



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN MARKETING**

**TEMA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
SERVICIO A DOMICILIO DE ENFERMERÍA Y CUIDADO TEMPORAL DE  
ADULTOS MAYORES EN LA CIUDAD DE QUITO PARA EL AÑO 2016”**

**AUTORA**

**DAYSY ALEXANDRA JACHO PAUCAR**

**DIRECTOR**

**ECON. LUIS BARRENO BENAVIDES**

**QUITO, ECUADOR**

**AGOSTO - 2016**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por las bendiciones que he recibido y por guiarme por el camino correcto para poder cumplir esta meta tan importante en mi vida, agradezco a mi mamá, a mi papá, a mis hermanos y a mi hija por ser mi soporte en toda mi carrera universitaria.

Agradezco a mi Director Econ. Luis Barreno Benavides que me ayudó en la realización de mi Trabajo de Titulación aportando su experiencia, conocimientos y la disposición que siempre tuvo al responder mis dudas e inquietudes con respecto al proyecto y culminarlo de la mejor manera.

Agradezco a mi Universidad Tecnológica Equinoccial por ser el lugar donde he vivido buenas experiencias, conocido buenos compañeros y excelentes amigos y además agradezco a mis maestros que no solamente brindaron su conocimiento, también brindaron sus experiencias profesionales y me formaron para ser una excelente profesional en Marketing.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo de Titulación a mi mamá Rosa Paucar y a mi papá Raúl Jacho por haberme apoyado en toda mi carrera universitaria, por ser mis guías, por brindarme su amor incondicional pese a todas las circunstancias, porque han sido las personas en las cuales puedo confiar, apoyarme y guiarme y además porque me han enseñado todos los valores con los cuales se forja una excelente persona y una excelente profesional, a mis hermanos Jhonatan y Santiago por su cariño, amistad, complicidad y porque pese a su corta edad me han ayudado en grandes responsabilidades, espero llegar a ser un ejemplo para ellos y dedico este trabajo a mi pequeña hija Sofía Victoria porque ella es mi fortaleza para seguir adelante, por ser mi complemento y por la que me he esforzado para cumplir este sueño, espero se sienta orgullosa de su mamá. Gracias a mi familia por su amor, son mi vida entera.

### RESPONSABILIDAD

Del contenido total del presente documento me hago responsable.



**Daysy Alexandra Jacho Paucar**

**C.I. 1720628658**

### CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente Trabajo de Titulación, ha sido desarrollado íntegramente por la señorita Daysy Alexandra Jacho Paucar.



**Econ. Luis Barreno Benavides**

**DIRECTOR**

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**  
**PROYECTO DE TITULACIÓN**

---

**DATOS DE CONTACTO**

---

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1709335911

---

**APELLIDOS Y NOMBRES:** Jacho Paucar Daysy Alexandra

---

**DIRECCIÓN:** Quitumbe, Av. Amaruñan y Rumichaca, Conjunto Paraísos del Sur, Casa 11.

---

**EMAIL:** daysy\_1712@hotmail.com

---

**TELÉFONO FIJO:** 022 914 526

---

**TELÉFONO MOVIL:** 0992814164

---

---

**DATOS DE LA OBRA**

---

**TÍTULO:** Plan de negocios para la creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito para el año 2016.

---

**AUTOR:** Jacho Paucar Daysy Alexandra

---

**FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:** 26 Agosto del 2016

---

**DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:** Economista Luis Barreno Benavides

---

**PROGRAMA:** Pregrado  Posgrado

---

**TÍTULO POR EL QUE OPTA:** Ingeniera en Marketing

---

**RESUMEN:** El presente plan de negocios es una idea dirigida al segmento de adultos mayores y sus familias, el fin es

---

---

brindar un servicio profesional de enfermería en el domicilio la cual ayudará al familiar del adulto mayor en el cuidado del mismo sea de forma temporal o permanente veinticuatro horas al día, se ha realizado una investigación y análisis de la idea de negocio para determinar la rentabilidad, demanda y proyección futura del proyecto; el plan de negocios se ha estructurado en base a tres objetivos propuestos y con los resultados de la investigación tanto en fuentes primarias y secundarias se han formulado varias estrategias para ingresar al mercado quiteño.

El primer objetivo se obtuvo del estudio de mercado que se realizó para determinar la demanda real y potencial del servicio, competencia, análisis del ambiente externo y desarrollo de las estrategias de marketing que utilizará el servicio.

El segundo objetivo indica el estudio técnico que se lo realiza con el fin de determinar el proceso operativo del servicio, tamaño del proyecto, estructura organizacional y requisitos legales que implica la puesta en marcha del proyecto.

El tercer objetivo detalla el estudio financiero en el cual se especifica la inversión necesaria con la que el inversionista podrá iniciar el negocio y la proyección futura que tendrá en cuanto a la utilidad que generará el proyecto concluyendo que es un negocio rentable si se ejecuta de la manera descrita en este proyecto.

---

**PALABRAS CLAVES:** Plan de negocio, Servicio a domicilio de enfermería, Cuidado de adultos mayores.

---

**ABSTRACT:** This business plan is an idea directed to the segment of older adults and their families, in order to provide an ongoing professional nursing care at home which will help the family of the elderly in the care of it either temporarily

---

or twenty-four hours a day, has conducted research and analysis of the business idea to determine profitability, demand and future prospects of the project; the business plan is structured around three objectives and the research results in both primary and secondary sources have been developed various strategies to enter the market quiteño.

The first objective was obtained from market research that was conducted to determine the real and potential demand service, competition, analysis of the external environment and development of marketing strategies that use the service.

