.2.2.- Tire .....	86
XII.2.3.- B/C Económico .....	86
XII.2.4.- Periodo de Recupero de Capital Económico.....	87
XII.2.5.- Índice de Rentabilidad.....	87
XII.3.- EVALUACIÓN FINANCIERA .....	87
XII.3.1.- Vanf.....	87
XII.3.2.- Tirf.....	88
XII.3.3.- B/C Financiero .....	88
XII.3.4.- Periodo de Recupero de Capital Financiero .....	88
XII.3.5.- Índice de Rentabilidad Financiero.....	89
CAPÍTULO XII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	90
XIII.1.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA .....	90
XIII.2.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA .....	94
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES .....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	97

## Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	16
Tabla 2. Matriz EFI .....	28
Tabla 3. Matriz EFE .....	29
Tabla 4. FODA Cruzado.....	31
Tabla 5. Características sociodemográficas de los clientes .....	39
Tabla 6. Los servicios de salud que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil .....	40
Tabla 7. Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudirá a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales? .....	41
Tabla 8. Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudiría a solicitar un servicio de atención y/o controles para su hijo? .....	42
Tabla 9. Usted busca en el servicio materno infantil brinda seguridad y calidad en la atención al paciente .....	43
Tabla 10. La atención de la clínica materna infantil deben ser las 24 horas .....	44
Tabla 11. Servicios que puede ofrecer la clínica materna infantil.....	44
Tabla 12. Sobre los precios que ofrecer la clínica materno infantil .....	45
Tabla 13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio que ofrecería la Clínica Materno Infantil.....	46
Tabla 14. Sobre la plaza: Elija donde quisiera que se ubique geográficamente el local de la clínica materno infantil .....	47
Tabla 15. Sobre la promoción.....	48
Tabla 16. Población de la provincia de Jaén según INEI .....	49
Tabla 17. Proyección de la demanda .....	49
Tabla 18. Proyección de la Oferta .....	50
Tabla 19. Balance demanda oferta .....	50
Tabla 20. Plan de Marketing .....	51
Tabla 21. Tamaño del proyecto de inversión .....	52
Tabla 22. Tamaño Tecnología .....	52
Tabla 23. Tamaño - Disponibilidad de Materiales .....	53
Tabla 24. Tamaño – Financiamiento SCOTIABANK .....	54
Tabla 25. Tamaño - Rentabilidad .....	54
Tabla 26. Porcentajes según servicios .....	55



Tabla 27. Factores de localización .....	56
Tabla 28. Macrolocalización .....	56
Tabla 29. Microlocalización .....	57
Tabla 30. Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos.....	64
Tabla 31. Cronograma de actividades .....	65
Tabla 32. Requerimiento del personal .....	76
Tabla 33. Estructura de la Inversión .....	77
Tabla 34. Estructura de la Inversión .....	77
Tabla 35. Fuente de financiamiento .....	78
Tabla 36. Estructura de la Inversión .....	78
Tabla 37. P Presupuesto de ingresosresupuesto de ingresos .....	79
Tabla 38. Presupuesto económico .....	79
Tabla 39. Presupuesto financiero.....	81
Tabla 40. Estado de Ganancias y Pérdidas económica.....	83
Tabla 41. Flujo de caja económico.....	84
Tabla 42. Datos para hallas la tasa de descuento.....	85
Tabla 43. T Tasa de descuento económica asa de descuento económica.....	85
Tabla 44. Tasa de descuento financiero.....	85
Tabla 45. Vane.....	86
Tabla 46. Tire .....	86
Tabla 47. B/C Económico .....	86
Tabla 48. Periodo de Recupero de Capital Económico .....	87
Tabla 49. Índice de rentabilidad .....	87
Tabla 50. Vanf.....	87
Tabla 51. Tirf.....	88
Tabla 52. B/C Financiero .....	88
Tabla 53. Periodo de Recupero de Capital Financiero .....	88
Tabla 54. Índice de rentabilidad Financiero .....	89
Tabla 55. Flujo de caja económico en escenario normal.....	90
Tabla 56. Flujo de caja económico en escenario de reducción del 10% en ventas .....	91
Tabla 57. Escenario de flujo económico de aumento del 10% en ventas.....	92
Tabla 58. Indicadores económicos del escenario pesimista, realista y optimista.....	93
Tabla 59. Indicadores financieros del escenario pesimista, realista y optimista .....	94

## Lista de figuras

Figura 1. Cadena de valor del Sector.....	26
Figura 2. Análisis Matricial.....	30
Figura 3. Canvas del negocio .....	35
Figura 4. Área Geográfica de la provincia de Jaén.....	37
Figura 5. Características sociodemográficas de los clientes.....	40
Figura 6. Los servicios de salud que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil .....	41
Figura 7. Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudirá a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales? .....	42
Figura 8. Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudirá a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales? .....	43
Figura 9. Usted busca en el servicio materno infantil brinda seguridad y calidad en la atención al paciente .....	43
Figura 10. La atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas.....	44
Figura 11. Servicios que puede ofrecer la clínica materna infantil .....	45
Figura 12. Sobre los precios que ofrecer la clínica materno infantil.....	46
Figura 13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio que ofrecería la Clínica Materno Infantil.....	47
Figura 14. Sobre la plaza, donde quisiera que se encuentre ubicado la clínica.....	47
Figura 15. Sobre la promoción .....	48
Figura 16. Diagrama de Recorrido o Flujograma.....	58
Figura 17. Diagrama de Recorrido o Flujograma.....	59
Figura 18. Diseño del plano primer piso del proyecto .....	60
Figura 19. Diseño del plano segundo piso del proyecto.....	61
Figura 20. Software del proyecto de inversión.....	62
Figura 21. Ficha Técnica de Clínica para paciente.....	63
Figura 22. Proceso de constitución de la empresa.....	66
Figura 23. Proceso de constitución de la empresa.....	75

## Resumen

El presente proyecto tuvo como objetivo general desarrollar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad económica-financiera para la creación de una clínica materno infantil en la ciudad de Jaén. Es una investigación descriptiva de tipo cuantitativa; además se aplicó como instrumento un cuestionario de 13 preguntas a una muestra de 44 personas del sector económico B y C del sexo femenino entre 15 a 49 años, mujeres gestando y padres de familia de infantes que se encuentren en edad de 0 a 3 años.

Como resultados se evidenció que el proyecto tiene una inversión total de \$124,130.99, siendo su capital de trabajo \$7,852.06 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$86,891.69, representando el 70%

Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK (para algunos proyectos fue la tasa de descuento económica) y el WACC (para algunos proyectos fue la tasa de descuento financiero) como tasas de actualización de 5.35% y 4.97% respectivamente resultando un VANE de S/ \$ 368,822.01, VANF de \$ 402,477.77, TIRE de 61% y TIRF de 95.37%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

**Palabras Claves:** Clínica, Inversión, Materno Infantil.

### **Abstract**

The general objective of this project was to develop the feasibility, viability and economic-financial profitability for the creation of a maternal and child clinic in the city of Jaén. It is descriptive research of quantitative type; In addition, a 13-question questionnaire was applied as an instrument to a sample of 44 people from economic sectors B and C, females between 15 and 49 years old, pregnant women and parents of infants aged 0 to 3 years.

As results, it was evidenced that the project has a total investment of \$124,130.99, being its working capital \$7,852.06 and as soon as the financing is projected to be carried out with the Scotiabank, for an amount of \$86,891.69, representing 70%.

To estimate the economic and financial indicators, the COK (for some projects it was the economic discount rate) and the WACC (for some projects it was the financial discount rate) were considered as update rates of 5.35% and 4.97% respectively, resulting in a VANE of S/ \$ 368,822.01, VANF of \$ 402,477.77, EIRR of 61% and TIRF of 95.37%, evidencing the viability of the project.

**Keywords:** Clinic, Investment, Maternal and Child.

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

### **I.1 Metodología**

#### **I.1.1. Tipo de Investigación**

El presente proyecto de inversión corresponde al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, porque desarrolla una propuesta técnica y económica que soluciona una necesidad de un grupo social determinado, mediante la optimización de los recursos disponibles como: humanos, materiales y tecnológicos en un horizonte de tiempo determinado.

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: Exploratoria, porque se trabajaron con hechos que se dieron en la realidad; es decir en base a registros o información secundaria; Descriptiva, porque refiere la situación real del proyecto justificando e identificando las necesidades de cambio para lo cual plantea objetivos; Comparativa, porque se contrasta con otros proyectos de inversión y teorías; Analítica, porque examina las teorías sobre el problema a investigar y los procesos causales de la viabilidad del mercado, tamaño, localización e ingeniería ,organización e inversión; predictiva: cuyo objetivo es determinar la viabilidad estratégica, la viabilidad de mercado, la viabilidad técnica, la viabilidad administrativa y la viabilidad económico y financiero. Así mismo Permite ajustar los objetivos generales y específicos ante posibles dificultades y limitaciones; Proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan los estudios de mercado, técnico y económico - financiero y se elabora el instrumento de diagnóstico; Interactiva por que aplica instrumentos y recoge datos del contexto del proyecto de inversión, relacionados con los procesos de mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; Confirmatoria porque analiza y concluye con un diseño del proyecto de inversión; Evaluativa porque se medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones

#### **I.1.2. Línea de Investigación**

Gestión empresarial para la innovación

#### **I.1.3. Situación problemática**

La salud materna infantil abarca un continuo enfoque de atención en todos los ámbitos con respecto a la salud de las mujeres como embarazo, preparación de parto y postparto, además de brindarle atención a neonato y al niño. La calidad y cobertura de atención, de estos ámbitos se toman para evaluar la actual situación con respecto a la salud en todo el país. El ser madre es una de las experiencias que las mujeres viven

cuando trae una vida al mundo, sin embargo, también significa sufrimiento, dolencias y muerte en muchos casos (Organización Mundial de la Salud, 2017).

En el Perú, según el Ministerio de Salud (MINSA) se registran más de cien mil nacidos, pero también se detectan 185 fallecimientos de madres, esto significa que anual se registra 1085 fallecimientos. Además, uno de las deficiencias que se presenta en la población menor de 18 años es la desnutrición que ocupa el quinto lugar. Por su parte el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) afirma que el 18.2% de infantes menores de 5 años tienen desnutrición crónica, influyendo negativamente en el ciclo de la vida del ser humano, debido a que, al padecer esta dolencia, se tiene un alto índice de morbilidad en la etapa infantil y sufrirá desnutrición en toda su vida, limitando su desarrollo intelectual y físico.

Es importante indicar que en los últimos diez años las muertes maternas se han reducido y a la actualidad se han identificado una ligera reducción de la tasa alcanzando un 18% de muertes de recién nacidos. El alto índice de mortalidad del neonato y madres se da en América Latina y también un aspecto preocupante para el estado peruano. Al 2018 alrededor de dos mil doscientos trece neonatos fallecieron en todo el territorio peruano. A la fecha se identificaron mil ochocientos diecisiete muertes, siendo 1200 neonatos prematuros, provenientes de Lambayeque, Lima Centro, Cuzco, Loreto y La Libertad. A septiembre del año 2019 en el territorio peruano, se han identificado alrededor de 17000 neonatos prematuros (menos de 8 meses). Siendo 1200 del total identificado que no sobrevivieron por diversos factores como equipamiento deficiente, falta de especialistas, las condiciones de las embarazadas, etc. (Diario RPP, 2019).

Dentro de las cuales se ha evidenciado que se ha originado la emergencia que va de la mano del actual Sars – Cov 2, que ha afectado a toda la población a nivel mundial, y entre las personas más vulnerables se encuentra las gestantes y neonatos, que son parte importante del ciclo de vida y personas esenciales para la OMS y el CIDH. Ello ha generado en la salud tanto de la mujer como los infantes consecuencias. En Perú en el año 2020, el MINSA ha identificado 434 fallecimientos de madres que recién han alumbrado a un neonato, la cual representa un 42% en crecimiento con respecto al período anterior. Esas cifras han generado un retraso de 10 años en los esfuerzos por reducir la muerte materna.

Del mismo modo Ariza S., Ramón A. y Morales M. (2021) nos afirman que las limitaciones en tiempos de COVID han generado un aumento de la mortalidad materna ya que en Perú fallecieron 433 gestantes entre enero y diciembre de 2020, un número que no se alcanzaba desde hace una década. Por su parte la Sociedad Peruana

de Obstetricia y Ginecología (2020) Nos señala que debido al confinamiento se incrementó el porcentaje de mujeres embarazadas (12%) específicamente en adolescentes. Por todo ello es sabido que existe una demanda insatisfecha no solo por las causas antes mencionadas sino también por el deficiente servicio de atención a madres e hijos en los centros de salud; lo cual es muchas veces reflejado en la calidad de la atención que reciben en sus controles, ya que este muchas veces no garantiza el cumplimiento efectivo de todas las actividades que fomenten la protección, recuperación y rehabilitación de la salud materno-infantil a través de la atención a la mujer embarazada. No obstante, esto muchas veces sucede por el déficit en especialistas, y las demoras en la gestión administrativa. Todo ello trae consigo innumerables efectos como el retardo en la detección de problemas congénitos por el diagnóstico de imágenes, un inapropiado tratamiento de enfermedades en madre e infante, así mismo un aumento en el riesgo de parto y mayor vulnerabilidad a enfermedades, desencadenando en el efecto final que nos aqueja desde hace décadas, el aumento de la tasa de morbilidad materno-perinatal e infantil en la provincia de Jaén.

Por todo lo antes mencionado, se plantea la idea del proyecto, la cual se basa en la implementación de una clínica materno infantil en Jaén.

#### **I.1.4. Formulación del problema**

¿Es viable el proyecto de inversión privada para la instalación de una clínica materno infantil en la ciudad de Jaén?

#### **I.1.5. Determinación de los objetivos**

##### **Objetivo general**

Desarrollar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad económica-financiera para la creación de una clínica materno infantil en la ciudad de Jaén.

##### **Objetivos específicos**

- Determinar el modelo de negocio del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad estratégica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad de mercado del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad organizacional del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad económica del proyecto de inversión.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto de inversión.

### I.1.6. Título

Proyecto de inversión para la instalación de una clínica materno infantil en la ciudad de Jaén, 2022

### I.1.7. Operacionalización de Variables

**Tabla 1.**

*Operacionalización de variables*

VARIABLE	DIFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecuta un proyecto determinado	Viabilidad estratégica	Matriz septe Cadena de valor de Porter Modelo CANVAS Análisis del sector FODA FODA cruzado Diamante de Porter Matriz EFE Matriz EFI
		Mercado	Población Objetivos Participación del mercado Cantidad de servicio a cubrir Tipo de empresa
		Técnico	Tamaño Localización Capacidad Diagrama de flujo Maquinaria y equipo
		Económica – Financiera	VANE - VANF TIRE - TIRF B/C E – B/C F COK WACC PRCE – PRCF IRE – IRG Precio del Servicio

*Nota.* Elaboración propia



## **I.2: ANÁLISIS DEL ENTORNO**

### **I.2.1. Análisis del entorno económico**

#### **Marco conceptual:**

#### **ESTRATEGIA COMPETITIVA**

**DIFERENCIACIÓN:** La diferenciación para los negocios se enfoca en producir productos que se destaquen por los consumidores, esta se convierte en un valor para el comprador, por lo que debemos enfocarnos en lo que nos distingue de la competencia.

El presente proyecto de inversión busca ser completo y atender a la demanda insatisfecha, ya que actualmente en la ciudad de Jaén no existen clínicas especializadas en la atención materno infantil, solo existen clínicas maternas, y pediátricas por separado, y también existen hospitales que ofrecen un servicio materno infantil pero no en las condiciones que se requieren pues existen muchas deficiencias.

Por lo cual la futura Clínica se centrará específicamente en la Salud de madre e hijo, con lo cual busca ofrecer un servicio especializado a las mujeres y sus recién nacidos durante las etapas correspondientes como la pre gestacional, el embarazo (prenatal), parto, puerperio, etapa neonatal y crecimiento y desarrollo, ello permitirá diferenciamos del resto de servicios ofrecidos, ya que es un servicio completo. Del mismo modo busca ofrecer ambientes adecuados, por lo que se buscará contar con una infraestructura, que se abastezca para atender al mayor número de pacientes, y brindar una atención de primera, así mismo se brindará servicios especializados únicos en la provincia de Jaén. Por otro lado, tendrá de aliado a la tecnología y contará con equipamientos con tecnología avanzada, ya que es importante la adquisición de estos, para la atención de los pacientes, de igual manera es útil para agilizar diversos procesos, todo ello permitirá garantizar la satisfacción y seguridad de madres e hijos.

#### **VENTAJA COMPETITIVA**

**CALIDAD:** La Clínica Materno infantil tendrá como ventaja competitiva a la calidad en la atención médica, lo que permitirá que reciban adecuadamente los servicios y diagnósticos ofrecidos, logrando así una óptima atención, teniendo en cuenta todos los factores que involucren al paciente como también el conocimiento del personal médicos, y lograr el mejor resultado con menos riesgo y logrando así la satisfacción del paciente. Por lo que es importante brindar servicios accesibles y equitativos para todos, y contar con un excelente nivel profesional, optimizando los recursos y teniendo procesos eficientes, para que puedan lograr ser eficaces, lo cual nos permitirá posicionarse como líderes en la atención.

## PRINCIPIOS AXIOLÓGICOS

### VISIÓN:

Ser líderes en la atención integral especializada de las mujeres durante todo su ciclo de vida en el embarazo, así como en el cuidado de sus hijos, en el contexto de sus familias, y ser un modelo de referencia en el servicio Materno infantil de la provincia de Jaén.

### MISIÓN:

Brindar atención especializada para mejorar la calidad de vida de la mujer y el niño por nacer, de manera eficiente y eficaz, permitiendo garantizar los derechos de la mujer en su totalidad en cada etapa, durante el embarazo y parto, así como la de sus niños antes y después del nacimiento.

### VALORES:

**Empatía:** Brindamos la mejor atención y ofrecemos un trato amable y cálido a las pacientes y sus familias.

**Respeto:** Damos la voz a las mujeres, respetando sus necesidades y sus decisiones.

**Compromisos:** Nos enfocamos en satisfacer las necesidades de las madres e hijos.

**Seguridad:** Velamos por la integridad de los pacientes y colaboradores.

**Ética:** Mantenemos una conducta transparente y honesta hacia todas las personas con las que interactuamos.

**Calidad:** Lograr los objetivos utilizando procesos y métodos de trabajo enfocados en brindar un excelente servicio.

### OBJETIVOS

- a) Posicionarnos como líderes en el servicio de salud materno e infantil
- b) Reducir las deficiencias en la atención de todas las mujeres y sus recién nacidos durante el embarazo, parto, la etapa de puerperio y neonatal, asegurando que las intervenciones efectivas, preventivas e integrales y de calidad permitan mejorar la calidad de vida de madre e hijo de la provincia de Jaén.
- c) Alcanzar el máximo bienestar en cada uno de nuestros pacientes.
- d) Brindar un servicio de salud oportuna, confiable y de óptima calidad, permitiendo garantizar atención adecuada a madre e hijo.
- e) Ofrecer ambientes cómodos y debidamente equipados, llegando a satisfacer las necesidades y expectativas de las pacientes.

## **La Industria o Sector - Análisis del micro entorno**

### **Cinco fuerzas de Porter:**

#### **a) Poder de Negociación de los Clientes**

Este es de medio a alto, ya que actualmente existe un porcentaje de mujeres acceden a los servicios del estado por falta económica. Sin embargo existe una gran demanda insatisfecha en el servicio materno infantil y la Sociedad Peruana de Obstetricia y Ginecología (2020) Nos señala que como consecuencia del confinamiento se incrementó el porcentaje de mujeres embarazadas (12%) específicamente en adolescentes, con lo cual muchas de estas mujeres prefieren buscar una atención particular puesto que se exponen a contagios lo cual es perjudicial para la salud de ambos, así mismo es sabido que el hospital muchas veces no ofrece un servicio adecuado en la atención madre e hijo, por lo cual un gran porcentaje acude a la atención particular.

#### **b) Rivalidad entre las empresas**

Este sector cuenta con competencia directa e indirecta. Directa por parte de los Hospitales como el Hospital General de Jaén, Hospital II de Jaén que pertenece a Essalud e indirecta por las clínicas que ofrecen servicios de atención materna existentes y clínicas que incluyen la especialidad gico-obstetra (Clínica San Marcos, Clínica Jaén, Clínica San Juan, etc.), sin embargo, no existen clínicas materno infantiles en la provincia, es decir que puedan ofrecer el servicio de calidad a madre e hijo, solo los hospitales que como es sabido no brindan el servicio adecuado para las madres e hijos, por esta razón muchos prefieren optar por los servicios particulares. Por otra parte, así el crecimiento de las clínicas maternas haya incrementado, pues no deja de ser un servicio, solo materno sin enfocarse en el bienestar del niño post parto, por lo que estos competidores son indirectos y la rivalidad entre competidores es de media a baja.

#### **c) Amenaza de los nuevos entrantes**

La posibilidad de que suceda es de media a alta, ya que se cuenta con diversas barreras de entrada como el requerimiento de capital y costos muy altos para la implementación de estas clínicas, así mismo existe una gran cantidad, de trámites a efectuar, y también la actual crisis política y económica. Sin embargo, si se llegara a estabilizar el país, podrían aparecer nuevos competidores ya que existe una demanda de mujeres gestantes que va aumentando y más aún en tiempos de COVID en donde los hospitales se encuentran colapsados y les dan preferencia a las personas infectadas, por lo cual muchas mujeres requieren y buscan una atención particular.

#### **d) Poder de Negociación de los Proveedores**

Con respecto a este punto este poder de negociación es medio, ya que se dio por presentación de los diversos equipos que son especialistas, y estos cambios ocasionarían significativos costos al no tener productos sustitutos, sin embargo, no existe un número de proveedores muy reducido, además que es importante para ellos cerrar contratos con clínicas, puesto que aumentarían sus ganancias porque son precios bastante elevados en la adquisición de equipos.

**e) Amenaza de productos Sustitutivos**

La amenaza de productos sustitutos es de media a baja, en este caso podrían ser consideramos como sustitutos, a las clínicas maternas y hospitales, sin embargo estas clínicas no brindan un servicio completo, es decir un servicio que sea materno infantil como el que se busca ofrecer, y por otro lado se encuentran los hospitales que actualmente están colapsados por pacientes COVID, así mismo también podemos considerar a los servicios especializados, ofrecidos y atendidos por las obstetras y ginecólogos y no como ambiguamente se atendía de manera empírica con parteras o a domicilio, la marca ofrecerá un atención de primer nivel evitando así los fallecimientos tanto del neonato como de la madre.

**Análisis del macro entorno**

**Matriz SEPTED**

a. Factores políticos

Gestión (2020) El Perú enfrenta actualmente una situación política inestable generando un negativo impacto en la estabilidad económica del país lo que se refleja en las finanzas de cada uno de nosotros, a pesar de la emergencia sanitaria debilitando las cuentas nacionales, pues la inestabilidad política aumenta aún más las consecuencias negativas en el país. No podemos dejar de mencionar que la reducción en la confianza de inversores, el incremento del riesgo país, el incremento del tipo de cambio y el desempleo, forman parte de la lista de consecuencias que estamos viviendo. Actualmente el Perú está pasando por una crisis política, puesto que existe una gran incertidumbre en el país por el nuevo gobierno que ingresará. Debido a esta crisis política ha aumentado la incertidumbre de muchos empresarios y con ello la inversión internacional está más susceptible a ser afectada. Sin embargo, José Miguel Sánchez, decano de economía de la Universidad Católica de Chile manifiesta que si esta crisis se resuelve rápido todo estaría bajo control y no habría peligro.

Por su parte el Diario Gestión (2021) indica que uno de los factores que aumenta el riesgo país es la incertidumbre, el cual fue calculado por el banco de inversión JP Morgan; como es sabido este cálculo pretende ver el riesgo político y la posibilidad de que un país no pueda cumplir con los pagos a acreedores extranjeros. Cabe

recaltar que para el mes de abril 2021 Perú cerró con 1.25 puntos porcentuales. Según Gestión (2021) esto hace que el financiamiento de un proyecto, pueda ser aún más costoso en tiempos de crisis política.

b. Factores económicos

Durante el COVID-19, la economía del país se ha visto muy afectada. Según Diario El Peruano (2021) Durante los 3 primeros meses del 2021, la economía peruana habría crecido 1.5%, lo que reflejó una recuperación de la actividad productiva y mejores expectativas empresariales. Actualmente nuestro país está viviendo una crisis económica no solo por efectos del COVID 19, sino también a causa de la inestabilidad política que vivimos. Así mismo esta crisis sanitaria ha generado grandes consecuencias no solo en los ciudadanos, sino también en las empresas, pues como lo menciona Gestión (2021) El 75% de las empresas aplaza inversiones por incertidumbre electoral. A pesar de ello este panorama económico ha ido mejorando poco a poco en los últimos meses, gracias a la reactivación económica de algunos de los sectores de nuestro país. Sin embargo aún existen ciertos factores de riesgo que podrían perjudicar la recuperación económica de nuestro país lo es el lado político, ya que ahora tenemos una fuente de incertidumbre con el nuevo gobierno que ingrese.

Actualmente la cotización del dólar en Perú está sufriendo fluctuaciones, debido a la segunda vuelta de elecciones presidenciales en Perú, generando que el precio del dólar frente al sol peruano se eleve, aun cuando la moneda estadounidense pierde un poco de terreno en el contexto internacional. Frente a esta incertidumbre desde ya los mercados reaccionan con jornadas en Bolsa de Valores de Lima en donde todos los resultados cierran en rojo y con una subida del precio del dólar en la que la divisa supera todas las proyecciones.

c. Factores demográficos

Según Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020) La población en el Perú al 30 de junio del 2020 tuvo 32 millones 626 mil habitantes, y se estima que, para fines de 2021, la población llegue a superar los 33 millones. Cabe mencionar que, en América Latina, entre los años 2010 a 2015 el Perú se encontró en el cuarto lugar de los países con más población. Por su parte el departamento de Lambayeque ha logrado un incremento poblacional de 4.4 %, pasando 1,207, 589 de habitantes a 1, 260,650 habitantes, que representa en la actualidad al 4% de la población nacional, él significa que existe una proyección para el 2025 de 1,354, 000 habitantes. Seguidamente, según índices demográficos se ha estimado que en

el año 2021 habrá 567 mil 512 nacimientos y 192 mil 215 defunciones, lo cual representa un aumento de 11,5 por cada mil habitantes.

Es cierto que como nos revela el MINSA se había logrado disminuir la tasa de mortalidad neonatal en un 18%. Sin embargo, dentro de los problemas ocasionados por el COVID-19 se ha comprobado que las limitaciones en la atención en mujeres gestantes, han generado un aumento en la tasa de mortalidad materna, pues en Perú hubo una defunción de 433 gestantes de enero a diciembre del 2020, cifra que no se alcanzaba hace más de una década, ello debido al confinamiento, puesto que el 30% de centros de salud detuvieron muchas consultas externas, dificultando el acceso de las gestantes jóvenes a una oportuna atención médica. Del mismo modo un informe revelado por Sociedad Peruana de Obstetricia y Ginecología (2020) Nos señala que a raíz del confinamiento se incrementó el porcentaje de mujeres embarazadas (12%), es por ello que existe una demanda insatisfecha.

Por su parte Pérez (2020) decana del Colegio Nacional de Obstetras nos manifiesta que la exclusión de las obstetras de la primera línea de acción fue un error que puso en peligro la salud materno infantil del país y que a causa de ello actualmente atienden partos en condiciones muy difíciles.

d. Factores tecnológicos

La inmersión de la tecnología en el sector salud cada día va en aumento y abre terreno a grandes potencialidades. El sector salud en nuestro país, ha dado un vuelco de manera acelerada, con respecto a calidad de vida y los servicios de salud, debido a la globalización. Grimaldo, et al. (2019). Es sabido que la tecnología en el mundo ha evolucionado con respecto a la informática, imagenología, biología molecular y el crecimiento en nuevos materiales biomédicos resonancia magnética, tomografías, tratamiento con rayos láser, implantes, cirugía laparoscópica, prótesis, etc., pues han transformado la práctica de la medicina. Por lo que estos avances han generado una evolución en tratamientos, diagnóstico y prevención de enfermedades. En nuestro país al 2021 se tuvo como meta que los centros de salud (70%) estén digitalizados, y que a su vez se implementen las historias clínicas de manera digital. Según el diario El Economista (2019) estos avances en el Perú, serán de mucho beneficio, puesto que contribuirían a reducir tiempos en espera, acelerar procesos que toman horas y contribuir en aumentar la satisfacción del paciente.

e. Factores ecológicos

Según Alvares y Chichande (2019). Actualmente, han tomado relevancia en países y organismos internacionales los factores que son claves en la salud

dentro de los cuales están los factores del entorno o ambientales. Así mismo vemos que hoy en día la contaminación ambiental es un mal que afecta a nuestro país y que viene aumentando año a año, estos diferentes factores ambientales, no son ajenos en la salud materno infantil, puesto que producen efectos que perjudican la salud madre e hijo. Es por ello que el mejor conocimiento sobre los efectos que causados por el factor ecológico en la medicina, específicamente en la obstetricia y la pediatría, contribuirán en ayudar a la población, futuras pecientas, a evitar la exposición durante las etapas con mayor susceptibilidad como lo son la prenatal e infantil temprana.

Existen varias formas en que la alteración de los ecosistemas puede exacerbar las enfermedades infecciosas y la aparición de nuevos virus y bacterias como es el caso del COVID 19, pues la pandemia ya está causando una trágica pérdida de vidas y complicaciones en la Salud materno infantil, diversas investigaciones realizadas en centros de Control y Prevención de Enfermedades, nos indican que el riesgo por coronavirus en mujeres embarazadas es mínimo. Sin embargo, muchas mujeres pueden tender a generar algunas complicaciones respiratorias que necesiten cierto cuidado intensivo a diferencia de mujeres sin embarazo.

### **Megatendencias**

Hoy en día nuevas tecnologías para la salud se juntan para aportar a los pacientes una vida más larga y con mayor bienestar. Algunas de estas innovaciones son: La incorporación del diagnóstico mediante inteligencia artificial, nuevos materiales e implantes y robótica. Estos nuevos avances prometen ayudar a los profesionales de la salud con nuevas herramientas que permitan mayor rapidez en el tiempo que tarde recuperarse un paciente e incluso puede llegar a evitar la entrada a los hospitales.

Según Ávila, citado Rodríguez (2020) señala que la innovación estimulada por diversos gobiernos generara grandes tendencias del sector Salud a nivel Latinoamérica. Actualmente se creó un Expediente Clínico Único Médico, en México, que tiene como base la inteligencia artificial, este proporciona informes y reportes al personal médico, y hace más sencillo el trabajo y la verificación de información entre los diversos centros de salud, evitando perder el tiempo al momento de atender al paciente. Así mismo nos menciona que el World Economic Forum, menciona que los gobiernos tienen que evolucionar en los servicios de salud que ofrecen, todo ello como resultado de la crisis sanitaria por el coronavirus y que actualmente la Telemedicina podría ser una gran parte de la respuesta tanto ahora como después del COVID 19, aun cuando su implementación no estará libre de inconvenientes. El Sars – Cov 2 afectó a la población a nivel mundial dentro de las cuales el sector salud fue el más afectado en todos los países. Pero ha generado una oportunidad para clausurar brechas y convertir a los

hospitales a una infraestructura moderna, centros de salud y clínicas. Con un buen plan tecnológico e infraestructura se disminuirán costos y se mejorará e incrementará la atención de calidad para todo tipo de pacientes.

Cepeda (2021) afirma que el modelo actual de salud aún le falta generar valor, esto significa mejorar la atención, modernizar equipos e infraestructura, minimizar costos y maximizar una salud de calidad, donde el paciente es el eje fundamental de un centro de atención para la salud, por la cual si los gobiernos tomaran en cuenta las necesidades de los pacientes en los hospitales no existiría alta demanda para el sector privado. Por otro lado, Fratti (2019), nos menciona que En poco tiempo habrá hospitales donde, con la tecnología 3D, se podrán imprimir pastillas. Con la nanotecnología se crean tejidos inteligentes, que envían datos sobre valores del organismo humano que tienen que ver con temperatura y pulsaciones, entre otros.

Estamos en un momento único en la historia, donde las partes biológicas, digitales y físicas se fusionarán. Se producirán más y mejores medicamentos, los doctores estarán en mejor posición, siendo más efectivos en la detección y tratamiento de enfermedades y los pacientes estarán más empoderados con su salud. En ciertos países del mundo ya vienen implementando las tecnologías inteligentes para garantizar un embarazo seguro y sano, del mismo modo los avances han evolucionado que ya se viene incorporando la tecnología por ultrasonidos en un teléfono inteligente ya constituyó un avance tecnológico de primera línea. El desarrollo tecnológico proporciona herramientas que nos permiten hacer cosas que hace unos años parecían imposibles. El aumento de servicios profesionales que utilizan tecnología de punta para controlar a fondo los embarazos de bajo riesgo son imparables. Muchos de ellos van más allá del control, detección y prevención de condiciones que puedan afectar al feto, y brindan imágenes y videos de futuros bebés, además de tranquilizar a las madres, también fortalecen el vínculo emocional con el niño.

### **Tendencias de la nueva economía**

Algunas claves de la Economía tienen que ver con la creación de valor, la creatividad, las nuevas tecnologías, la reducción de costos, la horizontalidad en la toma de decisiones, la constante validación por parte del público meta y la reconceptualización del cliente en usuario. Hoy observamos el impacto de las TICs la salud apoyada en el megadata, historias clínicas y dispositivos corporales conectados a Internet, diagnósticos y tratamientos a distancia.

Por su parte, ISPOR (International Society of Pharmacoeconomics and Outcomes Research) ha lanzado su ránking de tendencias en economía de la salud:



- a) Precio de los medicamentos: no de los temas centrales fue ver cómo las compañías biofarmacéuticas podían ofrecer el máximo retorno a la inversión sin comprometer el acceso de los pacientes a los medicamentos.
- b) Real World Evidence: Según Ispor, este encabeza las listas, por el potencial que ofrece a las agencias reguladoras a la hora de tomar decisiones; es por ello que, utilizando los datos del RWE, también los pagadores y proveedores sanitarios pueden realizar análisis de coste-efectividad de las distintas terapias para medir su eficiencia.
- c) Terapias innovadoras: Hoy en día se busca ofrecer innovar en nuevas maneras de ofrecer tratamientos de calidad para los pacientes, por ello uno de los puntos importantes es analizar cómo abordan esta materia los diferentes países y generar diferentes perspectivas la manera de equilibrar el beneficio clínico con el impacto económico.
- d) Gasto general: Esta nueva tendencia, busca el análisis del gasto global en salud, básicamente puede conocer el dinero que se gasta y que se podría evitar
- e) Sanidad universal: Este punto es muy importante evaluar, pues actualmente la OMS estima que al menos la mitad de la población mundial no tiene acceso a toda la cobertura que necesitan, así mismo ISPOR añade que todavía hay mucho que avanzar en este punto, es por ello que los países miembros de la Organización de Naciones Unidas se han comprometido a alcanzar la cobertura de sanidad universal para 2030.
- f) Modelos de pago alternativos: Determinar el valor real de cada servicio ofrecido es una tendencia sanitaria del momento, muchos de estos generan un alto beneficio a los pacientes, gobiernos tienen que determinar la manera de integrarlas sin que esto tenga un gran impacto en los sistemas sanitarios tanto públicos como privados.
- g) Transparencia de precios: La falta de transparencia de precios tiene un gran impacto sobre los presupuestos de los sistemas sanitarios y los pacientes, pues varían de diferente manera. En la actualidad y EEUU han hecho un llamamiento para crear una normativa con la que se regule esta transparencia.
- h) Tecnologías digitales: El sector sanitario ya está trabajando para incorporar estas tecnologías. Por ello, esta es una de las nuevas tendencias en la lista de 2020, más allá de otras como el big data, se busca ver qué impacto puede tener la digitalización de los sistemas sanitarios.
- i) Medicina de precisión: Actualmente también se encuentra en tendencia, la medicina de precisión debido a la creciente demanda de tratamientos personalizados y la innovación tecnológica que conlleva, por su parte ISPOR señala que la intersección del big data y la medicina de precisión es inevitable para que siga evolucionando.

## CADENA DE VALOR DEL SECTOR

Figura 1.

*Cadena de valor del Sector*

INFRAESTRUCTURA DEL SECTOR					S A T I S F A C C I Ó N  D E L  P A C I E N T E
El sector de salud privado, se enfoca en la correcta ejecución de sus políticas de gestión, al mismo tiempo se apoyan en la planificación estratégica Para establecer objetivos relacionados con mejoras en procesos de servicio u optimización de recursos médicos, así mismo buscan ir perfeccionándose en la Gestión de Calidad, para ofrecer una atención única y especializada, garantizando la eficiencia en sus procesos.					
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANO DEL SECTOR					
El sector privado de salud materno e infantil, se enfoca en tener el personal debidamente capacitado, especializado e idóneo; requerido para la atención materno e infantil, así mismo se enfocan en buscar el desarrollo del personal, motivarlo y retenerlo, con la finalidad de que puedan ejercer eficientemente sus funciones. Por otra parte, exige al personal, ser líder en trabajo en equipo, resolución de problemas y nivel de comunicación.					
DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL SECTOR					
El sector de salud privado enfocados en la atención materno infantil, cuentan con tecnología de punta, pues existe un mayor interés por el uso de la tecnología, además han crecido en cuanto a la inserción de citas médicas electrónicas y el uso de historias clínicas digitales permiten ofrecer una mejor atención al paciente, y gracias al uso de las tecnologías estas clínicas ya cuentan con sus procesos optimizados.					
ABASTECIMIENTO DEL SECTOR					
El sector salud privado tiene gran disponibilidad para acceder a materiales, equipos y medicamentos, buscando satisfacer la demanda. Todo a ello a través de innovadores sistemas de planificación y compras de las materias primas necesarias para hacer la prestación del servicio de salud, correcta evaluación y selección de proveedores, aprovisionamiento de insumos médicos, instalación y mantenimiento de equipos. Por otra parte implementan una continua gestión de inventarios con estándares de codificación, con lo cual se podría ayudar a mejorar la seguridad, eficiencia y efectividad del sistema de salud.					
LOGISTICA DE ENTRADA SECTOR	OPERACIONES SECTOR	LOGISTICA DE SALIDA SECTOR	MARKETING Y VENTAS SECTOR	SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recepción de gestantes.</li> <li>-Recepción de recién nacidos.</li> <li>-Identificación de signos y síntomas (TRIAJE)</li> <li>-Derivar a especialidad correspondiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Evaluación de la mujer gestante y/o hijo</li> <li>-Diagnóstico de complicaciones en el embarazo</li> <li>-Diagnóstico de enfermedades</li> <li>-Partos</li> <li>-Intervención quirúrgica</li> <li>-Hospitalizaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Madre e hijo estables</li> <li>- Pasar a sala de recuperación</li> <li>-Asignación de tratamiento</li> <li>-Emisión de receta</li> <li>-Confirmación de alta medica</li> </ul>	El sector salud privado busca aumentar su visibilidad, enfocándose en establecer alianzas estratégicas, ofrecer paquetes y promociones atractivos, de mismo modo participar en campañas de prevención y <u>atención</u> de salud, y lo hacen a través de los medios electrónicos (página web, redes sociales).	Realizar un seguimiento al paciente, para ver su evolución ante los servicios brindado y obtener su apreciación o calificación, y estar abiertos a las sugerencias.	

## **I.2.2 FODA**

### **Fortalezas**

Personal con experiencia y capacitación (Las clínicas del sector tienen personal con experiencia y capacitación)

Calidad en atención al paciente

Uso de equipos tecnológicos modernos

Flexibilidad e innovación ante los cambios

### **Oportunidades**

Aumento del número de mujeres gestantes

Crisis sanitaria

Innovación en la medicina y tecnología

Escasos centros de salud especializados en la atención materno e infantil

Crecimiento del mercado de clínicas privadas

Ineficiencias del sector de salud público

### **Debilidades**

Falta de especialidades materno infantil

Insuficiente personal médico (Existe personal médico, pero no el suficiente)

Altos costos de funcionamiento

Insuficiente infraestructura clínicas para atender mayores volúmenes de pacientes (Madres e hijos)

Elevados costos del servicio brindado

Baja participación en campañas Materno-infantiles

### **Amenazas**

Inestabilidad política y económica.

Sobrecostos generados por adecuaciones normativas, supervisiones e intervenciones del Estado sobre el sector privado.

Competidores que ofrecen servicios similares.

Gestantes que acuden a centros de salud público.

Mejoras en el sector público.

## Viabilidad estratégica

**Tabla 2.**

*Matriz EFI*

---

### MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos

---

	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Ponderado</b>
<b>Fortalezas</b>			
1. Personal con experiencia y capacitación	0.14	4	0.56
2. Calidad en atención al paciente	0.14	4	0.56
3. Uso de equipos tecnológicos modernos	0.14	4	0.56
4. Flexibilidad e innovación ante los cambios	0.14	4	0.56
<b>Debilidades</b>			
1. Falta de especialidades materno infantil	0.07	2	0.14
2. Insuficiente personal médico	0.06	2	0.12
3. Altos costos de funcionamiento	0.06	2	0.12
4. Insuficiente infraestructura clínicas para atender mayores volúmenes de pacientes (Madres e hijos)	0.10	1	0.1
5. Elevados costos de los servicios	0.05	2	0.1
6. Baja participación en campañas Materno-infantiles	0.05	2	0.1
	0.05	2	0.1
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.02</b>

Los valores de las calificaciones son los siguientes:

1 = debilidad mayor                      2 = debilidad menor                      3 = fortaleza menor                      4 = fortaleza mayor

---

*Nota.* Elaboración propia

Interpretación: El puntaje obtenido en cuanto a la evaluación de fortalezas y debilidades es de 3.02 indicando un puntaje superior al promedio de 2.5 lo cual significa que el sector se encuentra en una posición sólida respecto a sus factores internos.