The second objective indicates the technical study is performed in order to determine the operational process of the service, project size, organizational structure and legal requirements involving the implementation of the project.

The third objective detailed financial study in which the necessary investment that the investor may start the business and the future projection will have on the usefulness that generate specified the project concluding that it is a profitable business if run from the as described in this project.

---

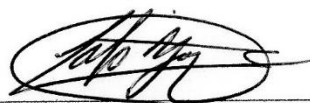
**KEYWORDS**

Business plan, Nurses home service, Elderly care.

---

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f:



Daysy Alexandra Jacho Paucar

CI. 1720628658

---

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Jacho Paucar Daisy Alexandra**, CI. 1720628658 autora del proyecto titulado: **“Plan de negocios para la creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito para el año 2016”** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Marketing** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 26 de Agosto del 2016

f: 

Daysy Alexandra Jacho Paucar

CI. 1720628658



## ***ÍNDICE DE CONTENIDO***

<b>CAPÍTULO 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Problema a investigar.....	1
1.2. Objeto del estudio teórico .....	1
1.3. Objeto del estudio práctico .....	1
1.4. Planteamiento del problema.....	1
1.5. Pronóstico.....	2
1.5.1. Control de pronóstico.....	2
1.6. Formulación y sistematización del problema .....	3
1.6.1. Formulación del problema .....	3
1.6.2. Sistematización del problema .....	3
1.7. Objetivos.....	3
1.7.1. Objetivo general.....	3
1.7.2. Objetivos específicos .....	4
1.8. Justificación .....	4
1.9. Delimitación.....	4
1.10. Marco teórico.....	5
1.10.1. Análisis del sector salud.....	5
1.10.2. Negocio .....	6
1.10.3. Plan de negocios.....	6
1.10.3.1. Elementos del plan de negocios .....	7
1.10.3.1.1. Investigación de mercado .....	7
1.10.3.1.2. Microentorno de la empresa .....	7
1.10.3.1.3. Macroentorno de la empresa.....	8
1.10.3.1.4. Análisis FODA .....	9
1.10.3.1.5. Análisis estratégico del negocio (estrategia corporativa) .....	10
1.10.3.1.6. Estrategia comercial .....	10
1.10.3.1.7. Mezcla de marketing .....	11
1.10.3.1.8. Evaluación del proyecto .....	11
1.10.4. Adultos mayores .....	12
1.10.4.1. Clasificación de los adultos mayores por nivel de dependencia.....	13
1.10.4.2. Atención domiciliaria de adultos mayores .....	14

<b>CAPITULO 2 .....</b>	<b>15</b>
<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>
2.1. Metodología general .....	15
2.1.1. Nivel de estudio .....	15
2.1.2. Modalidad de investigación .....	15
2.1.3. Método de investigación .....	16
2.1.4. Población a investigar .....	16
2.1.5. Tamaño de la muestra .....	17
2.1.6. Tipo de muestreo.....	17
2.1.7. Técnica para recopilar datos .....	17
2.1.8. Procesamiento de datos.....	18
2.2. Metodología específica.....	18
2.2.1. Metodología de mercadeo.....	18
2.2.1.1. Demanda del servicio.....	18
2.2.1.2. Estrategias del marketing mix.....	19
2.2.1.3. Descripción del servicio.....	19
2.2.2. Metodología para el estudio técnico .....	20
2.2.2.1. Tamaño del proyecto.....	20
2.2.2.3. Localización .....	20
2.2.2.4. Infraestructura .....	21
2.2.2.5. Ingeniería del proyecto.....	21
2.2.3. Metodología legal y organizacional .....	21
2.2.3. Metodología financiera .....	22
2.2.3.1. Inversiones del proyecto .....	22
2.2.3.2. Presupuesto de costos.....	23
2.2.3.3. Costos e ingresos del proyecto.....	23
2.2.3.3.1. Gastos de administración .....	23
2.2.3.3.2. Gastos Financieros .....	23
2.2.3.4. Proyección de costos.....	24
2.2.3.5. Presupuesto de ingresos .....	24
2.2.3.4. Evaluación financiera.....	25
2.2.3.4.1. Valor residual.....	25
2.2.3.4.2. Flujo de caja.....	26

2.2.3.4.3. Costo de oportunidad .....	26
2.2.3.5. Criterios de evaluación.....	26
2.2.3.5.1. Punto de equilibrio .....	27
2.2.3.6. Índices financieros .....	27
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>28</b>
<b>RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
3.1. Resultado según el objetivo 1 .....	28
3.1.1. Objetivos de la investigación de mercados .....	29
3.1.2. Tabulación de la encuesta .....	29
3.1.2.1. Pregunta 1.- ¿Vive usted con un familiar que esté en la tercera edad (65 años en adelante) o es responsable directo del mismo? .....	29
3.1.2.2. Pregunta 2.- ¿Qué parentesco tiene con el adulto mayor? .....	30
3.1.2.3. Pregunta 3.- ¿Actualmente el adulto mayor vive en casa con un familiar o en un centro de cuidado? Si su respuesta es centro de cuidado por favor conteste la pregunta número 4 y finalice la encuesta. ....	30
3.1.2.4. Pregunta 4.- Marque con una X las razones por las que enviaría al adulto mayor a un centro de cuidado. ....	31
3.1.2.5. Pregunta 5.- Marque con una X las razones por las que tiene al adulto mayor en casa con su familia y no en un centro de cuidado. ....	32
3.1.2.6. Pregunta 6.- ¿El adulto mayor tiene algún tipo de malestar, discapacidad o enfermedad? .....	33
3.1.2.7. Pregunta 7.- Cuando el adulto mayor sufre de algún padecimiento o crisis ¿En qué lugar es atendido?.....	35
3.1.2.8. Pregunta 8.- ¿Cuál es el nivel de dependencia del adulto mayor en cuanto a las actividades de la vida diaria básicas? .....	35
3.1.2.9. Pregunta 9.- ¿Actualmente el adulto mayor realiza algún tipo de terapia física o psicológica? .....	36
3.1.2.10. Pregunta No. 10 ¿Considera usted necesario la ayuda de personal de enfermería en su domicilio para cuidado del adulto mayor? .....	37
3.1.2.11. Pregunta 11.- ¿Si existiera una empresa que brinda servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal para adultos mayores estaría dispuesto a contratar y pagar?.....	38
3.1.2.12. Pregunta 12.- Si contratara el servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores ¿Cuál sería su forma de pago? .....	39