**Tabla 3.**  
*Matriz EFE*

<b>MATRIZ EFE – Evaluación de Factores Externos</b>			
	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Ponderado</b>
<b>Oportunidades</b>			
1. Aumento del número de mujeres gestantes.	0.14	4	0.56
2. Crisis sanitaria	0.13	4	0.52
3. Escasos centros de salud especializados en la atención materno e infantil	0.12	4	0.48
4. Innovación en la medicina y tecnología.	0.10	4	0.4
5. Crecimiento del mercado de las clínicas.	0.10	4	0.4
6. Ineficiencias del sector de salud público	0.10	4	0.4
<b>Amenazas</b>			
1. Inestabilidad política y económica.	0.07	1	0.07
2. Sobrecostos generados por adecuaciones normativas, supervisiones e intervenciones del Estado sobre el sector privado	0.05	2	0.10
3. Competidores que ofrecen servicios similares.	0.05	2	0.10
4. Gestantes que acuden a centros de salud público.	0.04	2	0.10
5. Mejoras en el sector público	0.1	2	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.31</b>
Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1 = amenaza mayor      2 = amenaza menor      3 = oportunidad menor      4 = oportunidad mayor			

**Nota.** Elaboración propia

Interpretación: El puntaje obtenido en cuanto a la evaluación de oportunidades y amenazas es de 3.31 indicando un puntaje superior al promedio de 2.5 lo cual significa que el sector se encuentra en una posición sólida respecto a sus factores externos.

En conclusión, del diagnóstico de la matriz EFI y EFE, con respecto al análisis interno se puede evidenciar que el sector es competitivo (3.02), debido a diversos factores como personal con experiencia y capacitación, la calidad en la atención de los pacientes y el uso de equipos tecnológicos modernos, entre otros, que forman parte de las fortalezas de las clínicas

privadas del sector. Por su parte en cuanto a los factores externos también se encuentre siendo competitivo (3.31), sin embargo, hay factores como la actual inestabilidad política y económica, sobrecostos y competidores con servicios similares que resultan ser una amenaza, por lo cual, se deben tomar en cuenta y desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades del sector, alcanzando un puntaje mucho más alto para mejorar, y posicionar a la clínica y volverla eficiente. Por tanto, de acuerdo al análisis realizado se considera a este proyecto de inversión privada viable.

### **Análisis Matricial**

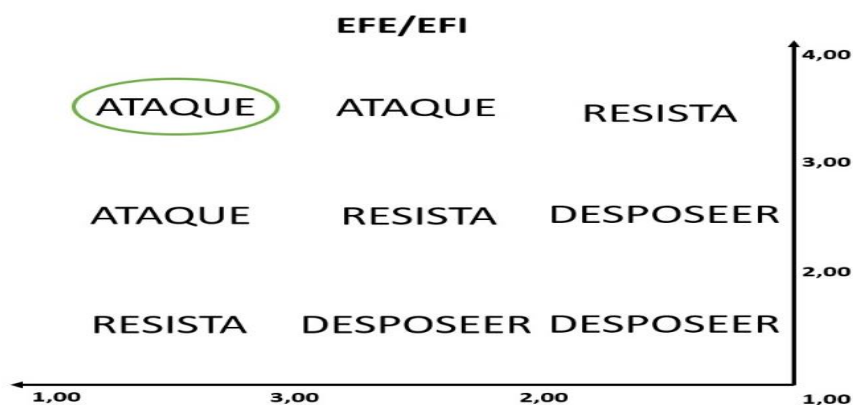
Relacionado con lo anterior, se usarán las ponderaciones obtenido en los factores internos como externos, los cuales fueron calculados en la Matriz EFI y EFE, para obtener el tipo de estrategia más adecuada y óptima.

Puntaje en los factores Internos: 3.02

Puntaje en los factores Externos: 3.31

### **Figura 2.**

*Análisis Matricial*



*Nota.* Elaboración Propia

Se puede apreciar que el puntaje ponderado de la matriz interna es de 3.02 y el puntaje ponderado de la matriz externa es de 3.31, localizándose en la parte del cuadrante izquierdo superior, es decir, en ATAQUE, lo cual indica que se puede crecer y desarrollar, así mismo implementar estrategias para el crecimiento para la empresa.

Tabla 4.

MATRIZ FODA CRUZADO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1: Aumento del número de mujeres gestantes            O2: Crisis sanitaria            O3: Innovación en la medicina y tecnología            O4: Escasos centros de salud especializados en la atención materno e infantil            O5: Crecimiento del mercado de clínicas privadas            O6: Ineficiencias del sector de salud público</p>	<p>A1: Inestabilidad política y económica.            A2: Sobrecostos generados por adecuaciones normativas, supervisiones e intervenciones del Estado sobre el sector privado.            A3: Competidores que ofrecen servicios similares.            A4: Gestantes que acuden a centros de salud público.</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1: Personal con experiencia y capacitación            F2: Calidad en atención al paciente            F3: Uso de equipos tecnológicos modernos            F4: Flexibilidad e innovación ante los cambios</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar en el servicio materno infantil especializado satisfaciendo al gran porcentaje de madres e hijos desatendidos en la región.</li> <li>• Utilizar las nuevas tendencias tecnológicas del mercado para brindar un servicio de atención único y especializado de calidad.</li> <li>• Establecer planes de formación y evaluación continua para potenciar las habilidades y conocimientos ofreciendo un servicio de eficiente y eficaz que mejore la calidad de vida de madre e hijo.</li> <li>• Reducir los procesos administrativos agilizando la atención que permita mantener satisfecho al paciente.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un diferenciador de la competencia centrado en la calidad de atención integral al paciente y de los tratamientos.</li> <li>• Diferenciarse de las clínicas, ofreciendo una atención rápida y oportuna.</li> <li>• Establecer alianzas estratégicas con empresas privadas y convenios con los hospitales y de la región para poder posicionarnos en nuevos segmentos y atender al mayor número de pacientes desatendidos a causa del COVID 19.</li> <li>• Destacar aspectos que diferencien los servicios de la clínica por su calidad, materiales, tecnología y profesionalismo de médicos.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1: Falta de especialidades materno infantil            D2: Insuficiente personal médico            D3: Altos costos de funcionamiento            D4: Insuficiente infraestructura clínicas para atender mayores volúmenes de pacientes (Madres e hijos)            D5: Elevados costos de los servicios            D6: Baja participación en campañas Materno-infantiles            D7: Mejoras en el sector público</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer paquetes de atención para atraer a mayor número de pacientes (Madres e hijos).</li> <li>• Situar la clínica en un lugar estratégico con una infraestructura amplia que garantice la atención y acceso al mayor número de pacientes (Madres e hijos).</li> <li>• Brindar campañas Maternas infantiles para generar mayor posicionamiento y tener acceso a mayor de pacientes.</li> <li>• Ampliar los servicios ofrecidos permitiendo una atención completa y especializada en la atención Materno Infantil.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar planes de contingencia para hacer frente ante la inestabilidad política y económica.</li> <li>• Reducir los costos de funcionamiento a mediante de la optimización de determinados procesos aprovechando los avances tecnológicos del sector salud.</li> <li>• Aumentar los ingresos, generando un mayor margen de rentabilidad por cantidad de servicios ofrecidos sin necesidad de incrementar mucho los precios.</li> </ul>

**MATRIZ FODA CRUZADO – FASE 2****OPORTUNIDADES****AMENAZAS****FORTALEZAS**

1. Personal con experiencia y capacitación
2. Calidad en atención al paciente
3. Uso de equipos tecnológicos modernos
4. Flexibilidad e innovación ante los cambios

**DEBILIDADES**

1. Falta de especialidades materno infantil
2. Insuficiente personal médico
3. Altos costos de funcionamiento
4. Insuficiente infraestructura clínicas para atender mayores volúmenes de pacientes (Madres e hijos).
5. Elevados costos de los servicios
6. Baja participación en campañas Materno-infantiles
7. Mejoras en el sector público

1. Aumento del número de mujeres gestantes
2. Crisis sanitaria
3. Innovación en la medicina y tecnología
4. Escasos centros de salud especializados en la atención materno e infantil
5. Crecimiento del mercado de clínicas privadas
6. Ineficiencias del sector de salud público

**OBJETIVO ESTRATÉGICO DE MERCADO**

Establecer un diferenciador de la competencia centrado en la calidad de atención integral al paciente y de los tratamientos.

Diferenciarse de las clínicas, ofreciendo una atención rápida y oportuna.

Establecer alianzas estratégicas con empresas privadas y convenios con los hospitales y de la región para poder posicionarnos en nuevos segmentos y atender al mayor número de pacientes desatendidos a causa del COVID 19.

Establecer paquetes de atención para atraer a mayor número de pacientes (Madres e hijos).

Situar la clínica en un lugar estratégico con una infraestructura amplia que garantice la atención y acceso al mayor número de pacientes (Madres e hijos).

Brindar campañas Maternas infantiles para generar mayor posicionamiento y tener acceso a mayor de pacientes.

Destacar aspectos que diferencien los servicios de la clínica por su calidad, materiales, tecnología y profesionalismo de médicos

**OBJETIVO ESTRATÉGICO OPERACIONAL**

Utilizar las nuevas tendencias tecnológicas del mercado para brindar un servicio de atención único y especializado de calidad.

Reducir los procesos administrativos agilizando la atención que permita mantener satisfecho al paciente.

Utilizar las nuevas tendencias tecnológicas del mercado para brindar un servicio de atención único y especializado de calidad.

Destacar aspectos que diferencien los servicios de la clínica por su calidad, materiales, tecnología y profesionalismo de médicos.

Ampliar los servicios ofrecidos permitiendo una atención completa y especializada en la atención Materno Infantil.

Establecer un diferenciador de la competencia centrado en la calidad de atención integral al paciente y de los tratamientos.

Diferenciarse de las clínicas, ofreciendo una atención rápida y oportuna.

Reducir los costos de funcionamiento a mediante de la optimización de determinados procesos aprovechando los avances tecnológicos del sector salud

**OBJETIVO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL**

Liderar en el servicio materno infantil especializado satisfaciendo al gran porcentaje de madres e hijos desatendidos en la región

Establecer planes de formación y evaluación continua para potenciar las habilidades y conocimientos ofreciendo un servicio de eficiente y eficaz que mejore la calidad de vida de madre e hijo.

Desarrollar planes de contingencia para hacer frente ante la inestabilidad política y económica.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

Aumentar los ingresos, generando un mayor margen de rentabilidad por cantidad de servicios ofrecidos sin necesidad de incrementar mucho los precios.

Desarrollar óptimos planes de ventas de los servicios ofrecidos.

Reducir los costos de funcionamiento a mediante de la optimización de determinados procesos aprovechando los avances tecnológicos del sector salud.

1. Inestabilidad política y económica.
2. Sobrecostos generados por adecuaciones normativas, supervisiones e intervenciones del Estado sobre el sector privado.
3. Competidores que ofrecen servicios similares.
4. Gestantes que acuden a centros de salud público.



MATRIZ FODA CRUZADO – FASE 3	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumento del número de mujeres gestantes</li> <li>2. Crisis sanitaria</li> <li>3. Innovación en la medicina y tecnología</li> <li>4. Escasos centros de salud especializados en la atención materno e infantil</li> <li>5. Crecimiento del mercado de clínicas privadas</li> <li>6. Ineficiencias del sector de salud público</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inestabilidad política y económica.</li> <li>2. Sobrecostos generados por adecuaciones normativas, supervisiones e intervenciones del Estado sobre el sector privado.</li> <li>3. Competidores que ofrecen servicios similares.</li> <li>4. Gestantes que acuden a centros de salud público.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal con experiencia y capacitación</li> <li>2. Calidad en atención al paciente</li> <li>3. Uso de equipos tecnológicos modernos</li> <li>4. Flexibilidad e innovación ante los cambios</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO DE MERCADO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a la Clínica Materno Infantil como la de mejor en atención integral al paciente, con los mejores paquetes de atención, los precios más competitivos y accesibles, teniendo mayor acceso al número de pacientes, y a su vez ofrecer una infraestructura amplia y adecuada, única en la región, como forma de sostener su ventaja competitiva en el mercado.</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de especialidades materno infantil</li> <li>2. Insuficiente personal médico</li> <li>3. Altos costos de funcionamiento</li> <li>4. Insuficiente infraestructura clínicas para atender mayores volúmenes de pacientes (Madres e hijos).</li> <li>5. Elevados costos de los servicios</li> <li>6. Baja participación en campañas Materno-infantiles</li> <li>7. Mejoras en el sector público</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO OPERACIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a la Clínica Materno Infantil como la mejor en la adaptación de las nuevas tendencias tecnológicas de la medicina, reduciendo procesos administrativos y ofreciendo un servicio eficiente y eficaz, de calidad, que permita brindar una atención única y especializada de manera rápida y oportuna, logrando aumentar la satisfacción de los pacientes, a su vez centrarse en la evaluación permanente de los procesos que produzcan la calidad deseada.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a la Clínica como Líder y máximo referente en la atención Materno Infantil, contando con profesionales especializados de alto nivel, comprometidos con la salud, y que promuevan mejoras continuas en cada uno de los procesos de la organización, permitiendo así, ser la mejor en la región y contribuir a mejorar la calidad de vida de madre e hijo, logrando así ser una empresa sólida, con planes de contingencia y mejora continua adecuados que permitan hacer frente al entorno cambiante.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO ECONÓMICO Y FINANCIERO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar a la Clínica Materno Infantil como una empresa que apunte al desarrollo sostenible de inversión que estimule el crecimiento económico constante, esperando un mayor margen de rentabilidad, sin necesidad de incrementar mucho los precios, a través de la optimización de costos, incremento de ventas, eficiencia económica, toma de decisiones óptimas y adaptándose al uso de las tecnológicas para optimizar procesos y reducir costos, logrando ser una empresa con mayor solvencia y actitud responsable.</li> </ul>	

*Nota.* Elaboración Propia

### **I.2.3. Justificación – tal cual CANVAS**

El proyecto de inversión para la creación de una Clínica Materno Infantil se dedicará a brindar servicios de atención a las madres de familia en etapa prenatal, postnatal, al neonato, infante y niño, es importante ya que nace de la necesidad actual en la provincia de Jaén ya que no existe una clínica especializada en la mujer como madre y en el niño en el ámbito pediátrico. La justificación teórica consiste en analizar y proponer una solución viable a esta problemática, así como optimizar el uso de los recursos, reduciendo así costos operacionales y generando mayor utilidad para la empresa.

La justificación social consiste en ofrecer servicios de mejor calidad, seguros y confiables al segmento de clientes en estudio, por la cual sus aliados claves serán profesionales especialistas, compañías de seguros de salud, proveedores de materiales y equipos clínicos, además se buscará realizar alianzas estratégicas con clínicas posicionadas en la provincia pero que no cuentan con el servicio especializado y con laboratorios clínicos para así facilitar la atención al paciente. Por ende, la población beneficiada serán las madres con niños de 0 a 3 años de edad y mujeres gestantes con un NSE B y C de la provincia de Jaén y distritos aledaños.

La justificación práctica se enfoca en la aplicación de estos instrumentos de aplicación en otras empresas del mismo rubro generando estandarización del proceso. Asimismo, se busca proponer una atención emocional y racional donde los beneficiados sean las pacientes madres y neonato, infantes generándoles como el core del negocio seguridad en el proceso de su desarrollo del embarazo y en el nacimiento de su hijo brindándole una grata experiencia con la finalidad de ser recomendado ya sea por el medio boca a boca, redes sociales, etc.

Figura 3.

Canvas del negocio



Nota. Elaboración Propia

#### **I.2.4. Marco legal**

Ley N.ª 28015: Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa (promulgada el 3 de junio del 2003).

Ley Nª 26842 – Ley General de Salud. La salud es condición indispensable del desarrollo humano y medio fundamental para alcanzar el bienestar individual y colectivo.

#### **I.2.5. Unidad formuladora y unidad ejecutora**

La unidad Formuladora estará cargo de la egresada de la escuela de administración, Daylin Jasmin Boñon Olivera.

La unidad ejecutora según Sunarp será denominada: “Clínica Materno Infantil La Luz” estará constituida bajo la forma de societaria de una EIRL.

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.): es una persona jurídica con derecho privado constituida por la voluntad de un titular. Al ser la responsabilidad de la empresa limitada, esta responde con su propio capital en cuanto a las deudas, quedando libre de responsabilidad el titular y su patrimonio personal. El capital de la empresa puede ser dinero o bienes como muebles, equipos y maquinaria. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Por lo general se registran en el Régimen Especial de Renta (RER) pero también pueden registrarse en el Régimen General.

#### **I.2.6. Clasificación productiva sectorial**

Este proyecto denominado “PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INSTALACIÓN DE UNA CLÍNICA MATERNO INFANTIL EN LA CIUDAD DE JAÉN, 2022”, según la CIUU (Clasificación industrial uniforme) la he clasificado así:

Código CIUU, 4.0: 8690 “OTRAS ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA”

## CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

### II.1.- CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Beneficiar a madres e hijos desatendidos, con un servicio integral de atención completa y especializada que a su vez permita mejorar la calidad de vida de las mujeres gestantes de la región Lambayeque durante toda la etapa de gestación, permitiéndoles vivir una bonita experiencia durante el proceso y brindándoles seguridad a ellas y sus hijos, contribuyendo a su crecimiento y desarrollo en el contexto de sus familias.

### II.2.- PERFIL DEL CONSUMIDOR

Personas que deseen servicio de salud privado Materno infantil con atención integral especializada de calidad. Los clientes potenciales serán las mujeres en edad fértil (15-49), Las mujeres gestantes y los niños de 0 a 3 años, de la región Lambayeque, pertenecientes al NSE B y C, con ingresos mayores a S/. 2000.00

### II.3.- ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO

El área geográfica del negocio será ubicada en la provincia de Jaén, solo zonas urbanizadas con personas con NSE B+ y B- y C, que cuenten con ingresos mayores a 2000 soles.

**Figura 4.**

*Área Geográfica de la provincia de Jaén*



*Nota. Referencia de la página web [http://www.perutoptours.com/index06ja\\_mapa\\_jaen.html](http://www.perutoptours.com/index06ja_mapa_jaen.html)*

## II.4.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN

### II.4.1. Información Primaria y secundaria

Información primaria: Se aplicó una encuesta a la población del estudio para determinar el nivel de aceptación del servicio, identificación de la población mediante información de INEI en sus registros de censos.

### II 4.2 Determinación del Tamaño de Muestra.

Se segmentó el mercado de la siguiente manera.

Segmentación Geográfica según INEI; teniendo como rango de edades de 15- 49 años.

#### Criterios de Inclusión:

Se tomó como criterios de inclusión los siguientes puntos:

- Personas en edad comprendida 15-49 años
- Personas profesionales, estudiantes, amas de casa
- Mujeres gestantes y con hijos en edades de 0 – 3 años.
- Personas con estilos de vida:

Afortunados masculino y femenino con nivel profesional

Personas con negocios propios en crecimiento o trabajo en empresas de nivel medio

#### Criterios de Exclusión:

- Personas en edad menor a 15 años y mayor de 50 años.
- NSE D y E
- Persona con estilos de vida conservadores y austeros.
- Personas foráneas y extranjeros con estadía corta en la ciudad.

Para el caso del tamaño de la muestra del mercado, se obtuvo mediante la fórmula para población finita, es decir, cuando se conoce el total de la población. La fórmula para una muestra adecuada y representativa, fue la siguiente:

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

Dónde:

N= es el total de la población = 199432 personas.

p= 0.8

q = 0.2

Z= Nivel de confianza al 90% = 1.645

e= Error 0.1

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0.8 \times 0.2 \times 199432}{0.1^2(199432 - 1) + 1.645^2 \times 0.8 \times 0.2}$$

$$n = 44$$

Utilizando un nivel de confianza de 90% y un error de estimación de 10 % para una población de 199432 personas, se ha obtenido encuestar a por lo menos 44 personas para recopilar la información necesaria que se requiere en la investigación.

### II.4.3 La encuesta

#### II.4.3.1 Resultados de la encuesta

Tabla 5.