3.1.2.13... Pregunta 13.- ¿Por qué medio le gustaría recibir más información de los servicios de la empresa de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores? .....	40
3.2. Demanda .....	41
3.2.3. Competencia directa.....	43
3.2.3.1. Competencia indirecta.....	43
3.2.4. Mercado meta.....	44
3.2.4.1. Mercado meta de adultos mayores .....	45
3.2.4.2. Mercado meta de familias.....	45
3.2.5. Análisis externo .....	45
3.2.5.1. Ambiente económico .....	45
3.2.5.2. Ambiente demográfico.....	47
3.2.5.3. Ambiente tecnológico .....	47
3.2.5.4. Ambiente cultural.....	48
3.2.5.5. Ambiente legal/político.....	48
3.2.5.6. Ambiente natural.....	49
3.2.6. Análisis FODA.....	49
3.2.6.1. Fortalezas .....	49
3.2.6.2. Debilidades.....	49
3.2.6.3. Oportunidades .....	50
3.2.6.4. Amenazas .....	50
3.2.7. Estrategias del marketing mix .....	51
3.2.7.1. Producto .....	51
3.2.7.1.1. Nombre de la empresa.....	51
3.2.7.1.2. Composición .....	51
3.2.7.1.3. Cromática.....	52
3.2.7.1.4. Aplicaciones.....	53
3.2.7.1.5. Posicionamiento .....	53
3.2.7.1.8. Descripción del servicio.....	54
3.2.7.1.9. Definir el servicio que se va a vender .....	54
3.2.7.1.10. Aspectos innovadores y tecnología asociada.....	56
3.2.7.1.11. Factores fundamentales de diferenciación.....	56
3.2.7.1.12. Ventajas del servicio de enfermería a domicilio .....	56
3.2.7.2. Precio .....	58

3.2.7.3.	Plaza .....	59
3.2.7.4.	Promoción .....	59
3.3.	Resultado según objetivo No.2 .....	60
3.3.1.	Tamaño del proyecto.....	60
3.3.1.1.	Tamaño del proyecto según demanda.....	60
3.3.1.2.	Tamaño del proyecto según suministros e insumos.....	60
3.3.1.3.	Proveedores.....	61
3.3.1.4.	Localización .....	62
3.3.1.5.	Infraestructura .....	63
3.3.2.	Ingeniería del proyecto.....	64
3.3.2.1.	Proceso del servicio .....	64
3.3.3.6.	Valores corporativos .....	69
3.3.8.	Estructura organizacional.....	70
3.3.8.1.	Funciones principales del equipo de trabajo .....	72
3.4.	Resultados según el objetivo No. 3.....	75
3.4.1.	Inversiones del proyecto .....	75
3.4.2.	Activos fijos tangibles.....	75
3.4.2.1.	Edificaciones.....	76
3.4.2.2.	Maquinaria y equipos.....	77
3.4.2.3.	Equipos de cómputo.....	77
3.4.2.4.	Muebles y enseres .....	78
3.4.3.	Activos fijos intangibles.....	79
3.4.4.	Capital de trabajo .....	79
3.4.5.	Presupuesto de costos.....	80
3.4.5.1.	Costos directos de producción .....	80
3.4.5.2.	Gastos indirectos de fabricación .....	82
3.4.5.3.	Mantenimiento y reparación .....	82
3.4.5.4.	Depreciaciones .....	83
3.4.6.	Gastos administrativos .....	84
3.4.7.	Gastos de marketing y ventas.....	85
3.4.8.	Sueldos y salarios.....	87
3.4.9.	Gastos financieros .....	88
3.4.9.1.	Tabla de amortización.....	89
3.4.10.	Proyección de costos.....	90