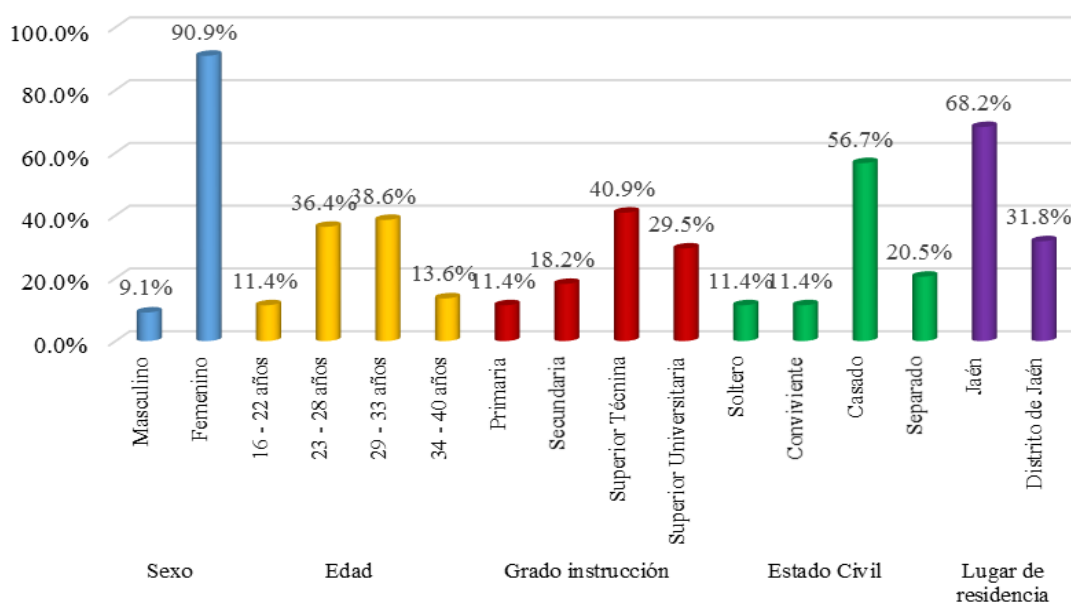
Características sociodemográficas de los clientes

		n	%
Sexo	Masculino	4	9,1%
	Femenino	40	90,9%
Edad	16 - 22 años	5	11,4%
	23 - 28 años	16	36,4%
	29 - 33 años	17	38,6%
	34 - 40 años	6	13,6%
Grado instrucción	Primaria	5	11,4%
	Secundaria	8	18,2%
	Superior Técnica	18	40,9%
	Superior Universitaria	13	29,5%
Estado Civil	Soltero	5	11,4%
	Conviviente	5	11,4%
	Casado	25	56,7%
	Separado	9	20,5%
Lugar de residencia	Jaén	30	68,2%
	Distrito de Jaén	14	31,8%

En la tabla 5 se observan las características sociodemográficas donde 90,9% de los encuestados fueron mujeres y 9,1% de los encuestados fueron varones. Además 38,6% de los encuestados tienen de 29 a 33 años; 36,4% de los encuestados tienen de 23 a 28 años. Sobre el grado de instrucción se observa que 40,9% de los encuestados tienen estudios superiores técnica; 29,5% de los encuestados tienen estudios superiores universitarios. En cuanto al estado civil se observa que el 56,7% son casados y 20,5% son separados. Sobre el lugar de residencia se tiene que 68,2% son de Jaén y 31,8% son del distrito de Jaén.

**Figura 5.**

Características sociodemográficas de los clientes



Nota. Elaboración propia

**Tabla 6.**

Los servicios de salud que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil

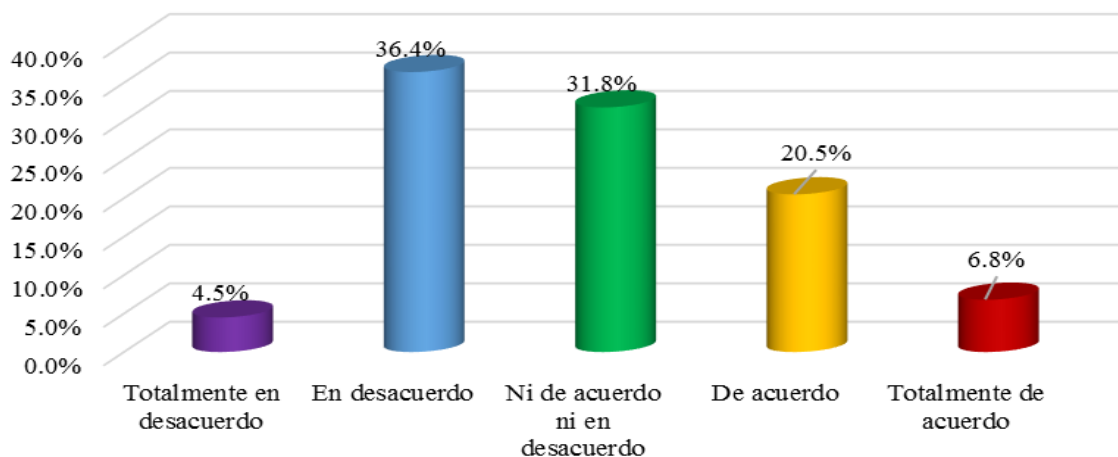
	n	%
Totalmente en desacuerdo	2	4,5
En desacuerdo	16	36,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	31,8
De acuerdo	9	20,5
Totalmente de acuerdo	3	6,8
Total	44	100,0

En la tabla 6 se observa que 36,4% de los encuestados están en desacuerdo de que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil; seguido del 31,8% de los encuestados que están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil. Solo el 6,8% de los encuestados están de acuerdo de que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil.



**Figura 6.**

Los servicios de salud que las clínicas en la ciudad de Jaén incluyen el servicio de Materno Infantil



Nota. Elaboración propia

**Tabla 7.**

Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudirá a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales?

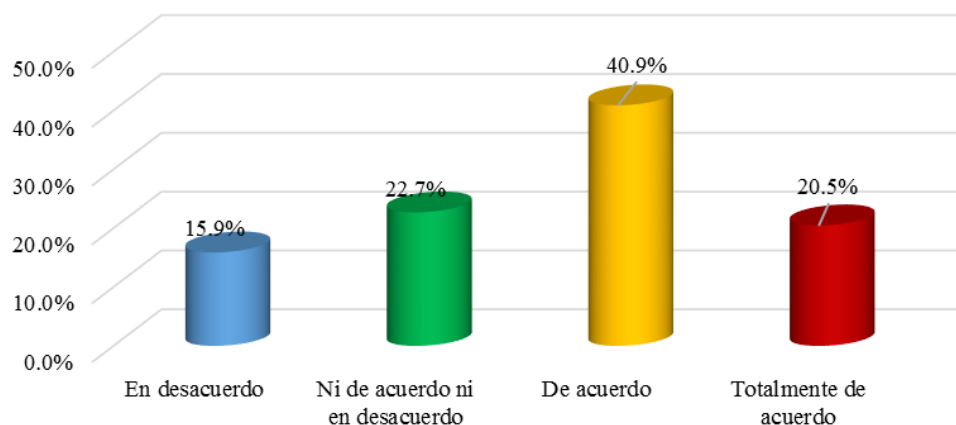
	n	%
En desacuerdo	7	15,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	22,7
De acuerdo	18	40,9
Totalmente de acuerdo	9	20,5
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 7 se observa que 40,9% de los encuestados están de acuerdo que de abrirse una clínica materno infantil, acudirán a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales; 20,5% de los encuestados están totalmente de acuerdo que de abrirse una clínica materno infantil, acudirán a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales. Mientras 22,7% de los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo que de abrirse una clínica materno infantil, acudirán a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales.

**Figura 7.**

Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudiría a atenderse y/o hacerse sus controles prenatales?



Nota. Elaboración propia

**Tabla 8.**

Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudiría a solicitar un servicio de atención y/o controles para su hijo?

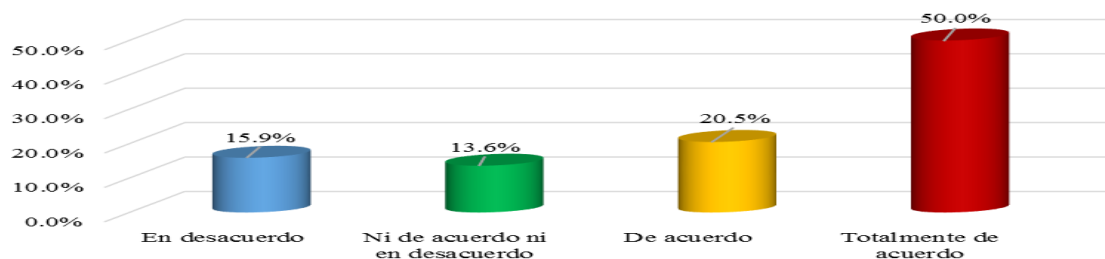
	n	%
En desacuerdo	7	15,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	13,6
De acuerdo	9	20,5
Totalmente de acuerdo	22	50,0
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 8 se observa que 50,0% de los encuestados están totalmente de acuerdo que de abrirse una clínica materno infantil, solicitaría un servicio de atención y/o controles para su hijo. Además 20,5% de los encuestados están de acuerdo que de abrirse una clínica materno infantil, solicitaría un servicio de atención y/o controles para su hijo.

**Figura 8.**

Usted acudiría a solicitar un servicio de atención y/o controles para su hijo



Nota. Elaboración propia

**Tabla 9.**

El servicio materno infantil debe brindar seguridad y calidad en la atención al paciente

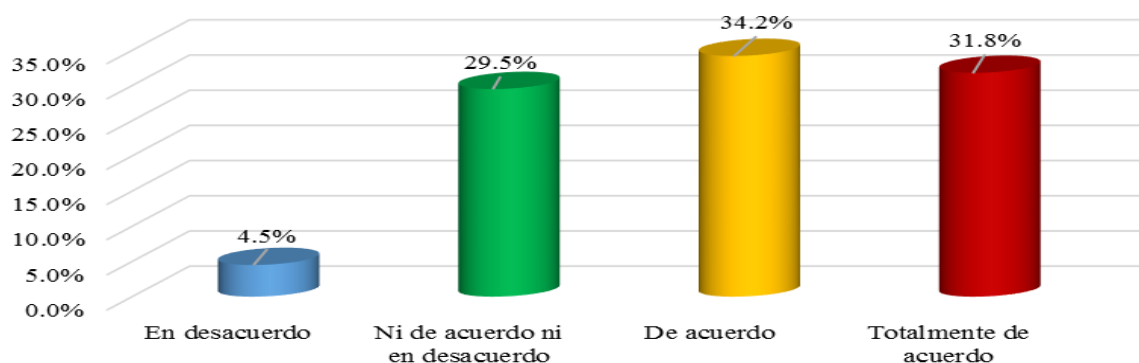
	n	%
En desacuerdo	2	4,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	29,5
De acuerdo	15	34,2
Totalmente de acuerdo	14	31,8
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 9 se observa que 34,2% de los encuestados están de acuerdo en que servicio materno infantil brinda seguridad y calidad en la atención al paciente. Además 31,8% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que servicio materno infantil brinda seguridad y calidad en la atención al paciente. Solo 4,5% de los encuestados están en desacuerdo en que servicio materno infantil brinda seguridad y calidad en la atención al paciente

**Figura 9.**

El servicio materno infantil debe brindar seguridad y calidad en la atención al paciente



Nota. Elaboración propia

**Tabla 10.**

La atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas

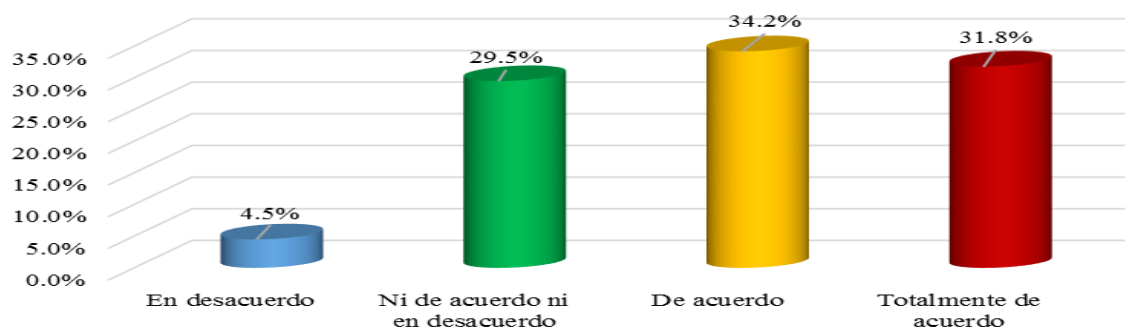
	n	%
En desacuerdo	3	4,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	29,5
De acuerdo	15	34,2
Totalmente de acuerdo	14	31,8
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 10 se observa que 34,2% de los encuestados están de acuerdo en que la atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas; 31,8% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que la atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas. Solo 4,5% de los encuestados están en desacuerdo en que la atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas.

**Figura 10.**

La atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas



Nota. Elaboración propia

**Tabla 11.**

Servicios que puede ofrecer la clínica materna infantil

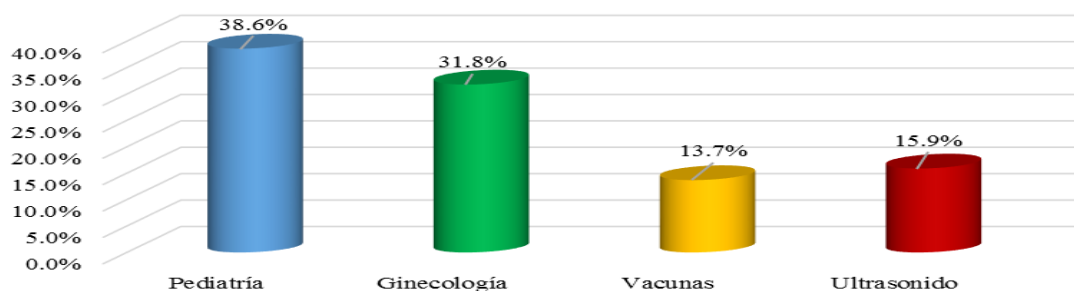
	n	%
Pediatría	17	38,6
Ginecología	14	31,8
Vacunas	6	13,7
Ultrasonido	7	15,9
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 11 se observa que 38,6% de los encuestados opinan que debe ser el servicio de pediatría; 31,8% de los encuestados opinan que debe ser el servicio de ginecología; 15,9% de los encuestados opinan que la clínica debe tener el servicio de ultrasonido y 13,7% de los encuestados opinan que la clínica debe tener servicio de vacunas.

**Figura 11.**

Servicios que puede ofrecer la clínica materna infantil



Nota. Elaboración propia

**Tabla 12.**

Sobre los precios que ofrecer la clínica materno infantil

		n	%
Los precios de los servicios que brindará la clínica materno infantil deben estar acorde al mercado competitivo	En desacuerdo	3	6,8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	18,2%
	De acuerdo	17	38,6%
	Totalmente de acuerdo	16	36,4%
Los precios de los servicios que brindará la clínica deben ser accesibles para el público objetivo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	27,3%
	De acuerdo	17	38,6%
	Totalmente de acuerdo	15	34,1%
Como considera usted los precios de los diferentes servicios que ofrecen las clínicas de la ciudad de Jaén	Muy caro	6	13,7%
	Buen precio	13	29,5%
	Más o menos	25	56,8%

Nota. Elaboración propia

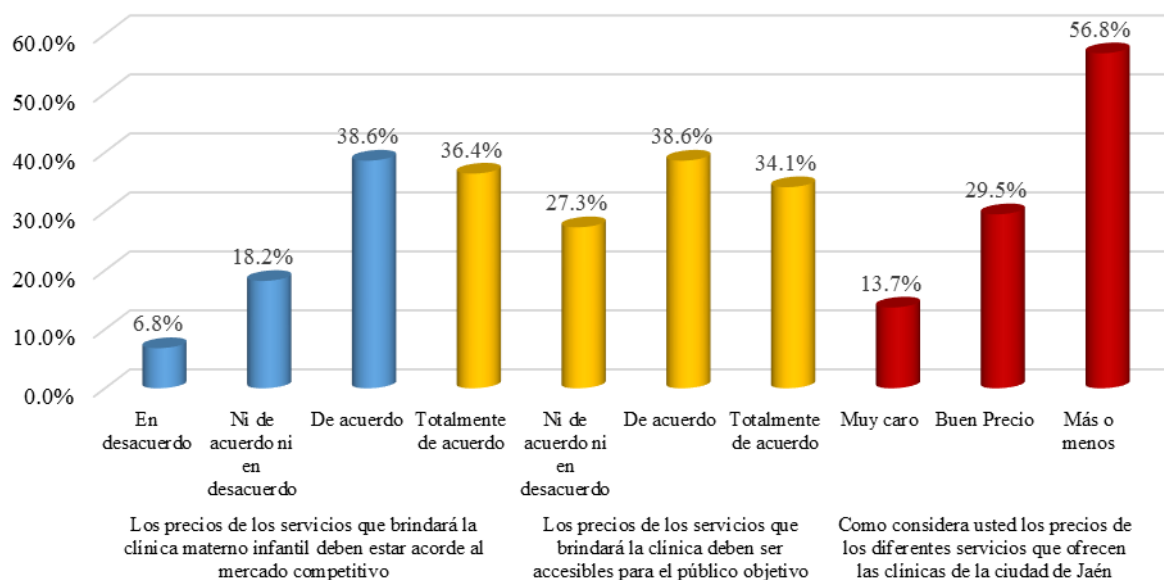
En la tabla 12 trata sobre los precios que ofrece la clínica materno infantil esto es; los precios de los servicios que brindará la clínica materno infantil deben estar acorde con el mercado competitivo 38,6% de los encuestados están de acuerdo y 36,4% de los encuestados están totalmente de acuerdo; solo el 6,8% de los encuestados están en desacuerdo.

Con respecto a los precios de los servicios que brindará la clínica deben ser accesibles para el público objetivo es así que 38,6% de los encuestados están de acuerdo; 34,1% de los encuestados están totalmente de acuerdo y 27,3% de los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Sobre los precios de los diferentes servicios que ofrecen las clínicas de la ciudad de Jaén se tiene que 56,8% de los encuestados opinan que es más o menos; 29,5% de los encuestados opinan que es buen precio y 13,7% de los encuestados opinan que es muy caro.

**Figura 12.**

Sobre los precios que ofrecer la clínica materno infantil



Nota. Elaboración propia

**Tabla 13.**

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio que ofrecería la Clínica Materno Infantil

		n	%
Pediatría	S/. 50.00	2	4,5%
	S/. 70.00	13	29,5%
	S/. 90.00	17	38,6%
	S/. 120.00	12	27,3%
Ginecología	S/. 50.00	2	4,5%
	S/. 80.00	18	40,9%
	S/. 120.00	14	31,8%
	S/. 150.00	10	22,7%
Vacunas	S/. 80.00	22	50,0%
	S/. 90.00	10	22,7%
	S/. 120.00	12	27,3%
	S/. 140.00	0	0,0%

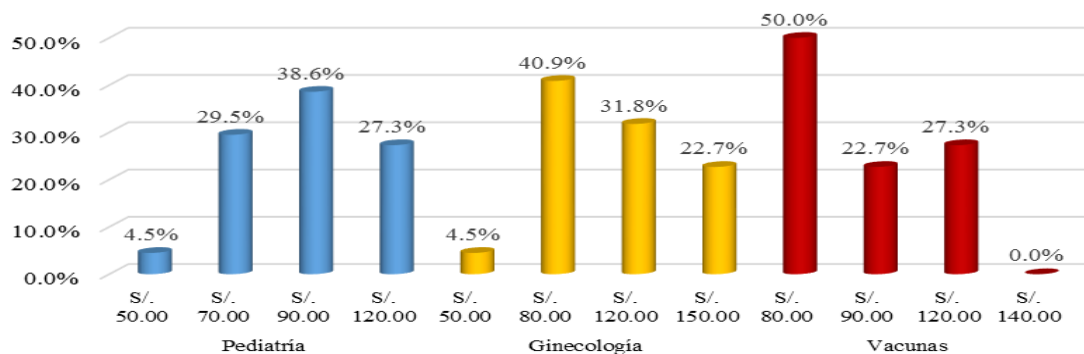
Nota. Elaboración propia

En la tabla 13 se observa el costo que los encuestados están dispuestos a pagar esto es en el servicio de pediatría el 38,6% de los encuestados están dispuestos a pagar S/. 90.00; 29,5% de los encuestados están dispuestos a pagar S/. 70.00. En cuanto al servicio de ginecología se observa que 40,9% de los encuestados están dispuestos a pagar S/. 80.00, además 31,8% de los

encuestados están dispuestos a pagar S/. 120.00. En cuanto al servicio de vacunas se tiene que el 50,0% están dispuestos a pagar S/. 80.00.

**Figura 13.**

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio que ofrecería la Clínica Materno Infantil



Nota. Elaboración propia

**Tabla 14.**

Sobre la plaza: Elija donde quisiera que se ubique geográficamente el local de la clínica materno infantil

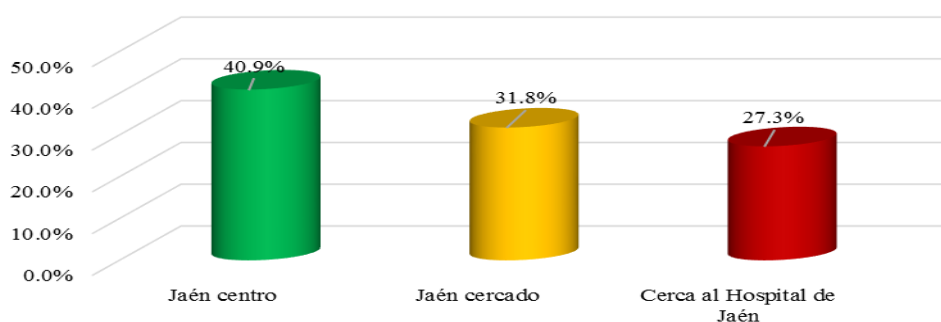
	n	%
Jaén centro	18	40,9
Jaén cercado	14	31,8
Cerca al Hospital de Jaén	12	27,3
Total	44	100,0

Nota. Elaboración propia

En la tabla 14 se observa los resultados con respecto a la plaza esto es 40,9% de los encuestados opinan que debe estar en el centro de Jaén; 31,8% de los encuestados opinan que debe estar ubicado en el cercado de Jaén; 27,3% de los encuestados opinan que deben estar cerca al Hospital de Jaén.

**Figura 14.**

Sobre la plaza, donde quisiera que se encuentre ubicado la clínica



Nota. Elaboración propia

**Tabla 15.**

Sobre la promoción

		n	%
Medio de comunicación es más utilizado o visto por usted	Radio	7	15,9%
	Televisión	7	15,9%
	Internet	13	29,5%
	Banners publicitarios	17	38,7%
Conoce a las clínicas de la ciudad de Jaén	Por recomendación	18	40,9%
	Por su ubicación	14	31,8%
	Por publicidad	12	27,3%

Nota. Elaboración propia

En la tabla 15 se observan sobre los medios de comunicación que es más utilizado o visto es así que 38,7% de los encuestados opinan que es a través de banners publicitarios; 29,5% de los encuestados opinan que es a través de internet. En cuanto a si conoce a las clínicas de la ciudad de Jaén se tiene que 40,9% de los encuestados indican que es por recomendación; 31,8% de los encuestados indican que es por su ubicación y 27,3% de los encuestados indican que es por publicidad.

**Figura 15.**

Sobre la promoción

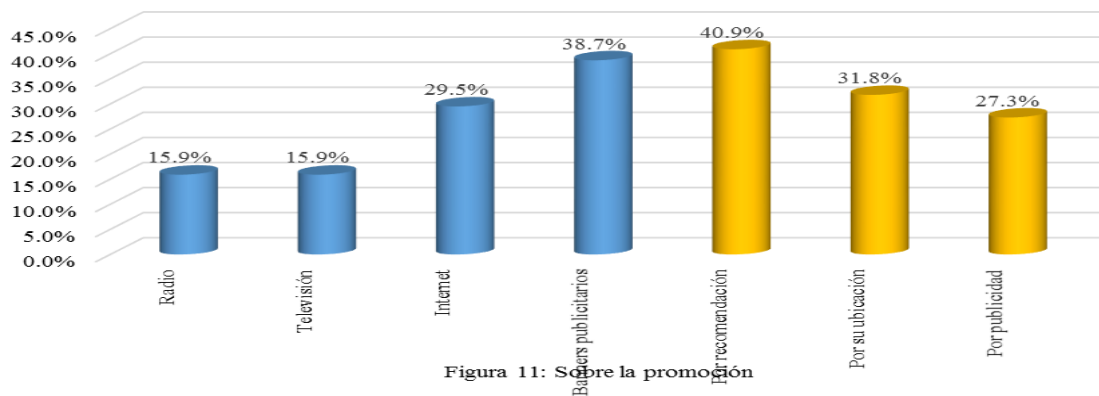


Figura 11: Sobre la promoción

Nota. Elaboración propia



#### II.4.4 Proyección de la Demanda:

**Tabla 16.**

Población de la provincia de Jaén según INEI

<b>Año</b>	<b>Población</b>
2011	81901
2012	83009
2013	85104
2014	85197
2015	86287
2016	86969
2017	87440

*Nota.* Report INEI- 2011– 2017

La proyección de la demanda se basa en la población que el INEI refiere desde los años 2011 al 2017 que fue el último censo.

**Tabla 17.**

Proyección de la demanda

<b>Año</b>	<b>Cp</b>	<b>Servicios proyectados</b>	<b>segmento poblacional</b>	<b>grado de aceptación 50%</b>	<b>Demanda Proyectada</b>
2023	104.00	18671	12836	9152	951824
2024	104.00	18875	12977	9253	962262
2025	104.00	19082	13119	9354	972815
2026	104.00	19292	13263	9457	983484
2027	104.00	19503	13409	9560	994269

*Nota.* Elaboración propia

## II.5.- ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN

### II.5.1.- Proyección de la Oferta

**Tabla 18.**

Proyección de la Oferta

x	Año	Oferta Histórica
1	2013	581234
2	2014	550345
8	2015	528970
9	2016	499345
10	2017	473125
x	Año	Oferta Proyectada ( $Y = a + bx$ )
11	2023	312829
12	2024	286108
13	2025	259386
14	2026	232664
15	2027	205942
16	2028	205942

Nota. Elaboración propia

## II.6.- BALANCE DEMANDA OFERTA

**Tabla 19.**

Balance demanda oferta

Año	MÉTODO EXTRAPOLACIÓN EXPONENCIAL	MÉTODO REGRESIÓN LINEAL	Demanda Insatisfecha
	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	
2023	951824	312829	638995
2024	962262	286108	676155
2025	972815	259386	713429
2026	983484	232664	750820
2027	994269	205942	788327

Nota. Elaboración propia

## II.7.- PLAN DE MARKETING

**Tabla 20.**

*Plan de Marketing*

PLAN DE MARKETING	OBJETIVO TÁCTICO (ESTRATÉGICO)	META U OBJETIVO OPERATIVO	ESTRATEGIA MARKETING
MEDIANO PLAZO	Posicionar a la Clínica Materno Infantil como la de mejor en atención integral al paciente, con los mejores paquetes de atención, los precios más competitivos y accesibles, teniendo mayor acceso al número de pacientes, y a su vez ofrecer una infraestructura amplia y adecuada, única en la región, como forma de sostener su ventaja competitiva en el mercado.	Atender al 70% del público objetivo.	<p>Producto: Incrementar el personal calificado y capacitado, que permita atender al mayor número de pacientes.</p> <p>Precio: Establecer un sistema de precios formal y adecuado a la estrategia y diferenciación de la clínica.</p> <p>Plaza: Incrementar el equipamiento de la clínica, incrementar de la tecnología y el número de instalaciones.</p> <p>Promoción: Incrementar la participación en las redes para dar a conocer y ofrecer paquetes de atención, participar de campañas para obtener mayor llegada a gran número de pacientes.</p>
		Atender al 95% de la población	<p>Producto: Contar con personal capacitado y calificado, brindar un servicio de atención personalizada y oportuna, además ofrecer servicios completos y especializados.</p> <p>Precio: Brindar precios correspondientes a la calidad de servicio.</p> <p>Plaza: Contar con toda la infraestructura adecuada y equipos de última tecnología para atender a todos los pacientes e integrar la digitalización en sus procesos.</p> <p>Promoción: Realizar convenios con EPS y hospitales de la provincia de Jaén.</p>

**Nota.** Elaboración propia

### CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

#### III.1.- Tamaño – Mercado

**Tabla 21.**

Tamaño del proyecto de inversión

Año	Demanda Insatisfecha del servicio de atención en clínica	Demanda Insatisfecha del Segmento	Participación de Mercado	Tamaño de Mercado	Comercialización diaria
2022	665,716.42	8,288,482.41	1.90%	<b>157,481.17</b>	<b>437.45</b>
2023	702,876.53	8,241,116.39	1.95%	<b>160,701.77</b>	<b>446.39</b>
2024	740,151.11	8,195,843.95	2.00%	<b>163,916.88</b>	<b>455.32</b>
2025	777,541.42	8,152,687.70	2.40%	<b>195,664.50</b>	<b>543.51</b>
2026	815,048.73	8,111,670.48	3.00%	<b>243,350.11</b>	<b>675.97</b>
			<b>2.25%</b>		
		<b>Promedio</b>		<b>184,222.89</b>	<b>511.73</b>

#### III.2.- Tamaño – Tecnología

**Tabla 22.**

Tamaño Tecnología

	<b>EQUIPOS</b>	<b>Unidad</b>
Aire acondicionado		5
Impresoras		4
Computadoras		6
Televisores (sala de espera)		4
	<b>EQUIPO DE LAVADO Y ESTERILIZACIÓN</b>	<b>Unidad</b>
Lavadora		1
Equipo esterilizador de ropa quirúrgica		1
Productos de aseo		1
Equipo esterilizador implementos quirúrgicos		1
	<b>EQUIPO MÉDICO</b>	
Oxímetro de pulso		7
Estetoscopio		7
Tensiómetro		2
Termo cuna		2
Máquina de anestesia		2
Coche de parto		2
Lámpara clínica		2
Cama para consultas		2
Camillas traslado		3
Carrito de ropa sucia		3
Cunas		10
Incubadoras		2
Balanza (peso y talla)		2
Ecógrafo		2
Silla de Rueda		4
Mesa ginecológica mecánica		7
Porta suero		2

Camas	15
Vitrina para medicamentos	10
Banca giratoria metálica	7
Cubeta metálica	20
Colchones	20
Pinzas	20
Tela Quirúrgica	20
Coche portátil para analgesia de parto	2

*Nota. Elaboración propia*

### III.3.- Tamaño - Disponibilidad de Materiales

**Tabla 23.**  
Tamaño - Disponibilidad de Materiales

<b>INSUMOS MÉDICOS</b>	<b>Paquete</b>
Gasas médicas	50
Jeringas	50
Cinta viradora (indicador químico)	50
Aguja de anestésica	30
Catéter intravenoso	20
Catéter epidural	20
Equipo de venoclisis	20
Guantes descartables	50
Jeringas descartables	50
Cloruro de sodio	20
Ajuga hipodérmica	20
Agua destilada	12
Esparadrapo	50
Alcohol	5
Alcohol yodado	50
Botas	10
Mascarillas	50
Gorro	50

*Nota. Elaboración propia*

### III.4.- Tamaño – Financiamiento

**Tabla 24.**

Tamaño – Financiamiento SCOTIABANK

TEA		SCOTIABANK			
	2.99%				
n=	5				
Préstamo	\$ 86,891.69				
Cuota	<b>\$ 18,967.78</b>				
Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$ 86,891.69
1	\$ 86,891.69	\$ 16,369.72	\$ 2,598.06	\$ 18,967.78	\$ 70,521.97
2	\$ 70,521.97	\$ 16,859.17	\$ 2,108.61	\$ 18,967.78	\$ 53,662.80
3	\$ 53,662.80	\$ 17,363.26	\$ 1,604.52	\$ 18,967.78	\$ 36,299.53
4	\$ 36,299.53	\$ 17,882.42	\$ 1,085.36	\$ 18,967.78	\$ 18,417.11
5	\$ 18,417.11	\$ 18,417.11	\$ 550.67	\$ 18,967.78	\$ -

*Nota. Elaboración propia*

#### Conclusión:

El TEA del Scotiabank es el mejor, por ende, la cuota establecida por la entidad bancaria es la mejor para el plan de inversión.

### III.5.- Tamaño – Costo unitario

Servicio de Pediatría: S/. 30.00 por atención

Servicio de Controles prenatales: S/. 30.00

Servicio de atención de partos: S/. 2000.00

### III.6.- Tamaño – Rentabilidad

**Tabla 25.**

Tamaño - Rentabilidad

	2022
<b>Rentabilidad Económica</b>	2.76
<b>Rentabilidad Financiera</b>	4.28

*Nota. Elaboración propia*

### III.7.- Selección del Tamaño

Para el cálculo de la capacidad instalada o tamaño, lo primero que se realizó es identificar el porcentaje de cada uno de los servicios que se brindarían, es decir porcentaje de servicios en mujeres de 14 a 49 años, gestantes y niños como se describe la tabla gráfica anual.

**Tabla 26***Porcentajes según servicios*

Servicio	Cantidad %
Consultas Mujeres de 15 a 49 años	67.49%
Atención Gestantes	2.83%
Servicios pediátricos	29.68%

*Nota. Elaboración propia*

Luego se procedió a proyectar la atención del primer año, por lo cual se cree poder llegar a atender al 80% tomando como base tener una capacidad para llegar a atender 15913 pacientes al 5to año, según la proyección el primer año se logrará atender a 12496 pacientes entre Mujeres en edad fértil, gestantes y niños, el primer año Las variaciones mostradas en los cuadros se dan debido a los meses que según encuestas el INEI son considerados meses más fértiles donde hay mayor recurrencia de mujeres y gestantes, del mismo modo las variaciones en los meses para servicios pediátricos se dan debido a mayor recurrencia de niños por ser tiempos de vacunas y controles pediátricos.

## CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### IV.1.- Factores de localización

**Tabla 27.**

*Factores de localización*

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PESO
<b>Acceso al local:</b>	
Cercanía a vías de acceso	5
Costo y disponibilidad de local	10
Seguridad	10
<b>CAPACIDAD DE CLIENTES</b>	7
<b>Disponibilidad de servicios:</b>	
Luz	10
Agua	10
Cercanía a las EMPRESAS PROVEEDORAS	10
<b>Cercanía del mercado:</b>	
Cercanía a público objetivo	20
Fuente de materiales	5
Vigilancia	5
Repercusión en el medio ambiente	15
<b>Total</b>	<b>107</b>

*Nota. Elaboración propia*

Se recomienda localizar el proyecto en el distrito de JAÉN CERCADO

### IV.2 Macro localización

**Tabla 28.**

*Macro localización*

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	SAN IGNACIO	JAÉN
1. Fuentes de materiales y equipos	5	25	75
2. Disponibilidad de personal especializado	4	60	20
3. Actividad Económica de la Zona	4	60	40
4. Ambiente Sociocultural.	2	20	30
5. Energía y fluidos.	5	50	75
6. Repercusiones en el Desarrollo.	4	60	40
<b>TOTAL</b>		<b>275</b>	<b>280</b>

*Nota. Elaboración propia*

Por la cual se toma a Jaén como ciudad para instalar la Clínica Materno Infantil ya que cumple con los factores de localización idóneos.



### IV.3 Micro localización

**Tabla 29.**

**Micro localización**

Factores de localización	peso	LOCALIZACIÓN			
		JAÉN CERCADO		JAÉN PERIFERIE	
		ponderación	calificación	ponderación	calificación
<b>Acceso al local:</b>					
Cercanía a vías de acceso	5	10	50	5	25
Costo y disponibilidad de local	10	10	100	5	50
Seguridad	10	10	100	5	50
CAPACIDAD DE CLIENTES	7	8	56	5	35
<b>Disponibilidad de servicios:</b>					
Luz	10	8	80	5	50
Agua	10	8	80	5	50
Cercanía a las EMPRESAS PROVEEDORAS	10	10	100	8	80
<b>Cercanía del mercado:</b>					
Cercanía a público objetivo	20	10	200	5	100
Fuente de materiales	5	10	50	3	15
Vigilancia	5	10	50	6	30
Repercusión en el medio ambiente	15	8	120	10	150
<b>Total</b>	<b>107</b>		<b>986</b>		<b>635</b>

*Nota. Elaboración propia*

Se recomienda localizar el proyecto en el distrito de JAÉN CERCADO, El local se ubicará en Mariscal Ureta en la cuadra 3, a dos cuadras del Hospital General de Jaén.

### IV.4 Método para decidir la localización

- Coste del establecimiento: S/. 12000.00
- Proximidad a la demanda: Ubicación accesible del local – Cercado de Chiclayo.
- Local visible: para que el cliente pueda acudir a solicitar un servicio si en caso no pueda manejar app o pc, para realizar reclamos o atención postventa.
- Comunicaciones y facilidad de acceso: presencia en redes sociales

## CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

### V.1.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

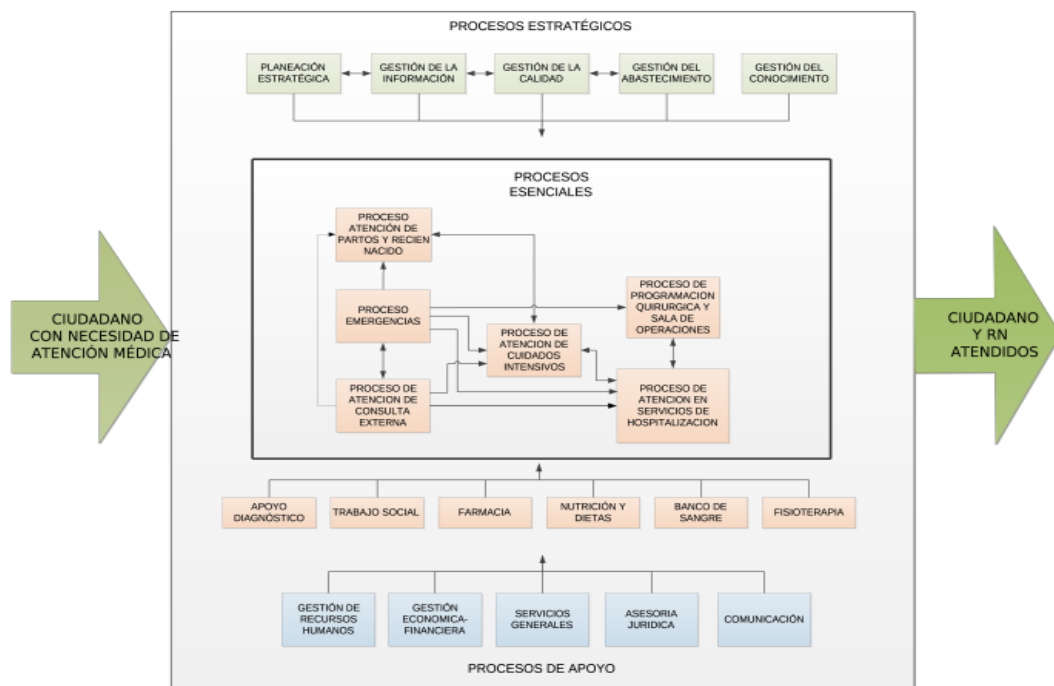
El presente proyecto se implementará en un local con un área de 280 m<sup>2</sup> donde funcionará áreas como admisión, emergencias, consultorios, hospitalización, farmacia, etc. Donde contará con material de trabajo como equipos médicos, equipos de limpieza, materiales de escritorio entre otros tipos de equipos. El local se encontrará ubicado en la Mariscal Ureta cuadra 3 en la Provincia de Jaén.

### V.2.- SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

#### V.2.1.-Diagrama de Operación

**Figura 16.**

Diagrama de operación de procesos



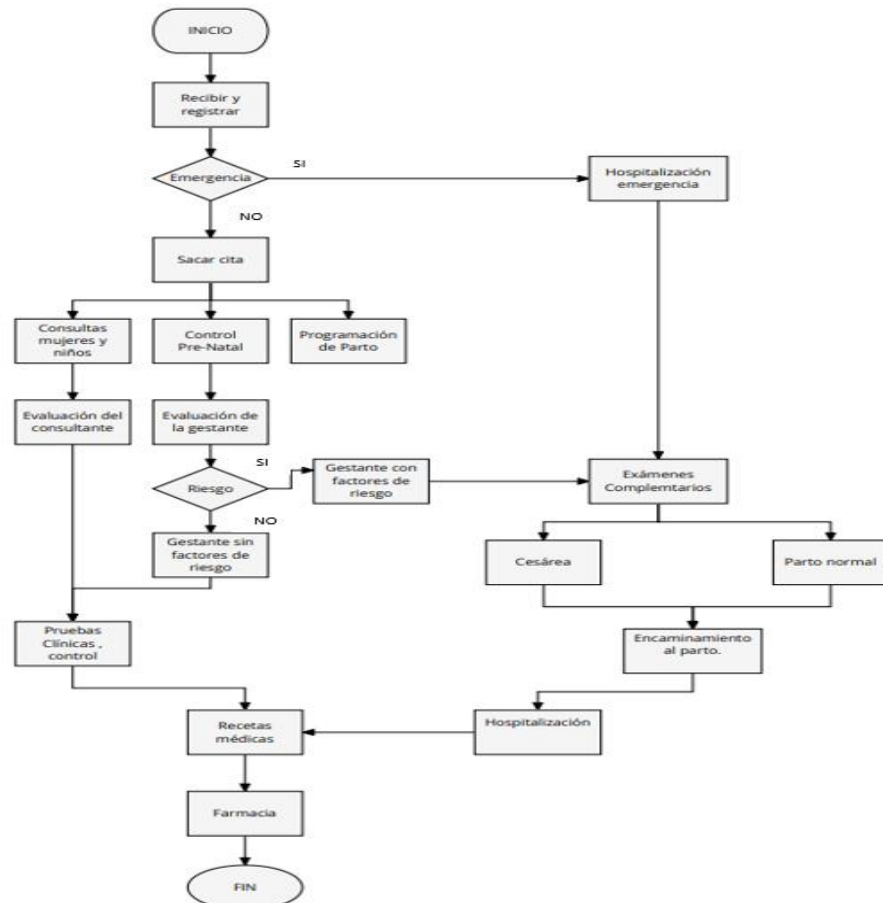
Nota. Elaboración propia

Dentro de los procesos principales se tiene al proceso de atención de partos y recién nacidos, proceso de emergencias, procesos de programación quirúrgica y sala de operaciones, procesos de atención de hospitalización, proceso de atención de consulta externa, que son los procesos principales para la atención al público objetivo.

### V.2.2.-Diagrama de Recorrido o Flujoograma:

Figura 17.