3.4.11. Presupuesto de ingresos .....	94
3.4.12. Evaluación financiera.....	94
3.4.12.1. Evaluación económico financiero del proyecto .....	95
3.4.12.2. Estado de situación inicial.....	95
3.4.12.3 Estado de resultados.....	96
3.4.12.4. Valor residual.....	98
3.4.12.5. Flujo de caja.....	98
3.4.12.6. Costo de oportunidad .....	99
3.4.12.7. Costo de la tasa de descuento para el inversionista .....	100
3.4.13. Criterios de evaluación .....	100
3.4.13.1 Criterio del valor actual neto VAN .....	100
3.4.13.2. Tasa interna de retorno TIR .....	101
3.4.13.3. Periodo de recuperación de la inversión PRI .....	103
3.4.13.4. Punto de equilibrio .....	104
3.4.14. Índices financieros .....	106
3.4.14.1. Rentabilidad sobre la inversión total.....	106
3.4.14.2. Rentabilidad sobre los recursos propios.....	106
3.4.14.3. Rentabilidad sobre las ventas .....	107
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>108</b>
<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>108</b>
4.1. Conclusiones .....	108
4.2. Recomendaciones.....	109
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>111</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>113</b>
Anexo A.- Encuesta.....	113
Anexo B.- Tablas resumen de depreciaciones .....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 3.1.</i>	<i>Responsable de un adulto mayor.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 3.2.</i>	<i>Parentesco con el adulto mayor.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 3.3.</i>	<i>Lugar donde vive el adulto mayor.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 3.4.</i>	<i>Razones para enviar al adulto mayor a un centro de cuidado.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 3.5.</i>	<i>Razones para no enviar al adulto mayor a un centro de cuidado.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 3.6.</i>	<i>Enfermedad del adulto mayor.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 3.7</i>	<i>Tipo de enfermedad, discapacidad o malestar.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 3.8.</i>	<i>Lugar donde el adulto mayor recibe atención médica.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 3.9.</i>	<i>Nivel de dependencia del adulto mayor. ....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 3.10.</i>	<i>Terapia física o psicológica del adulto mayor.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 3.11.</i>	<i>Tipo de terapia física o psicológica que realiza el adulto mayor.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 3.12.</i>	<i>Importancia sobre el cuidado del adulto mayor.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 3.13.</i>	<i>Disposición para adquirir el servicio.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 3.14.</i>	<i>Formas de pago del servicio.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 3.15.</i>	<i>Medios para comunicar el servicio.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 3.16.</i>	<i>Resultados de demanda.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 3.17.</i>	<i>Proyección de la demanda.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 3.18.</i>	<i>Estrategias de marketing mix.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 3.19.</i>	<i>Micro localización del proyecto.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 3.20.</i>	<i>Inversión total.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 3.21.</i>	<i>Activos fijos tangibles.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 3.22.</i>	<i>Edificaciones.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 3.23.</i>	<i>Maquinaria y equipos.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 3.24.</i>	<i>Equipos de cómputo.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 3.25.</i>	<i>Muebles y enseres.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 3.26.</i>	<i>Activos fijos intangibles.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 3.27.</i>	<i>Capital de trabajo.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 3.28.</i>	<i>Costos de materiales directos.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 3.29.</i>	<i>Costos de mano de obra directa.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 3.30.</i>	<i>Mano de obra indirecta.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 3.31.</i>	<i>Capacitaciones.....</i>	<i>88</i>

<i>Tabla 3.32.</i>	<i>Mantenimiento y reparación.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 3.33.</i>	<i>Resumen de seguros.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 3.34.</i>	<i>Resumen de depreciaciones.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 3.35.</i>	<i>Gastos administrativos.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 3.36.</i>	<i>Gastos de ventas.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 3.37.</i>	<i>Rol de pagos.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 3.38.</i>	<i>Fuentes y usos.....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 3.39.</i>	<i>Amortización.....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 3.40.</i>	<i>Proyección de costos.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 3.41.</i>	<i>Clasificación de costos.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 3.42.</i>	<i>Presupuesto de ingresos.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 3.43.</i>	<i>Estado de situación inicial.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 3.44.</i>	<i>Estado de resultados.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 3.45.</i>	<i>Valor residual.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 3.46.</i>	<i>Flujo de caja.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 3.47.</i>	<i>Costo de oportunidad.....</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 3.48.</i>	<i>Valor actual neto del inversionista VAN.....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 3.49.</i>	<i>Tasa interna de retorno TIR.....</i>	<i>107</i>
<i>Tabla 3.50.</i>	<i>Periodo de recuperación de la inversión.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 3.51.</i>	<i>Punto de equilibrio.....</i>	<i>110</i>



## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 3.1.</i>	<i>Marca de la empresa.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 3.2.</i>	<i>Composición de la marca.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 3.3.</i>	<i>Cromática.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 3.4.</i>	<i>Aplicaciones.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 3.5.</i>	<i>Flujo grama de proceso del servicio.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 3.6.</i>	<i>Estructura organizacional.....</i>	<i>71</i>

## **CAPÍTULO 1**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1.1. Problema a investigar**

Inexistencia de un plan de negocio para la creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito para el año 2016.

#### **1.2. Objeto del estudio teórico**

Plan de negocio

#### **1.3. Objeto del estudio práctico**

Empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito para el año 2016.

#### **1.4. Planteamiento del problema**

Los adultos mayores atraviesan una etapa de la vida en la cual se sienten impotentes por no poder hacer las mismas actividades que realizaban cuando eran jóvenes y en muchos casos entran en estados de depresión ya que su cuerpo y salud no es la misma. Según datos tomados del INEC demuestran que a pesar de que un 81% de los adultos mayores dicen estar satisfechos con su vida el 28% menciona sentirse desamparado, 38% siente a veces que su vida está vacía y el 46% piensa que algo malo le puede suceder.

El cuidado del adulto mayor en el hogar, una vez que éste depende totalmente de sus familiares, genera un problema tanto para él y su familia ya que necesita de atenciones y cuidados diarios personalizados y profesionales que en muchas de las ocasiones sus familiares no les pueden brindar por falta de conocimiento y experiencia, esto conlleva a un problema en el que los familiares o cuidadores deben sacrificar muchas veces su vida personal y laboral generando tensión y agotamiento, situación que le conduce a tener enfermedades físicas o psicológicas.

La necesidad de crear nuevos servicios para adultos mayores se hace más relevante debido a que este segmento de población aún no ha sido explotado lo suficiente, no se han creado productos o servicios personalizados para el adulto mayor, así que se ha visto la oportunidad de realizar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores que brinde capacitación y atención profesional tanto a las personas de la tercera edad como a sus familiares con el fin de mejorar su calidad de vida al máximo sin la obligación de que sea recluido en un centro de cuidado aislado de sus seres queridos.

## **1.5. Pronóstico**

El envejecimiento poblacional es uno de los factores que estará atravesando Ecuador los años siguientes, en el Ecuador para el año 2030, las mujeres en edad fértil tendrán menos de dos hijos; esto quiere decir que la pirámide poblacional invertirá su forma piramidal dando como resultado una pirámide cuya base la formarán el grupo de adultos mayores reemplazando a la población infantil y joven.

La esperanza de vida de la población cambiará de un promedio de 75 años a 80,5 años para el año 2050, para las mujeres el promedio de edad será de 83,5 años y para los hombres de 77,6 años, esto demuestra que por el aumento en la esperanza de vida la población se enfrentará a tener dentro de su núcleo familiar a un adulto mayor con algún tipo de dependencia.

Estos datos aportan un panorama convincente para determinar que es una idea de negocio que crecerá en el tiempo y que es factible ponerlo en marcha e invertir para su desarrollo.

### **1.5.1. Control de pronóstico**

Una vez identificadas el mercado objetivo se procede a realizar el plan de negocios que permitirá estructurar la idea adaptándola a sus necesidades de tal forma que sea un negocio rentable y sostenible en el tiempo, asegurando el crecimiento del negocio y disminuyendo el riesgo de fracaso.

Con la creación del plan de negocio se definirán aquellos elementos que intervendrán en la creación del servicio y con los cuales el cliente se sentirá satisfecho y estará dispuesto a adquirir y recomendar el servicio, además el plan de negocio aportará conocimientos acerca del ambiente interno y externo de la compañía y de aquellos factores que permitirán entregar un servicio eficiente tanto en procesos, personal y elementos que generarán valor para diferenciar a la empresa de la competencia.

La realización del plan de negocios entregará información útil para el inversionista permitiendo la adquisición de los recursos necesarios para la empresa y un cálculo estimado de la inversión que se deberá realizar para poner en marcha el proyecto.

## **1.6. Formulación y sistematización del problema**

### **1.6.1. Formulación del problema**

¿Es viable desde el punto de vista del mercado, técnico y financiero la propuesta de creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito para el año 2016?

### **1.6.2. Sistematización del problema**

- ¿Cuál es la demanda y oferta de este tipo de servicios en la ciudad de Quito?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos que demanda un proyecto de este tipo?
- ¿Cuáles son los requerimientos económicos necesarios para implantar el proyecto?
- ¿Cuál es la rentabilidad que generaría el proyecto?

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad Quito para el año 2016.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, investigación del entorno y estrategias del marketing mix para el proyecto de creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito.
- Realizar el estudio técnico para establecer el tamaño, localización, estructura organizacional e ingeniería del proyecto que requiere la empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito.
- Realizar el análisis financiero para determinar la inversión, costos, gastos e ingresos que generará el proyecto de creación de una empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en la ciudad de Quito.

### **1.8. Justificación**

El presente trabajo de titulación se justifica desde el punto de vista práctico ya que se ejecutará una idea de negocio nueva, con un modelo de servicio a domicilio que actualmente tiene poca competencia directa en la ciudad y dirigida a un mercado que irá creciendo con el tiempo.

Se considera que la elaboración de este plan de negocios beneficiará al inversionista ya que proporcionará información real acerca de la aceptación del mercado, la rentabilidad y competitividad de la idea de negocio.

### **1.9. Delimitación**

**Teórica:** Investigación de mercados, análisis de la situación interna y externa, estrategias del marketing mix, estudio técnico, metodología organizacional, legal y análisis financiero de la empresa.

**Espacial:** La recolección de la información se la realizará en la ciudad de Quito en el sector norte, centro y sur en hospitales y lugares de afluencia de adultos mayores y sus familiares.

**Temporal:** El presente trabajo de titulación se lo realizó desde el mes de Noviembre del 2015.

### **1.10. Marco teórico**

El enfoque del negocio es el sector salud por ello se describirán algunas características importantes que posee este sector en el país y con el cual hay que basarse para la implementación de esta idea de negocio.

#### **1.10.1. Análisis del sector salud**

La salud en el Ecuador es reconocida como un derecho fundamental garantizado por el Estado y se constituye como un eje estratégico para el desarrollo y el logro del Buen Vivir, por ello el Gobierno Nacional junto con el ente encargado del sistema nacional de salud que es el Ministerio de Salud Pública se han enfocado en una visión que es el bienestar de la población articulando diferentes ámbitos de la vida como económico, social, político, cultural y ambiental. Para lograrlo se han invertido gran cantidad de recursos en este sector convirtiéndolo en un eje prioritario de gestión de la actual administración tanto en la asignación de presupuesto como en la reestructuración de los servicios de salud a nivel nacional garantizando la atención y el servicio a niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos mayores, entre otros grupos con políticas de protección para este grupo de personas que son vulnerables a sus derechos. Para lograr el mejoramiento del sector se ha enfocado en cuatro ejes para lograr la estrategia de fortalecimiento:

- Construcción y mejoramiento de la infraestructura, equipamiento y mobiliario de los servicios de salud.
- Mejorar la capacidad resolutive del talento humano.
- Implementación de un sistema informático único de información (Sistema informático para la gestión integral de salud SIGIS)
- Definir el modelo de gestión de los establecimientos de salud.