Diagrama de Recorrido o Flujoograma



Nota. Elaboración propia

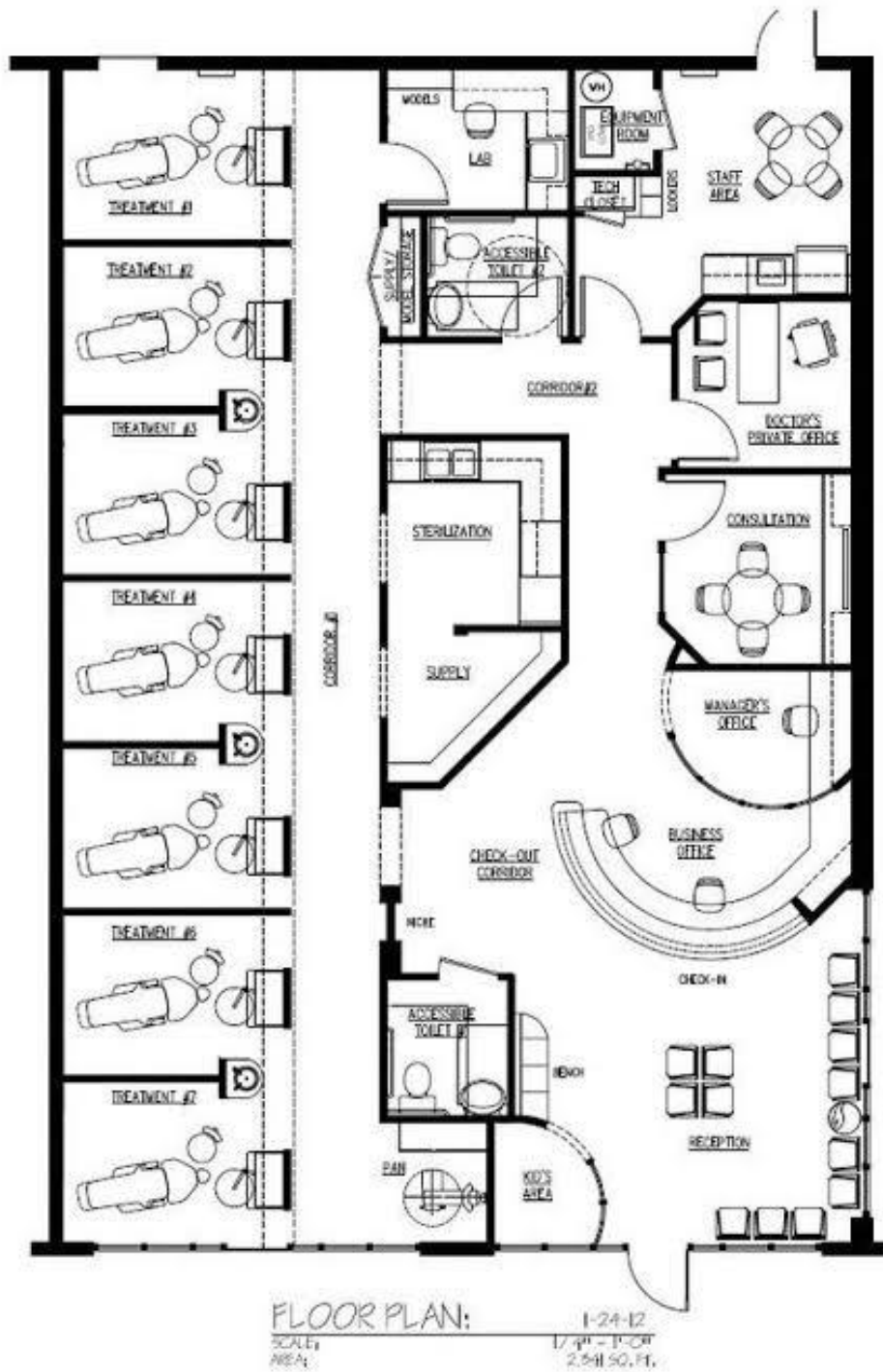
### V.2.3.-Distribución de la Planta:

El proyecto a implementar no contará con una planta ya que no es un producto a fabricar es un servicio a ofrecer al público en general, un servicio de atención al paciente como mujeres embarazadas, niños de 0-3 años, mujeres de 15 a 49 años, por la cual contará con una clínica materno infantil que brindará servicios como hospitalización, emergencias, admisión, farmacia.

### V.2.4.-Diseño del Plano del Proyecto:

Figura 18.

Diseño del plano primer piso del proyecto



Nota. Elaboración propia

**Figura 19.**

Diseño del plano segundo piso del proyecto



Nota.  
Elaboración propia

### V.2.5.-Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Para determinar el sistema operativo bajo el cual se desarrollará la clínica se definirán criterios de evaluación, a través de los cuales se evaluarán, entre ellos se pueden mencionar los siguientes: estabilidad, seguridad, soporte, multitarea/multiusuario, rendimiento, costo y experiencia del equipo de desarrollo. Los Sistemas Operativos usados para la evaluación se seleccionaron de acuerdo a la cuota actual de mercado que presentan los fabricantes más populares en el mercado.

Con respecto a Hardware: Se requiere 6 equipos de cómputo, la computadora principal será la que alojará la base de datos de la clínica, para asegurar la óptima operación del sistema, debe cumplir con características mínimas que se describen a continuación:

#### Figura 20.

Software del proyecto de inversión

Aplicación Web	
Página:	HTML
Desarrollo:	Javascript
Sistema Operativo:	Windows
CPU:	Minimo Intel Core i3
Memoria RAM:	10 GB
Disco Duro:	50 GB
Navegadores:	Mozilla, Firefox, Google Chrome, Internet Explorer
Fuente:	Calibri
Formato de Imager:	PCX, TIF, JPG, GIF
Ancho de Banco:	2048 mbps
Aplicativo Movil	
Categoría:	Base de datos
Versión:	1
Tamaño:	25 MB
Idioma:	Español
Sistemas Operativos:	iOs y Android
Fuente:	Calibri

Nota. Elaboración propia

Por otro lado, se contará con un sistema de Clínica Materno Infantil que abarcará todos los procesos del flujograma, asimismo se visualizará los principales datos de los actores involucrados como los pacientes, personal, también abarcará el tema de caja, farmacia, contabilidad, entre otros módulos que tomará en cuenta la adquisición de un software.

Por tanto, para la elaboración del sistema se tomará en cuenta la siguiente ficha clínica:

**Figura 21.**

Ficha Técnica de Clínica para paciente

N° de Registro		Fecha de Atención				Hora de Atención	
			Día	Mes	Año		

**I. FILIACIÓN**

Nombres y Apellidos								
DNI		Edad		Sexo (F / M)	Fecha de Nacimiento	Día	Mes	Año

**II. DOMICILIO**

Departamento	Provincia	Distrito	Localidad
Dirección			

**III. TIPO DE ATENCIÓN Y SERVICIO**

Sin Seguro		AUS		SOAT		Otros		Servicio	Medicina		Otro	
------------	--	-----	--	------	--	-------	--	----------	----------	--	------	--

**IV. ANAMNESIS**

- Tiempo de Enfermedad:
- Síntomas principales:
- Relato:

.....  
 .....  
 .....

- Antecedentes: .....

- Examen Físico: FC FR T\* PA: SAT 02

.....  
 .....

**V.**

IMPRESIÓN DIAGNÓSTICA	Tipo de DX			CIE - 10
	P	D	R	
1.-				
2.-				
3.-				

**VI. Otros Indicadores:**

Talla: .....

Peso: .....

Tipo de Sangre: .....

Fuente: Elaboración propia

### V.3.- REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

#### V.3.1.-Terrenos y Edificaciones:

El local será alquilado a un precio de S/12000 soles, solo para funcionamiento tanto asistencial y administrativo. El local será distribuido en diferentes áreas de servicios como hospitalización, emergencias, admisión, atención al usuario, etc.

#### V.3.2.-Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos

**Tabla 30.**

Maquinaria y equipos, Muebles, Enseres y Vehículos

<b>EQUIPOS</b>	<b>Unidad</b>
Aire acondicionado	5
Impresoras	4
Computadoras	6
Televisores (sala de espera)	4
<b>EQUIPO DE LAVADO Y ESTERILIZACIÓN</b>	<b>Unidad</b>
Lavadora	1
Equipo esterilizador de ropa quirúrgica	1
Productos de aseo	1
Equipo esterilizador implementos quirúrgicos	1
<b>EQUIPO MÉDICO</b>	
Oxímetro de pulso	7
Estetoscopio	7
Tensiómetro	2
Termo cuna	2
Máquina de anestesia	2
Coche de parto	2
Lámpara clínica	2
Cama para consultas	2
Camillas traslado	3
Carrito de ropa sucia	3
Cunas	10
Incubadoras	2
Balanza (peso y talla)	2
Ecógrafo	2
Silla de Rueda	4
Mesa ginecológica mecánica	7
Porta suero	2
Camas	15
Vitrina para medicamentos	10
Banca giratoria metálica	7



Cubeta metálica	20
Colchones	20
Pinzas	20
Tela Quirúrgica	20
Coche portátil para analgesia de parto	2

*Nota. Elaboración propia*

#### V.4.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Tabla 31.**

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES/MESES	CALENDARIO DE ACTIVIDADES (2022-2023)											
	MARZ	ABRI L	MAYO	JU N	JU L	A G	SE T	OC T	NO V	DIC	EN E	FE B
Constitución de Empresa	■											
Tramitación	■											
Búsqueda de proveedores de artículos de limpieza	■		■									
Contratación de personal	■		■									
Desarrollo Comercial	■		■									
Lanzamiento de marca	■		■									
Campaña de marketing	■		■									
Empresa en marcha	■		■									

*Nota. Elaboración propia*

#### V.5.- PROGRAMA

- Elaboración de una página web (con entorno adaptable a pc y celular Smartphone)
- App en Android
- Fanpage, Instagram, Tik Tok, Youtube

## CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

### VI.1. ASPECTO LEGAL

#### VI.1.1 Tipo de Empresa

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL)

#### VI.1.2 Proceso de Constitución de la Empresa

**Figura 22.**

Proceso de constitución de la empresa



*Nota. Sunarp*

### VI.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

#### VI.2.1 Acta de Constitución de la Empresa

**ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA CLINICA MATERNO INFANTIL LA  
LUZ E.I.R.L.**

**SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, QUE OTORGA: **DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA**, DE NACIONALIDAD **PERUANA**, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD NUMERO **73235469**, OCUPACIÓN: ADMINISTRADORA, ESTADO CIVIL: **SOLTERA**, SEÑALANDO DOMICILIO PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN **CALLE JORDAN 111, MIRAFLORES** EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERA.** - POR EL PRESENTE, **DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA**: CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACIÓN DE: “**CLINICA MATERNO INFANTIL LA LUZ E.I.R.L.**”, CON DOMICILIO EN **MARISCAL URETA 320**, PROVINCIA DE **JAÉN**, DEPARTAMENTO DE **CAJAMARCA** QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL CON UNA DURACIÓN INDETERMINADA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

**SEGUNDA.** - EL OBJETO DE LA EMPRESA ES: “**OTRAS ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA**” SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO, LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES EMPRESARIALES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

**TERCERA.** - EL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DE **S/.145 000,00. CIENTO CUARENTA CINCO MIL Y 00/ 100 SOLES** CONSTITUIDO POR EL APORTE EN EFECTIVO DEL TITULAR.

**CUARTA.**- SON ÓRGANOS DE LA EMPRESA, EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL RÉGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTÁ SEÑALADO EN EL DECRETO LEY N° 21621, ARTÍCULOS 39 Y 50 RESPECTIVAMENTE Y DEMÁS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

**QUINTA.**- LA GERENCIA ES EL ÓRGANO QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA EMPRESA. SERÁ DESEMPEÑADA POR UNA O MÁS PERSONAS NATURALES. EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE. EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ÉSTE SE DENOMINARÁ TITULAR GERENTE.

**SEXTA.-** LA DESIGNACIÓN DEL GERENTE SERÁ EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACIÓN DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

**SÉPTIMA.-** CORRESPONDE AL GERENTE:

1. ORGANIZAR EL RÉGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
2. CELEBRAR CONTRATOS INHERENTES AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES; SUPERVISAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.
3. REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY N° 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA EMPRESA Y REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE Y DEMÁS NORMAS COMPLEMENTARIAS. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES
4. CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA.
5. ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA, ASÍ COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CRÉDITO. SOLICITAR SOBREGIROS, PRÉSTAMOS, CRÉDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO DE LA EMPRESA CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.
6. SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍAS HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA, ADEMÁS CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE PODER, CARTA FIANZA, PÓLIZA, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, FACTURAS CONFORMADAS Y CUALQUIER OTRO TÍTULO VALOR.
7. SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO Y SUBARRENDAMIENTO.
8. COMPRAR Y VENDER LOS BIENES SEAN MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS CONTRATOS.
9. CELEBRAR, SUSCRIBIR CONTRATOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, VINCULADOS AL OBJETO DE LA EMPRESA.
10. AUTORIZAR A SOLA FIRMA, LA ADQUISICIÓN DE BIENES, CONTRATACIÓN DE OBRAS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PERSONALES.
11. NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.
12. CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

13. CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMÁS ESTADOS Y ANÁLISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.

14. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.

15. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO DE LA EMPRESA.

*OCTAVA.-* PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL D.L. N° 21621 Y AQUELLAS QUE LAS MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

*DISPOSICION TRANSITORIA.* – DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA IDENTIFICADO CON DNI N° 73235469 EJERCERÁ EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA, PERUANO, CON DOMICILIO SEÑALADO EN LA INTRODUCCIÓN DE LA PRESENTE.

ASI MISMO, SE NOMBRA COMO APODERADO A LYNLEY MYLENA SANTOS CORNEJO, IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI, CON NUMERO: 44682491 QUIEN TENDRÁ LAS MISMAS FACULTADES QUE EL GERENTE.

CHICLAYO, 20 DE ENERO DEL AÑO 2022

## VI.2.2. Minuta de Constitución

### (MODELO DE ACTO CONSTITUTIVO DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA – CON APORTE EN BIENES NO DINERARIOS)

**IMPORTANTE: POR FAVOR SOLO CAMBIE LO QUE ESTA INDICADO EN LETRAS ROJAS O LINEAS PUNTEADAS.**

#### SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA CONSTITUCIÓN DE EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, SIN MINUTA, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 58 LITERAL I) DEL D. LEG. N° 1049, DECRETO LEGISLATIVO DEL NOTARIADO, CONCORDADO CON EL DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR – TUO DE LA LEY DE PROMOCION DE LA COMPETITIVIDAD, FORMALIZACION Y DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA Y DEL ACCESO AL EMPLEO DECENTE, LEY MYPE, QUE OTORGA: **DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA**, CON D.N.I. **73235469**, OCUPACION: **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, ESTADO CIVIL **SOLTERA**, SEÑALANDO DOMICILIO PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN **CALLE JORDAN 111, MIRAFLORES**, PROVINCIA **JAÉN** Y DEPARTAMENTO DE **CAJAMARCA**.

EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

**PRIMERA** - POR LA PRESENTE: **DOÑA DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA**, CONSTITUYE UNA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA BAJO LA DENOMINACION DE: **CLINICA MATERNO INFANTIL LA LUZ E.I.R.L.**, PUDIENDO UTILIZAR LA SIGLA: **CLIMAIN E.I.R.L.**, CON DOMICILIO EN LA CIUDAD DE **JAÉN**, QUE INICIA SUS OPERACIONES A PARTIR DE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS CON UNA DURACION INDEFINIDA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL.

**SEGUNDA** - LA EMPRESA TIENE POR OBJETO DEDICARSE A: **"OTRAS ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA"**, SE ENTIENDE INCLUIDO EN EL OBJETO LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO, QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES EMPRESARIALES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

**TERCERA**- EL CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA ES DE S/. **S/.145 000,00. CIENTO CUARENTA CINCO MIL Y 00/ 100 SOLES** CONSTITUIDO POR APORTES DEL TITULAR; EFECTUADOS DEL SIGUIENTE MODO:

- EN BIENES	S/. <b>145,000.00</b>
TOTAL APORTE	S/. <b>145,000.00</b>

ESTOS BIENES SE DETALLAN EN LA DECLARACIÓN JURADA QUE SE ANEXA A LA PRESENTE Y FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA ESCRITURA PUBLICA QUE ESTE DOCUMENTO ORIGINE.

**CUARTA** - SON ORGANOS DE LA EMPRESA, EL TITULAR Y LA GERENCIA. EL REGIMEN QUE LE CORRESPONDA ESTA **SEÑALADO** EN EL DECRETO LEY 21621, ARTICULOS 39 Y 50 RESPECTIVAMENTE Y DEMAS NORMAS MODIFICATORIAS Y COMPLEMENTARIAS.

**QUINTA** - LA GERENCIA ES EL ORGANOS QUE TIENE A SU CARGO LA ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA EMPRESA. SERÁ DESEMPEÑADA POR UNA O MAS PERSONAS NATURALES. EL CARGO DE GERENTE ES INDELEGABLE. EN CASO DE QUE EL CARGO DE GERENTE RECAIGA EN EL TITULAR, ESTE SE DENOMINARA TITULAR GERENTE.

**SEXTA** - LA DESIGNACION DEL GERENTE SERA EFECTUADA POR EL TITULAR, LA DURACION DEL CARGO ES INDEFINIDA, AUNQUE PUEDE SER REVOCADO EN CUALQUIER MOMENTO.

**SEPTIMA** - SON ATRIBUCIONES DEL GERENTE, SIN PERJUICIO DE LAS SEÑALADAS EN EL DECRETO LEY N° 21621:

1. ORGANIZAR EL REGIMEN INTERNO DE LA EMPRESA.
2. CELEBRAR CONTRATOS INHERENTE AL OBJETO DE LA EMPRESA, FIJANDO SUS CONDICIONES; SUPERVISAR Y FISCALIZAR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA.
3. REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LOS PODERES DEL ESTADO, INSTITUCIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS, GOZANDO DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES A QUE SE REFIEREN LOS ARTICULOS 74, 75, 77 Y 436 DEL CODIGO PROCESAL CIVIL. TAMBIEN GOZA DE LA FACULTAD A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 10 DE LA LEY 26636, PODRA CELEBRAR CONCILIACION EXTRAJUDICIAL, ADEMAS PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LA ASOCIACION QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS ANEXAS Y COMPLEMENTARIAS.
4. CUIDAR LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA.
5. ABRIR Y CERRAR CUENTAS CORRIENTES, BANCARIAS, MERCANTILES Y GIRAR CONTRA LAS MISMAS, COBRAR Y ENDOSAR CHEQUES DE LA EMPRESA, ASI COMO ENDOSAR Y DESCONTAR DOCUMENTOS DE CREDITO. SOLICITAR SOBREGIROS, PRESTAMOS, CREDITOS O FINANCIACIONES PARA DESARROLLAR EL OBJETO SOCIAL CELEBRANDO LOS CONTRATOS RESPECTIVOS.
6. SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA, MOBILIARIA Y DE CUALQUIER FORMA, ADEMAS CONOCIMIENTO DE EMBARQUE, CARTA DE CREDITO, CARTA DE PORTE, CARTAS FIANZAS, POLIZAS, LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, FACTURAS CONFORMADAS Y CUALQUIER OTRO TITULO VALOR.
7. SUSCRIBIR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO Y SUBARRENDAMIENTO.
8. COMPRAR Y VENDER LOS BIENES SEAN MUEBLES O INMUEBLES DE LA EMPRESA SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS CONTRATOS.
9. CELEBRAR, SUSCRIBIR LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL, VINCULADOS AL OBJETO DE LA EMPRESA.
10. AUTORIZAR A SOLA FIRMA LA ADQUISICION DE LOS BIENES, CONTRATACION DE OBRAS Y PRESTACION DE SERVICIOS PERSONALES.
11. NOMBRAR, PROMOVER, SUSPENDER Y DESPEDIR A LOS EMPLEADOS Y SERVIDORES DE LA EMPRESA.
12. CONCEDER LICENCIA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

13. CUIDAR DE LA CONTABILIDAD Y FORMULAR EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, EL BALANCE GENERAL DE LA EMPRESA Y LOS DEMÁS ESTADOS Y ANÁLISIS CONTABLES QUE SOLICITE EL TITULAR.
14. SOLICITAR, ADQUIRIR, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES CONFORME A LEY, SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELLECTUAL, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DE OBJETO SOCIAL.
15. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

**OCTAVA** .- PARA TODO LO NO PREVISTO RIGEN LAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN EL DECRETO LEY N° 21621 Y AQUELLAS QUE LAS MODIFIQUEN O COMPLEMENTEN.

**CLAUSULA ADICIONAL I.-** DOÑA DAYLIN JASMIN BOÑON OLIVERA, PERUANA, IDENTIFICADA CON D.N.I. 73235469, CON DOMICILIO SEÑALADO EN LA INTRODUCCION DE LA PRESENTE, EJERCERA EL CARGO DE TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA.

**CLAUSULA ADICIONAL II.-** ASI MISMO, SE NOMBRA COMO APODERADO A LYNLEY MYLENA SANTOS CORNEJO, IDENTIFICADO CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI, CON NUMERO: 44682491 QUIEN TENDRA LAS MISMAS FACULTADES QUE EL GERENTE.

JAÉN, 20. DE ENERO DEL 2022.  
(CIUDAD) (DÍA) (MES) (AÑO)

.....  
FIRMA DEL TITULAR GERENTE

**DECLARACION JURADA DE APORTE DE BIENES (CONFORME AL ARTÍCULO 21 DEL DECRETO LEY 21621)**

### **VI.2.3 Manual de Organización y Funciones**

La Clínica Materno Infantil en su ámbito geográfico debe desempeñar las siguientes funciones generales:

- a) Conseguir la recuperación de la salud y la rehabilitación de las capacidades de los pacientes, en condiciones de oportunidad, equidad, calidad y plena accesibilidad, en Consulta Externa, Hospitalización y Emergencia.
- b) Defender la vida y proteger la salud materno infantil desde su concepción hasta su muerte natural.
- c) Prevenir y disminuir los riesgos y daños a la salud.
- d) Cumplir las normas del Sistema de Gestión de la Calidad en Salud.

Estos documentos técnicos normativos de gestión institucional donde se describen y establece la función básica, las funciones específicas, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo.

#### **Administrador de la Clínica**

##### **Objetivos específicos**

Lograr la organización de los servicios de salud por niveles de atención en un sistema articulado según la capacidad resolutive.

Desarrollar metodologías de gestión y de calidad, orientadas a la eficacia, seguridad en la atención y satisfacción de los usuarios.

##### **REQUISITOS MINIMOS DEL CARGO**

- a) Nivel Educativo: Título Profesional Universitario en Administración de Empresas. Colegiado y habilitado.
- b) Experiencia en el Cargo: Dos (02) años en labores relacionados con el cargo.
- c) Capacitación Especializada: Seis (06) meses en eventos relacionados con la gestión de la calidad, Administración de Servicios de Salud y/o Salud Pública.

##### **Funciones**

- a) Brindar la mejora continua de los procesos organizacionales enfocados en los objetivos de los usuarios y conducir las actividades de implementación y/o mejoramiento continuo.
- b) Gestionar los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos para el logro de los objetivos institucionales y el funcionamiento del Hospital.
- c) Dirigir la implementación de la clínica, según las normas pertinentes.
- d) Asegurar la implementación y mantenimiento de un Sistema de Gestión de la Calidad eficaz y eficiente.
- e) Proponer las políticas, normas para la Clínica.



- f) Establecer convenios, contratos y acuerdos con instituciones públicas y privadas, para el logro de los objetivos y metas.
- g) Obtener la comunicación social para la salud en apoyo a la prevención de las enfermedades y promoción de la salud y evaluar el impacto de las estrategias empleadas.
- h) Obtener oportunidad y seguridad en el flujo y registro de la documentación oficial y dar cumplimiento a las normas pertinentes.
- i) Establecer la seguridad, custodia y organización del archivo de la documentación oficial y acervo documentario y cumplir las normas pertinentes.

#### **Área de Logística:**

Perfil: Titulo de Contador o administrador

Experiencia mínima de 2 años en actividades similares referentes a la logística u logística hospitalaria.

Capacidad en el manejo de manejo de la información que se genera en la clínica

Funciones:

Realizar de compras, recepción, almacenamiento, transporte y distribución de los insumos empleados dentro de los procesos internos de la institución médica.

#### **Área de Marketing:**

Jefe de Marketing Perfil:

Titulado en Administración de Empresas y Marketing.

Experiencia mínima de 2 años en trabajos similares.

Conocimiento sobre mercado, publicidad y ventas.

Funciones:

Gestionar con eficiencia los procesos desde la planta de producción hasta el consumidor final, para la venta del producto.

Identificar a los clientes potenciales y mantener una buena relación con ellos.

Cumplir con los pedidos establecidos, en la entrega y el tiempo requerido.

Elaborar programas de venta mensual, semestral y anual. Reconocer y evaluar la competencia, con el motivo de mantener la ventaja competitiva. Plantear precios competitivos y rentables.

Desarrollar campañas de marketing para situar los productos en la mente del cliente.

#### **Área de Contabilidad y finanzas:**

Jefe de área de Contabilidad y finanzas

Titulado en: Administración de empresa o Contabilidad.

Experiencia mínima de 2 años en trabajos similares

Conocimientos sobre estados financieros y manejo de Excel avanzado.

Funciones

Planificar y dirigir los procesos contables de la Clínica.

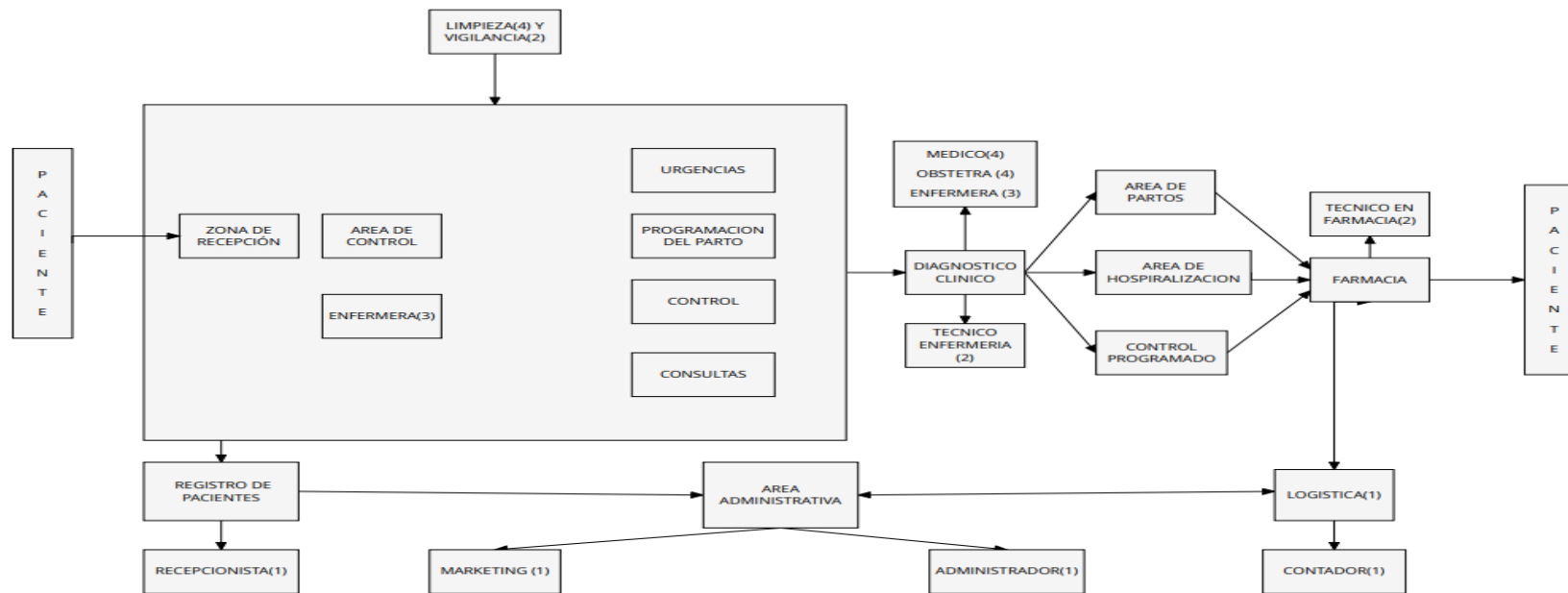
Coordinar el desarrollo y mantención de información financiera y contable.

Elaborar y analizar los estados financieros y los libros contables de la Clínica.

## VI.2.4. Organigrama.

Figura 23.

Proceso de constitución de la empresa



Nota. Elaboración propia

## VI.2.5 Requerimiento del Personal

**Tabla 32.**

*Requerimiento del personal*

<b>Cantidad</b>	<b>Puesto</b>
1	Administrador
1	Contador
1	Marketing
2	Asesores Comerciales
1	Logística
2	Recepcionista
5	Enfermeras
3	Técnicos enfermería
4	Obstetras
2	Pediatras
2	Médicos ginecólogo
2	Técnico farmacéutico
2	Seguridad
3	Enfermera triaje
4	Personal de Limpieza

*Nota. Elaboración propia*

## CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

### VII.1.- INVERSIÓN.

#### VII.1.1.- Estructura de la Inversión

**Tabla 33.**

*Estructura de la Inversión*

CONCEPTO	FINANCIAMIENTO	APORTE	INVERSIÓN
INVERSIÓN TOTAL	(BANCO)	PROPIO	TOTAL
I. INVERSIÓN FIJA	\$ 81,395.25	\$ 34,883.68	\$ 116,278.93
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$ 76,695.76	\$ 32,869.61	\$ 109,565.38
I.1.1 EQUIPOS	\$ 5,927.27	\$ 2,540.26	\$ 8,467.53
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES	\$ 1,845.45	\$ 790.91	\$ 2,636.36
I.1.3. MAQUINARIA	\$ 145.45	\$ 62.34	\$ 207.79
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	\$ 310.00	\$ 132.86	\$ 442.86
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL	\$ 97.27	\$ 41.69	\$ 138.96
I.1.6. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL PERSONAL	\$ 68,370.31	\$ 29,301.56	\$ 97,671.87
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$ 4,699.49	\$ 2,014.07	\$ 6,713.55
II. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,496.44	\$ 2,355.62	\$ 7,852.06
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 86,891.69	\$ 37,239.30	\$ 124,130.99
PORCENTAJE	70.00%	30.00%	100.00%

*Nota. Elaboración propia*

#### VII.1.2.- Programa de Inversiones

**Tabla 34.**

*Estructura de la Inversión*

	P.SIN IGV	IGV	P.CON IGV
INVERSIÓN TOTAL	\$ 92,852.01	\$ 16,713.36	\$ 109,565.38
INVERSION FIJA TANGIBLE	\$ 92,852.01	\$ 16,713.36	\$ 109,565.38
INVERSION FIJA INTANGIBLE	\$ 6,066.37	\$ 1,091.95	\$ 7,158.32
TOTAL, DE INVERSION FIJA	\$ 98,918.39	\$ 17,805.31	\$ 116,723.70
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 78,911.57	\$ 13,861.89	\$ 92,773.46
INVERSION TOTAL	\$ 177,829.95	\$ 31,667.20	\$ 209,497.15

*Nota. Elaboración propia*

En la estructura de la inversión se encuentra que la inversión total es de \$ **209,497.15**, la cual lo conforma la inversión fija con un monto de \$ **116,723.70** conformada por inversión tangible e intangible, asimismo el capital de trabajo está conformado por un monto de \$ **92,773.46**.

## CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

### VIII.1.- Fuentes de Financiamiento

**Tabla 35.**

*Fuente de financiamiento*

CONCEPTO	FINANCIAMIENTO	APORTE	INVERSIÓN
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	(BANCO)	PROPIO	TOTAL
PORCENTAJE	70.00%	30.00%	100.00%

*Nota. Elaboración propia*

Las fuentes de financiamiento son dos donde el aporte propio que son de los socios capitalistas es de un 30%, mientras que el de financiamiento por parte del banco es del 70% sumando un 100% total de la inversión.

### VIII.2.- Evaluación del Préstamo

**Tabla 36.**

*Estructura de la Inversión*

Periodo	Saldo inicial	Abono capital	Interés	Cuota	Saldo Final
0					\$ 86,891.69
1	\$ 86,891.69	\$ 16,369.72	\$ 2,598.06	\$ 18,967.78	\$ 70,521.97
2	\$ 70,521.97	\$ 16,859.17	\$ 2,108.61	\$ 18,967.78	\$ 53,662.80
3	\$ 53,662.80	\$ 17,363.26	\$ 1,604.52	\$ 18,967.78	\$ 36,299.53
4	\$ 36,299.53	\$ 17,882.42	\$ 1,085.36	\$ 18,967.78	\$ 18,417.11
5	\$ 18,417.11	\$ 18,417.11	\$ 550.67	\$ 18,967.78	\$ -

*Nota. Elaboración propia*

El TEA del Scotiabank es el mejor, por ende, la cuota establecida por la entidad bancaria es la mejor para el plan de inversión.

**CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS**

**IX.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS**

**Tabla 37.**

*Presupuesto de ingresos*

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Consultas pediátricas</b>	\$ 410,665.10	\$ 410,665.10	\$ 410,665.10	\$ 410,665.10	\$ 410,665.10
<b>Consultas ginecológicas</b>	\$ 200,495.89	\$ 200,495.89	\$ 200,495.89	\$ 200,495.89	\$ 200,495.89
<b>Atención de partos</b>	\$ 605,366.99	\$ 605,366.99	\$ 605,366.99	\$ 605,366.99	\$ 605,366.99
<b>ventas</b>	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98

*Nota. Elaboración propia*

**IX.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS**

**IX. 2.1 PRESUPUESTO ECONÓMICO**

**Tabla 38.**

*Presupuesto económico*

**INGRESOS**

ventas	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98
--------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

**Egresos**

I.-Costos de Comercialización	\$857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
I.1 Existencias	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
II.-Gastos de Operación	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15
II,1.-Gastos de Administración	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10
-Gastos administrativos	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07
-Sueldos administrativos	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05

III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
-Depreciación	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 8,567.61
-Amortización por Cargas diferidas	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27
IV.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
-MANTENIMIENTO, SEGUROS Y COMISIONES	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17
-Impuesto a la renta	\$ 16,369.72	\$ 16,859.17	\$ 17,363.26	\$ 17,882.42	\$ 18,417.11
TOTAL, EGRESOS	\$ 1,003,108.92	\$ 1,035,265.58	\$ 1,035,769.67	\$ 1,036,288.83	\$ 1,035,029.54
SALDO	\$ 213,419.05	\$ 181,262.40	\$ 180,758.31	\$ 180,239.15	\$ 181,498.43
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
IGV de Ventas	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04
- IGV de Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
- IGV DE INVERSION	\$ 31,667.20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV A PAGAR	\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37

*Nota. Elaboración propia*



## IX.2.2 PRESUPUESTO FINANCIERO

**Tabla 39.**

*Presupuesto financiero*

<u>INGRESOS</u>					
ventas	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98
<u>Egresos</u>					
I.-Costos de Comercialización	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
I.1 Existencias	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
II.-Gastos de Operación	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15
II,1.-Gastos de Administración	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10	\$ 77,077.10
-Gastos administrativos	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07	\$ 67,103.07
-Sueldos administrativos	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03	\$ 9,974.03
II,2.-Gastos de Ventas, de comercialización, de distribución	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05	\$ 19,948.05
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
.-Depreciación	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 10,361.58	\$ 8,567.61
.-Amortización por Cargas diferidas	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27	\$ 1,213.27
IV.-Gastos Financieros	\$ 2,629.23	\$ 2,139.78	\$ 1,635.69	\$ 1,116.52	\$ 581.84
-INTERÈS PRESTAMO	\$ 2,598.06	\$ 2,108.61	\$ 1,604.52	\$ 1,085.36	\$ 550.67
-MANTENIMIENTO, SEGUROS Y COMISIONES	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17	\$ 31.17
V.-Amortización de la Deuda (CK)	\$ 16,369.72	\$ 16,859.17	\$ 17,363.26	\$ 17,882.42	\$ 18,417.11
VI.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$52,632.37	\$ 52,632.37
-PARTICIPACIÓN LABORAL	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 21,004.25
-Impuesto a la renta	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 70,049.17
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 1,096,138.25</b>	<b>\$ 1,127,805.45</b>	<b>\$ 1,127,805.45</b>	<b>\$ 1,127,805.45</b>	<b>\$ 1,126,633.63</b>

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
SALDO	\$ 120,389.72	\$ 88,722.52	\$ 88,722.52	\$ 88,722.52	\$ 89,894.35
IGV de Ventas	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04	\$ 218,975.04
- IGV de Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67	\$ 166,342.67
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
- IGV DE INVERSION	\$ 31,667.20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV A PAGAR	\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37

*Nota. Elaboración propia*

**CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS**

**X.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

**Tabla 40.**

*Estado de Ganancias y Pérdidas económica*

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 1,216,528	\$ 1,216,528	\$ 1,216,528	\$ 1,216,528	\$ 1,216,528
- COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 857,143	\$ 857,143	\$ 857,143	\$ 857,143	\$ 857,143
UTILIDAD BRUTA	\$ 359,385	\$ 359,385	\$ 359,385	\$ 359,385	\$ 359,385
- GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 87,051	\$ 87,051	\$ 87,051	\$ 87,051	\$ 87,051
Gastos de Ventas	\$ 19,948	\$ 19,948	\$ 19,948	\$ 19,948	\$ 19,948
Gastos Administrativos	\$ 67,103	\$ 67,103	\$ 67,103	\$ 67,103	\$ 67,103
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	\$ 11,575	\$ 11,575	\$ 11,575	\$ 11,575	\$ 9,781
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 262,553
- GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 260,759	\$ 262,553
PARTICIPACIÓN LABORAL (8%)	\$ 20,861	\$ 20,861	\$ 20,861	\$ 20,861	\$ 21,004
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 239,898	\$ 239,898	\$ 239,898	\$ 239,898	\$ 241,549
- IMPUESTO A LA RENTA (29%)	\$ 69,571	\$ 69,571	\$ 69,571	\$ 69,571	\$ 70,049
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 170,328	\$ 170,328	\$ 170,328	\$ 170,328	\$ 171,500

*Nota. Elaboración propia*

**X.2 FLUJO DE CAJA****Tabla 41.***Flujo de caja económico*

AÑO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$ -	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,338,277.62
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$78,911.57
I.3 Valor Residual						\$42,838.07
II. EGRESOS	\$ 209,497.15	\$ 1,065,564.45	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,853.79
II.1. Inversión Total	\$ 209,497.15					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$857,142.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$97,025.15
II.4 Participación Laboral		\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$21,004.25
II.5. IGV a pagar		\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$52,632.37
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$70,049.17
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ -209,497.15	\$ 150,963.53	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$240,423.82
APORTE DE CAPITAL	\$ 209,497.15					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 150,963.53	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$240,423.82
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 150,963.53	\$ 270,259.86	\$ 389,556.19	\$ 508,852.52	\$ 749,276.35

*Nota. Elaboración propia*

## CAPÍTULO XI: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.

### XII.1.- TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

**Tabla 42.**

*Datos para hallar la tasa de descuento*

<b>COK</b>	Costo de oportunidad del capital COK (tasa de interés pasiva)	12.00%	0.1200
<b>ra</b>	Se elige la mejor Tasa anual pasiva del banco según la SBS Se elige la tasa de interés anual activa del Banco más conveniente según la SBS	1.86%	0.0186
<b>R</b>	Tasa de Riesgo (Se elige la tasa de riesgo país para las inversiones)	1.48%	0.0148
<b>t</b>	Impuesto a la renta	29.00%	0.2900

*Nota. Elaboración propia*

**Tabla 43.**

*Tasa de descuento económica*

<b>dE =</b>	<b>Kp</b>	*	<b>( COK +R)</b>	+	<b>Ka</b>	*	<b>ra</b>
<b>dE =</b>	<u>aporte propio</u>	*	<b>( COK +R)</b>	+	<u>préstamo</u>	*	<b>ra</b>
	inv. Total				inv. Total		
<b>dE =</b>	<u>37239.30</u>	*	0.13480	+	<u>86891.69</u>	*	0.01860
	124130.99				124130.99		
<b>dE =</b>	0.3	*	0.1348	+	0.7	*	0.01860
<b>dE =</b>	0.05346	----->	<b>dE</b>		<b>5.3460%</b>		

*Nota. Elaboración propia*

La tasa de descuento económico es de 5.35%

**Tabla 44.**

*Tasa de descuento financiero*

<b>dF =</b>	<b>Kp</b>	*	<b>( COK +R)</b>	+	<b>Ka</b>	*	<b>ra</b>	*	<b>( 1 - t)</b>
<b>dF =</b>	<u>aporte propio</u>	*	<b>( COK +R)</b>	+	<u>préstamo</u>	*	<b>ra</b>	*	<b>(1 - 0,29)</b>
	inv. Total				inv. Total				
<b>dF =</b>	<u>37239.30</u>	*	0.1348	+	<u>86891.69</u>	*	0.01860	*	0.71
	124130.99				124130.99				
<b>dF =</b>	0.3	*	0.1348	+	0.7	*	0.01860	*	0.71
<b>dF =</b>	<b>0.0496842</b>	----->	<b>dE</b>		<b>4.9684%</b>				

*Nota. Elaboración propia*

La tasa de descuento económico es de 4.97%

## XII.2.- EVALUACIÓN ECONÓMICA

### XII.2.1.- Vane

**Tabla 45.**

Vane

<b>VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO</b>	
VANE	\$ 368,822.01

*Nota. Elaboración propia*

Como el VANE es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto. El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

### XII.2.2.- Tire

**Tabla 46.**

Tire

<b>TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO</b>	
TIRE	61%
TASA DE DESCUENTO (COK)	<b>5.3460%</b>

*Nota. Elaboración propia*

Como la TIRE es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente. El proyecto tiene un rendimiento del 61% por un periodo de 5 años. El VANE resulta cero cuando la TIRE es 61%

### XII.2.3.- B/C Económico

**Tabla 47.**

B/C Económico

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO</b>	
B/CE	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
B/CE	$\frac{\$4,862,759.63}{-\$4,493,937.62}$
B/CE	1.08

*Nota. Elaboración propia*

El B/CE es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable económicamente. El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos. Por cada dólar que se invierte se gana 1.08 dólares.

## XII.2.4- Periodo de Recupero de Capital Económico.

**Tabla 48.**

Periodo de Recupero de Capital Económico

	\$	-209,497.15	\$	-209,497.15	<b>1.507</b>	<b>1.507</b>	<b>6.084</b>	<b>92.518</b>
1	\$	139,016.46	\$	-70,480.70				
2	\$	101,161.54	\$	30,680.84				
3	\$	93,155.74	\$	123,836.58				
4	\$	85,783.50	\$	209,620.08				
5	\$	159,201.94	\$	368,822.01				

*Nota. Elaboración propia*

El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 1 año, 6 meses 20 días.