En base a estos lineamientos implementados para entidades públicas como privadas, se exige a las empresas de salud que brinden un servicio de calidad a la población en especial al segmento de adultos mayores que se encuentra dentro de los grupos vulnerables, por ello las nuevas empresas que van a brindar servicios de salud a adultos mayores deben enfocarse en cumplir con las normativas y brindar servicios personalizados que permitan el buen vivir del adulto mayor apoyándolos en esta etapa de la vida en las cuales es irremediable el quebranto en su salud.

### **1.10.2. Negocio**

Es importante describir lo que es un negocio para poder entender los siguientes pasos que se van a realizar, se ha tomado la definición de Cañal (2015) que describe a un negocio como:

Un conjunto integrado de actividades y activos susceptibles de ser dirigidos y gestionados con el propósito de proporcionar una rentabilidad en forma de dividendos, menores costes u otros beneficios económicos directamente a los inversores u otros propietarios, miembros o partícipes (p. 3).

Un negocio puede ser cualquier ocupación, actividad o trabajo que un emprendedor realiza para obtener un beneficio económico; cuando una persona tiene en mente una idea de negocio que puede ser vendida al mercado no solo basta con pensarla es necesario evaluarla y comprobar su viabilidad, para ello se debe realizar un plan de negocios y así determinar si es factible en realidad invertir en el proyecto.

### **1.10.3. Plan de negocios**

Es importante conocer de qué se trata el plan de negocios, por ello se ha tomado como referencia la siguiente definición de Zorita (2015).

Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Refleja el

contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y abarca desde la definición de la idea, hasta la forma concreta de llevarla a la práctica y seguir su desarrollo (p. 15).

Para la creación de nuevas empresas es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva idea de negocio y reducir la incertidumbre y el riesgo de un escenario negativo; sistematizará e integrará todas las actividades necesarias para determinar la factibilidad de la idea de negocio. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados obtenidos de la investigación; se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Es adecuado estructurar el plan de negocios precisando paso por paso las actividades que se van a realizar.

### **1.10.3.1. Elementos del plan de negocios**

#### **1.10.3.1.1. Investigación de mercado**

Según Kotler y Keller (2012) consiste en "El diseño, la recopilación, el análisis y el reporte de la información y los datos relevantes del mercado para una situación específica a la que se enfrenta la empresa" (p. 102).

Se investiga al mercado al que se va a dirigir el negocio determinando si es un mercado estable y próspero, quienes son los clientes potenciales, determinar las razones por las que los clientes potenciales requieren el servicio, definir una estrategia para llegar a nuestros clientes, obtener visión clara de la competencia actual y futura además de analizar el factor que diferenciará a la compañía de otros que oferten servicios similares.

#### **1.10.3.1.2. Microentorno de la empresa**



Según Kotler y Keller el microentorno consiste en “Las fuerzas cercanas a la empresa las cuales aumentan su capacidad para servir a sus clientes: la empresa, proveedores, empresas de canal de marketing, mercados de clientes, competidores y públicos” (p. 67).

- **Empresa:** El microentorno de la empresa lo conforman todos los departamentos de la organización desde la alta gerencia hasta el departamento de operaciones, los cuales deben trabajar en conjunto en los planes y estrategias diseñados por la alta gerencia.
- **Proveedores:** Son aquellas empresas que proporcionan recursos a la empresa para producir los bienes y servicios.
- **Intermediarios de mercadotecnia:** Empresas que ayudan a la promoción, distribución y venta de los bienes y servicios de la organización hacia un público objetivo.
- **Clientes:** Se debe realizar un estudio de las oportunidades y amenazas de los diferentes mercados de clientes a los que se dirige el plan de negocio, cada uno de ellos tendrá características especiales que exigirán un cuidadoso análisis del vendedor.
- **Competidores:** Los servicios de la competencia y su comunicación influyen directamente en la demanda del plan de negocio, por esta razón es necesario implementar estrategias de fidelización de clientes, basadas en la calidad de servicio, productos e infraestructura

#### 1.10.3.1.3. Macroentorno de la empresa

Según Kotler y Armstrong (2013) el macroentorno consiste en “Fuerzas generales que afectan a los participantes del microentorno” (p. 70).

- **Entorno demográfico:** El entorno demográfico es “el estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos” (Kotler y Armstrong, p. 70).

- **Entorno económico:** Incluye los factores financieros que influyen en el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores, para realizar el análisis económico es importante conocer los niveles y distribución de los ingresos de la población.
- **Entorno cultural:** Entorno formado por instituciones y otras fuerzas que intervienen en los valores, percepciones, preferencias y conductas de la sociedad.
- **Entorno natural:** El entorno natural toma en cuenta la sensibilización medioambiental de la población y los intereses y tendencias de la población mundial para preservar el medio ambiente.
- **Entorno tecnológico:** Enfoque en las nuevas tecnologías que están cambiando al mercado y la forma como influye en las empresas generando nuevas oportunidades de crecimiento.

Es importante analizar cada uno de estos factores para determinar las restricciones y beneficios que tiene la empresa para aprovecharlos en su beneficio y lograr un crecimiento.

#### **1.10.3.1.4. Análisis FODA**

FODA sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar las oportunidades y amenazas del mercado y fortalezas y debilidades del producto/ servicio. Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de su negocio y el entorno en el cual éste compite, muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis FODA, serán de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercadeo que se implementen.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito del negocio, debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

#### **1.10.3.1.5. Análisis estratégico del negocio (estrategia corporativa)**

La planeación estratégica se constituye en una función básica de la dirección de la comunicación en las organizaciones con sus públicos y con la opinión pública, en tanto de acto de pensamiento, ya que es un proceso racional, lógico y político que supone llevar a cabo estudios, planearse preguntas, definir diagnósticos, tomar decisiones, establecer objetivos a lograr, disponer recursos e implementar acciones (Matilla, 2011, p.52).

La estrategia corporativa es el pilar fundamental para la empresa debido a que se especifica el camino a seguir guiados por los objetivos de la empresa que deben ser sencillos y alcanzables que maximicen el valor total del negocio para los propietarios y accionistas, analizar tanto el ambiente interno y diseñar una estructura organizativa

#### **1.10.3.1.6. Estrategia comercial**

Se describirá la estrategia de marketing que definirá como se van a conseguir los objetivos comerciales de la empresa de servicio, es importante seleccionar el público a los que se va a dirigir, definir el posicionamiento de marca que se desea conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el mix de marketing (producto, precio, plaza, promoción, presentación, personal y evidencia física del servicio) para llegar al cliente y permanecer en el mercado.

Las compañías que han sido exitosas en entregar una calidad del servicio consistentemente alta son notables por establecer estándares formales para guiar a los empleados en proporcionar el servicio. Estas compañías tienen un sentido preciso de lo bien que están desempeñando el servicio, lo que es muy importante para sus clientes, cuánto les toma llevar a cabo las transacciones, con cuánta frecuencia falla el servicio, qué tan rápido resuelven las quejas del cliente y cuánto se esfuerzan en mejorar al definir metas que los llevan a cumplir o exceder las expectativas del cliente (Zeithaml, Bitner, Gremler, 2009, p. 286).

Definir una estrategia para generar ventas efectivas, además se diseña para alcanzar los objetivos de venta, suele incluir los objetivos de cada vendedor, el material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, semana o mes, el presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, el tiempo a dedicar a cada servicio, la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del servicio), se efectúa la descripción del ciclo de ventas, política de fijación de precios y descuentos, métodos y canales de distribución.

#### **1.10.3.1.7. Mezcla de marketing**

Para la empresa es importante incluir estrategias basadas en las cuatro variables de marketing conocidas como “cuatro P”. Según Siveria (2008), es un “conjunto de factores que influyen en los consumidores al decidir la compra, recompra o rechazo de un bien o servicio” (p.16). Consiste en todas las acciones que la empresa es capaz de hacer para intervenir en la demanda del producto o servicio, las cuales se describen a continuación:

- **Producto:** Combinación de bienes o servicios que la empresa le ofrece al mercado.
- **Precio:** Valor monetario que se le asignará a determinado producto o servicio y que los clientes tendrán que pagar para obtenerlo.
- **Plaza:** Actividades de la compañía que hacen que el producto esté a disposición del cliente.
- **Promoción:** Actividades que realiza la empresa para comunicar las ventajas del producto o servicio al mercado meta y que los persuade para que lo compren.

#### **1.10.3.1.8. Evaluación del proyecto**

Es el factor decisivo para llevar a cabo o no el plan de negocios ya que está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto, según Barreno (2007) el objetivo de la evaluación de proyectos es “Establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar recursos generalmente escasos a una inversión específica” (p.117).

El plan de negocios, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa. Al ser el giro del negocio cuidado a domicilio de adultos mayores se describen varias características de este segmento de población y que serán importantes para la presentación del proyecto.

#### **1.10.4. Adultos mayores**

Los adultos mayores comprendidos entre los 65 años en adelante, presentan un desgaste en su capacidad y sus funciones físicas que los vuelve más vulnerables a las enfermedades y condiciones propias de la edad, por su condición enfrentan la necesidad de depender de alguien para realizar sus actividades diarias.

Según Lluch y Napolez (2011) "La relación entre cuidador y adulto mayor exige una preparación física, mental, emocional, espiritual y social debido al trabajo agotador que representa, pues mantienen un estado de alerta constante, comunicación permanente y agilidad para resolver diversas situaciones que envuelven al adulto mayor" (p.20).

Los adultos mayores pueden ser clasificados por grado de dependencia y de ello depende los cuidados que deben ser proporcionados por el cuidador.

El Ministerio de Salud Pública (2011) detalla que:

Una persona es dependiente cuando presenta una pérdida más o menos importante para valerse por sí mismo (autonomía), necesitando de la ayuda de otras personas para poder desenvolverse y realizar las actividades básicas de la vida diaria: bañarse, vestirse, usar el inodoro, movilizarse (entrar y salir de la cama) y alimentarse; y las actividades instrumentales de la vida diaria (AIVD) como: uso del transporte, ir de compras, uso del teléfono, control de los medicamentos y la capacidad para realizar las tareas cotidianas y otras actividades relacionadas con hábitos y costumbres (p.36).

#### **1.10.4.1. Clasificación de los adultos mayores por nivel de dependencia**

**Grado I Dependencia leve:** El adulto mayor necesita ayuda para realizar varias actividades de la vida diaria, como mínimo una vez al día. Requiere ayuda para su autonomía personal en actividades como:

- Cortar los alimentos
- Ayuda a movilizarse
- Aseo personal
- Ponerse la ropa
- Amarrarse los zapatos

**Grado II Dependencia moderada:** El adulto mayor requiere ayuda para realizar varias actividades de la vida diaria dos o tres veces al día, pero no requiere apoyo permanente de un cuidador.

**Grado III Dependencia severa:** El adulto mayor necesita ayuda para realizar gran parte de las actividades básicas de la vida diaria debido a su pérdida total de autonomía física o mental. En este grado de dependencia la persona requiere atención personalizada por parte de sus cuidadores y ellos deben tener conocimiento para un correcto cuidado y atención para ayudarlo a recuperar su independencia si es posible y en caso de no ser así ayudarlo a mantener sus capacidades evitando el deterioro y dependencia total.