## XII.2.5.- Índice de Rentabilidad

**Tabla 49.**

Índice de rentabilidad

<b>ÍNDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	<u>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</u> <u>ACUMULADO</u> INVERSIÓN TOTAL
<b>IR =</b>	<u>\$578,319.17</u> <u>\$209,497.15</u>
<b>IR =</b>	<b>2.76</b>

*Nota. Elaboración propia*

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno significa que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad

## XII.3.- EVALUACIÓN FINANCIERA

### XII.3.1.- Vanf

**Tabla 50.**

Vanf

<b>VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO</b>	
VANF	\$ 402,477.77

*Nota. Elaboración propia*

Como el VANF es mayor que cero entonces es conveniente invertir en el proyecto. El proyecto es rentable dado que genera rentabilidad por sí mismo.

**XII.3.2.- Tirf****Tabla 51.**

Tirf

<b>TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO</b>	
TIRF	95.37%
TASA DE DESCUENTO (COK)	4.9684%

*Nota. Elaboración propia*

Como la TIRF es mayor que la tasa de descuento económica, el proyecto es rentable económicamente. El proyecto tiene un rendimiento del 95.37% por un periodo de 5 años. El VANF resulta cero cuando la TIRE es 95.37%

**XII.3.3.- B/C Financiero****Tabla 52.**

B/C Financiero

<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO</b>	
B/CF	<u>VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS</u>
B/CF	<u>VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS</u>
	\$5,124,149.90
	-\$4,723,738.53
B/CF	1.08

*Nota. Elaboración propia*

El B/CE es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable económicamente. El valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos. Por cada dólar que se invierte se gana 1.08 dólares.

**XII.3.4.- Periodo de Recupero de Capital Financiero****Tabla 53.**

Periodo de Recupero de Capital Financiero

<b>Años</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Recuperación</b>	<b>PRC</b>	<b>Años</b>	<b>Meses</b>	<b>Días</b>
0	\$ -122,605.46	\$ -122,605.46	<b>0.99</b>	<b>0.99</b>	<b>11.89</b>	<b>86.67</b>
1	\$ 123,751.08	\$ 1,145.61				
2	\$ 87,713.68	\$ 88,859.30				
3	\$ 81,643.14	\$ 170,502.44				
4	\$ 75,989.15	\$ 246,491.59				
5	\$ 155,986.18	\$ 402,477.77				

*Nota. Elaboración propia*



El tiempo requerido para recuperar el capital en el proyecto es de 0 año, 12 meses 29 días.

### XII.3.5.- Índice de Rentabilidad Financiero

**Tabla 54.**

Índice de rentabilidad Financiero

<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b>	
<b>IR =</b>	<b><u>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</u></b>
	<b><u>ACUMULADO</u></b>
	<b>INVERSIÓN TOTAL</b>
<b>IR =</b>	<b><u>\$525,083.23</u></b>
	<b><u>\$122,605.46</u></b>
<b>IR =</b>	<b><u>4.28</u></b>

*Nota. Elaboración propia*

Si el índice de rentabilidad es mayor que uno significa que por cada dólar invertido le está generando al proyecto una mayor rentabilidad

**CAPÍTULO XII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

**XIII.1.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA**

**ESCENARIO NORMAL**

**Tabla 55.**

*Flujo de caja económico en escenario normal*

AÑO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	\$ -	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,338,277.62
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98	\$ 1,216,527.98
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 78,911.57
I.3 Valor Residual						\$ 42,838.07
II. EGRESOS	\$ 209,497.15	\$ 1,065,564.45	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,853.79
II.1. Inversión Total	\$ 209,497.15					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15
II.4 Participación Laboral		\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 21,004.25
II.5. IGV a pagar		\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 70,049.17
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$ -209,497.15	\$ 150,963.53	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 240,423.82
APORTE DE CAPITAL	\$ 209,497.15					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 150,963.53	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 119,296.33	\$ 240,423.82
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 150,963.53	\$ 270,259.86	\$ 389,556.19	\$ 508,852.52	\$ 749,276.35

*Nota. Elaboración propia*

### REDUCCIÓN DEL 10% EN VENTAS

**Tabla 56.**

*Flujo de caja económico en escenario de reducción del 10% en ventas*

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS</b>	\$ -	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,216,624.82
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18	\$ 1,094,875.18
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 78,911.57
I.3 Valor Residual						\$ 42,838.07
<b>II. EGRESOS</b>	\$ 209,497.15	\$ 1,065,564.45	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,853.79
II.1. Inversión Total	\$ 209,497.15					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15
II.4 Participación Laboral		\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 21,004.25
II.5. IGV a pagar		\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 70,049.17
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	\$ -209,497.15	\$ 29,310.73	\$ -2,356.47	\$ -2,356.47	\$ -2,356.47	\$ 118,771.02
APORTE DE CAPITAL	\$ 209,497.15					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 29,310.73	\$ -2,356.47	\$ -2,356.47	\$ -2,356.47	\$ 118,771.02
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 29,310.73	\$ 26,954.27	\$ 24,597.80	\$ 22,241.33	\$ 141,012.36

*Nota. Elaboración propia*

En el escenario de reducción al 10% de ventas se observa que las ventas disminuyen a \$ **1,094,875.18** incrementando el VANE y no cambió el TIRE

**AUMENTO DEL 10% EN VENTAS**

**Tabla 57.**

*Escenario de flujo económico de aumento del 10% en ventas*

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>I. INGRESOS</b>	\$ -	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,459,930.41
I.1 Ingresos por ventas		\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78	\$ 1,338,180.78
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						\$ 78,911.57
I.3 Valor Residual						\$ 42,838.07
<b>II. EGRESOS</b>	\$ 209,497.15	\$ 1,065,564.45	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,231.65	\$ 1,097,853.79
II.1. Inversión Total	\$ 209,497.15					
II.2. Costos de Comercialización		\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86	\$ 857,142.86
II.3. Gastos de Operación		\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15	\$ 97,025.15
II.4 Participación Laboral		\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 20,860.73	\$ 21,004.25
II.5. IGV a pagar		\$ 20,965.17	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37	\$ 52,632.37
II.6. Impuesto a la Renta		\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 69,570.54	\$ 70,049.17
<b>FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	\$ -209,497.15	\$ 272,616.33	\$ 240,949.13	\$ 240,949.13	\$ 240,949.13	\$ 362,076.62
APORTE DE CAPITAL	\$ 209,497.15					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	\$ -	\$ 272,616.33	\$ 240,949.13	\$ 240,949.13	\$ 240,949.13	\$ 362,076.62
SALDO DE CAJA ACUMULADA	\$ -	\$ 272,616.33	\$ 513,565.46	\$ 754,514.59	\$ 995,463.72	\$ 1,357,540.33

*Nota. Elaboración propia*

**Tabla 58.***Indicadores económicos del escenario pesimista, realista y optimista*

INDICADORES	ESCENARIO	ESCENARIO	ESCENARIO	INDICADORES DEL	
	PESIMISTA	REALISTA	OPTIMISTA	PROYECTO	
	10%		10%		
<b>VAN</b>	-\$96,184.19	\$ 368,822.01	\$947,202.29	\$ 368,822.01	VAN
<b>ECONÓMICO</b>					PONDERADO
<b>TIR</b>	-9%	61%	123%	61%	TIR
<b>ECONÓMICO</b>					PONDERADO

*Nota. Elaboración propia*

En este análisis podemos distinguir 3 diferentes escenarios: el escenario que se ha estudiado durante el desarrollo del proyecto (el escenario realista), con una probabilidad de ocurrencia del 61%; este escenario nos muestra el resumen de lo que hemos encontrado con anterioridad, un proyecto viable tanto desde el análisis del VAN económico como del financiero.

Por otra parte, el escenario pesimista que representa una disminución de los ingresos del proyecto en un 10%, tiene una probabilidad de ocurrencia de 15%, sin embargo, un descenso de los ingresos de esta magnitud haría inviable el proyecto, obteniendo nada más que pérdidas en el horizonte de evaluación (5 años).

Por último, el escenario optimista representa una recaudación 10% superior a la proyectada, este es mejor escenario para el proyecto, debido a que es el más rentable posible, sin embargo, solo tiene una probabilidad de ocurrencia del 10%.

Si analizamos todos los escenarios de manera conjunta y encontramos el VAN ESPERADO, podemos encontrar que se tiene un valor de \$ 368,822.01 que representa al aspecto económico, y donde al analizar podemos ver que el proyecto es rentable, y que debe realizarse la inversión. Obtendremos la misma conclusión si se analiza el aspecto financiero.

### XIII.2.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

**Tabla 59.**

*Indicadores financieros del escenario pesimista, realista y optimista*

INDICADORES	ESCENARIO	ESCENARIO	ESCENARIO	INDICADORES DEL PROYECTO	
	PESIMISTA	REALISTA	OPTIMISTA		
	10%		10%		
<b>VAN FINANCIERO</b>	-\$87,755.10	\$ 402,477.77	\$966,551.00	\$ 402,477.77	VANF PONDERADO
<b>TIR FINANCIERO</b>	-13.60%	95.37%	198.86%	95.37%	TIRF PONDERADO

*Nota. Elaboración propia*

En este análisis podemos distinguir 3 diferentes escenarios: el escenario que se ha estudiado durante el desarrollo del proyecto (el escenario realista), con una probabilidad de ocurrencia del 95.37%; este escenario nos muestra el resumen de lo que hemos encontrado con anterioridad, un proyecto viable tanto desde el análisis del VAN económico como del financiero.

Por otra parte, el escenario pesimista que representa una disminución de los ingresos del proyecto en un 10%, tiene una probabilidad de ocurrencia de 15%, sin embargo, un descenso de los ingresos de esta magnitud haría inviable el proyecto, obteniendo nada más que pérdidas en el horizonte de evaluación (5 años).

Por último, el escenario optimista representa una recaudación 10% superior a la proyectada, este es mejor escenario para el proyecto, debido a que es el más rentable posible, sin embargo, solo tiene una probabilidad de ocurrencia del 10%.

Si analizamos todos los escenarios de manera conjunta y encontramos el VANF ESPERADO, podemos encontrar que se tiene un valor de \$ 402,477.77 que representa al aspecto financiero, y donde al analizar podemos ver que el proyecto es rentable, y que debe realizarse la inversión.

## CONCLUSIONES

- Aperturar una Clínica Materno Infantil es viable y tanto financieramente como económicamente, debido a que obtuvo un TIRE de 61% que significa que el costo de oportunidad de capital está por encima, mientras que el TIRF es de 95.37% que significa que el costo de oportunidad de capital está por encima. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.
- La existencia de la demanda insatisfecha genera una brecha del 2.25% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una Clínica Materno Infantil, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.
- La Clínica Materno Infantil, tendrá una capacidad efectiva de 511.73 servicios de atención diarios.
- El proyecto estará ubicado estratégicamente en Mariscal Ureta en la cuadra 3, a dos cuadras del Hospital General de Jaén.
- El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de EIRL, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.
- El proyecto tiene una inversión total de \$124,130.99, siendo su capital de trabajo \$7,852.06 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el banco Scotiabank, por un monto de \$86,891.69, representando el 70%
- Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK (para algunos proyectos fue la tasa de descuento económica) y el WACC (para algunos proyectos fue la tasa de descuento financiero) como tasas de actualización de 5.35% y 4.97% respectivamente resultando un VANE de S/ \$ 368,822.01, VANF de \$ 402,477.77, TIRE de 61% y TIRF de 95.37%, evidenciando la viabilidad del proyecto.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el proyecto de inversión a la brevedad posible ya que existe un mercado insatisfecho, por la cual debe generar valor para colaboradores, inversionistas, clientes, todo ello para generar impacto económico y social para el país, cumpliendo con la normativa legal en vigencia. Además, se debe tomar en cuenta los protocolos exigibles de MINTRA, MINSA, SUNAFIL y Municipalidad de Jaén para no perjudicar tanto a colaboradores como clientes que solicitaran este servicio.
- Identificar empresas tanto privadas como del estado para generar alianzas estratégicas que brinden servicios que complementen a la Clínica de Maternidad Infantil con la finalidad de incrementar la participación en el mercado. Por otro lado, implementar el marketing digital para tener mayor alcance con el público objetivo y así incrementar las ventas de este servicio para cumplimiento de las ventas y cumplir con el PE. Asimismo, realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del servicio.
- Se deben tomar en cuenta factores como la inestabilidad política y económica, sobrecostos y competidores con servicios similares que resultan ser una amenaza, por lo que es ideal desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades del sector, alcanzando un puntaje mucho más alto para mejorar, posicionar a la clínica y volverla eficiente. Por otro lado, desarrollar frecuentemente estrategias competitivas que permitan tener acceso al mayor número de pacientes de la demanda insatisfecha y lograr cubrir todo el mercado objetivo, para progresivamente poder aumentar la participación en el sector.
- Identificar constantemente las dificultades que se puedan presentar en la clínica, ya sea con respecto al personal, maquinaria, materiales, etc., para que de esa manera poder minimizar el número de dificultades y errores en la atención, logrando ofrecer un servicio eficiente y de calidad. Finalmente, realizar un constante seguimiento del cumplimiento de los planes de trabajo, de las funciones establecidas para cada trabajador y de la evolución de su desempeño, e ir en constante mejora con respecto a los planes de capacitación, retención y seguridad permitiendo. Así mismo no dejar de lado la retroalimentación en todos los aspectos.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achahui, A. (2021). La Selección de Personal Asistencial en el Sector Privado de Servicios de Salud: Eligiendo lo humanamente competitivo. Recuperado de: [https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/articulos/la-seleccion-depersonal-asistencial-en-el-sector-privado-de-servicios-de-salud-eligiendolo- %C2%93humanamente-competitivo%C2%94/](https://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/articulos/la-seleccion-depersonal-asistencial-en-el-sector-privado-de-servicios-de-salud-eligiendolo-%C2%93humanamente-competitivo%C2%94/)
- Ariza S., Ramón A. y Morales M. (2021). Aumenta la mortalidad materna: el impacto silencioso de la Covid-19 en América Latina. Recuperado de <https://ojopublico.com/2582/aumenta-la-mortalidad-materna-en-america-latina-en-pandemia>.
- Apeim (2020). Niveles Socioeconómicos. Recuperado de: <http://apeim.com.pe/wpcontent/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>
- Cepeda, D.(2020). Las tendencias en salud que marcarán el año 2021. Recuperado de: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/01/13/companias/1610541763\\_785340.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/01/13/companias/1610541763_785340.html)
- Diario Perú 21 (2013). El 18.1% de los niños menores de 5 años sufren desnutrición crónica. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/18-1-ninos-menores-5-anos-sufrendesnutricion-cronica-104131-noticia/> Diario Gestión (2020). El impacto de la crisis política. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2020/09/la-crisis-politica-agrava-la-crisiseconomica.html/?ref=gesr>
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (2021). Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Lambayeque. Recuperado de: <http://sdv.midis.gob.pe/RedInforma/Upload/regional/Lambayeque.pdf>
- Ministerio de salud (2000). Maternidad responsable. Recuperado de [https://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion\\_7.asp?sub5=7](https://www.minsa.gob.pe/portalweb/06prevencion/prevencion_7.asp?sub5=7)

Ministerio de Salud (2016). Población estimada por edades simples y grupos de edad, según provincia y distrito departamento de Lambayeque. Recuperado de:

<http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionMarco.s.asp?14>

Nagles, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista Escuela de Administración de Negocios, (61), pp. 77-87. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495008.pdf> 97

Organización Mundial de la Salud (2017). Salud Materna. Recuperado de [https://www.who.int/topics/maternal\\_health/es/](https://www.who.int/topics/maternal_health/es/)

Plan regional de acción por la infancia y la adolescencia (2016). Lambayeque: Evolución de la fecundidad, según grupo de edad, 1996, 2009 y 2012. Recuperado de: <https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/pnaia/pdf/praiia/PRAIA-Lambayeque-2016-2021.pdf>

Radio Programas del Perú (2019). Bebés han muerto en lo que va del año por falta de incubadoras en el Hospital Regional de Lambayeque. Recuperado de <https://rpp.pe/peru/lambayeque/lambayeque-30-bebes-han-muerto-en-lo-que-vadel-ano-por-falta-de-incubadoras-en-hospital-regional-noticia-1216887>

Sánchez, E. (2021). Tecnología, cada vez más inmersa en la salud. Recuperado de: [https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r7800\\_2/infesp.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r7800_2/infesp.pdf)

Sociedad Peruana de Obstetricia y Ginecología (2020). Durante pandemia del COVID-19: El embarazo adolescente se incrementó. Recuperado de: <http://www.spog.org.pe/web/index.php/noticias-spog/514-durante-pandemia-del-covid-19-el-embarazo-adolescente-se-incremento-en-12-por-ciento>

Tchernitchin, Andrei N., & Gaete, Leonardo. (2018). Influencia de contaminantes ambientales en la gestación humana: Causante de patologías en el adulto. Revista chilena de pediatría, 89(6), 761-765. <https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062018005001203> Instituto Nacional de

Estadística e Informática (2020). En el 2020 población peruana alcanza 32,6 millones de habitantes. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-2020-poblacion-peruana-alcanza-326-millones-de-habitantes12302/#:~:text=En%20medio%20de%20los%20problemas,poblaci%C3%B3n%20supere%20los%2033%20millones.>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Lambayeque. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0011/est\\_lam.htm#:~:text=Lambayeque%20tiene%20una%20estructura%20de,de%2012%20a%2017%20a%C3%B1os](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0011/est_lam.htm#:~:text=Lambayeque%20tiene%20una%20estructura%20de,de%2012%20a%2017%20a%C3%B1os)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). Lambayeque. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1560/14TOMO\\_01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1560/14TOMO_01.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). Salud Materna. Recuperado de: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1656/pdf/cap008.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1656/pdf/cap008.pdf)

ISPO (2020). Top 10 Heor Trends. Recuperado de [https://www.ispor.org/docs/defaultsource/heor-resources/2020-top-10-heor-trends\\_vonline\\_00120191219.pdf?sfvrsn=9eebcb74\\_0](https://www.ispor.org/docs/defaultsource/heor-resources/2020-top-10-heor-trends_vonline_00120191219.pdf?sfvrsn=9eebcb74_0)

## ANEXOS

### ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### ENCUESTA

El propósito de la encuesta es determinar el mercado de los servicios de una clínica Materno Infantil. Le solicito participar en la investigación y que sus respuestas serán de carácter confidencial con fines de investigación.

#### I. Datos Generales

Sexo: \_\_\_\_\_

Edad

- a) 16- 22 años      b) 23 – 28 años      c) 29 – 33 años  
 d) 34 – 40 años

Grado de Instrucción: Sin estudios

Inicial

Primaria

Secundaria

Superior Técnica

Superior Universitario

Estado Civil:

Soltero

Conviviente

Casado

Separado

Residencia:

Jaén

Distritos de Jaén

Responda las siguientes preguntas de acuerdo a la valoración de la escala de Likert:

1		3		5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

#### II. Producto

Nº	Pregunta				
1	Los servicios de salud que las clínicas en la ciudad de Jaén brindan incluye el de Materno Infantil				

2	Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudiría atenderse y/o hacerse sus controles prenatales?					
3	Si se apertura una clínica materno infantil ¿Usted acudiría a solicitar un servicio de atención y/o controles para su hijo?					
4	Usted busca en el servicio materno infantil seguridad y calidad en la atención al paciente					
5	La atención de la clínica materno infantil deben ser las 24 horas					

6. Servicios que puede ofrecer la clínica materno infantil

- a) Pediatría                      b) Ginecología                      c) Vacunas                      d) Ultrasonido

**III. Precio**

Nº	Pregunta					
1	Los precios de los servicios que brindará la clínica materno infantil deben estar acorde al mercado competitivo.					
2	Los precios de los servicios que brindará la clínica deben ser accesibles para el público objetivo.					

3. Como considera usted los precios de los diferentes servicios que ofrecen las clínicas de la ciudad de Jaén:

- a. Muy caro                      b. buen precio c. Más o menos.

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio que ofrecería la Clínica Materno Infantil?

- a) Pediatría

S/. 50.00                       70.00                       90.00                       20.00

- b) Ginecología

S/. 50.00                       80.00                       120.00                       50.00

## b) Aplicación de vacunas

 S/. 80.00 S/. 90.00 120.00 S/. 140.00

## IV. Plaza

## a) Elija donde quisiera que se ubique geográficamente el local de la clínica materno infantil:

1. Jaén centro

2. Jaén Cercado

3. Cerca al Hospital de Jaén

## V. Promoción

## a) ¿Qué medio de comunicación es más utilizado o visto por usted?

1. Radio

2. Television

3. Internet.

4. Banners publicitario.

## b) Como conoció a las clínicas de la ciudad de Jaén

a. Por recomendación. b. por su ubicación c. por publicidad.

## ANEXO 3: PORCENTAJE DE SIMILITUD

## ENTREGABLE

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>24%</b>	<b>23%</b>	<b>1%</b>	<b>8%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>9%</b>
<b>2</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>docplayer.es</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>emprendedor.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>ri.ues.edu.sv</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>www.hospitalvirgendefatima.gob.pe</b>	<b>&lt;1%</b>