Según datos tomados del INEC, el 69% de los adultos mayores han requerido atención médica los últimos 4 meses, mayoritariamente utilizan hospitales, sub centros de salud y consultorios particulares. El 28% de los casos son ellos mismos los que se pagan los gastos de la consulta médica, mientras que en un 21% los paga el hijo o hija. Las enfermedades más comunes en el área urbana son: osteoporosis (19%), diabetes (13%), problemas del corazón (13%) y enfermedades pulmonares (8%), estos datos dan una pauta de que los servicios concernientes al cuidado de la salud del adulto mayor son necesarios ya que se requerirán servicios especializados en su salud.

El plan de titulación ha definido la idea de crear una empresa de servicios domiciliarios de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores por ello es importante describir algunas características que debe tener la atención domiciliaria para adultos mayores.

#### **1.10.4.2. Atención domiciliaria de adultos mayores**

Es la atención personalizada de un adulto mayor en su propio domicilio por mantener poca movilidad hacia otros lugares. Según MIES (2012) “Es una modalidad de atención personalizada, que tiene como objetivo el mantenimiento de la autonomía de la persona adulta mayor, la integración familiar y social, el fortalecimiento de las actividades de la vida diaria y el fomento de la participación en conexión con redes de apoyo más amplias” (p.6).

La familia requerirá durante esta etapa de vida de la persona la mayor cantidad de recursos económicos por concepto de enfermedades, terapias o discapacidades que sufra, además de requerir de medicamentos, consultas, transporte, alimentación especial adaptación física de la vivienda, etc. Si la familia no tiene apoyo deberá recurrir a buscar otras alternativas como enviarlo a un centro de cuidado, de esta forma terceras personas se harán cargo de dichos cuidados generando en el adulto mayor un sentimiento de abandono.

La atención domiciliaria proporciona al adulto mayor la estabilidad dentro de su hogar con el apoyo de profesionales que realizarán los mismos cuidados que se brindan en una institución para adultos mayores pero sin alejarlo de su zona de confort y de su familia evitando con ello el maltrato físico, psicológico, pérdida total de autonomía y conducirlo a una dependencia grave. Con estos antecedentes se pretende minimizar el deterioro en la salud del adulto mayor y ha generado varios modelos de atención domiciliaria.

## **CAPITULO 2**

### **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. Metodología general**

El siguiente capítulo determina aquellos métodos de investigación que ayudan a resolver el problema; el método de investigación elegido debe ser una guía que marque el camino para llevar a cabo la investigación y de esta depende la forma de organizar las distintas actividades que se realizarán en la parte práctica de la investigación.

##### **2.1.1. Nivel de estudio**

###### **2.1.1.1. Estudios exploratorios y descriptivos**

El tipo de investigación utilizada es exploratoria ya que permite familiarizarse con el problema que ha sido poco estudiado, ayuda a definir el problema de investigación, establecer hipótesis y recolectar información acerca del mercado objetivo. La investigación descriptiva permite detallar y analizar la información obtenida en la investigación de campo sobre comportamientos, motivaciones de compra y características del mercado objetivo.

##### **2.1.2. Modalidad de investigación**

###### **2.1.2.1. Modalidad documental**

Se utiliza para ampliar y profundizar el conocimiento mediante investigación en fuentes secundarias como libros, artículos, revistas, periódicos, etc. acerca de datos que proporcionen información útil para resolver el problema de investigación.

###### **2.1.2.2. Modalidad de campo**

La modalidad de campo permite obtener información verídica directamente del mercado meta mediante la utilización del instrumento de investigación establecido que es la encuesta.



### **2.1.3. Método de investigación**

#### **2.1.3.1. Inductivo**

El método inductivo permite analizar la situación actual del mercado objetivo mediante resultados obtenidos en la investigación de campo y determinar si el consumidor está dispuesto o no a adquirir el servicio propuesto.

#### **2.1.3.2. Analítico**

Se utiliza en el análisis de la información obtenida, evaluando los datos para complementarlos en el desarrollo del proyecto.

#### **2.1.3.3. Síntesis**

El método permite generar estrategias, formular conclusiones y recomendaciones sobre la ejecución del proyecto.

### **2.1.4. Población a investigar**

La población a investigar son familias conformadas por hombres y mujeres comprendidos en las edades de 25 a 50 años de la población urbana del Distrito Metropolitano de Quito de nivel socioeconómico medio típico, medio alto y alto, que tengan a su cargo adultos mayores de entre 65 años en adelante. Esta información se obtendrá del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos).

El total de población urbana del Distrito Metropolitano de Quito para el año 2016 es de 1 974 472 personas. En promedio cada familia está compuesta de 3.78 personas en total existen 522 347 familias de las cuales el 36% pertenecen al nivel socio económico medio típico, medio alto y alto, dando como resultado 188 045 familias las cuáles se encuestará tomando en cuenta los lugares de afluencia de dichas familias y que vivan o sean responsables directos de un adulto mayor.

### 2.1.5. Tamaño de la muestra

La fórmula que se utiliza para calcular la muestra es:

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

**Donde:**

**n=** Tamaño de la muestra

**z=** Nivel de confianza 95% (1.96)

**p=** Probabilidad de ocurrencia (0.5)

**q=** Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

**N=** Población

**e=** Error de muestreo 5%

$$n = \frac{(188\ 045) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 (188\ 045 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

**n = 383 encuestas**

### 2.1.6. Tipo de muestreo

El muestreo que se utiliza para la recolección de información es no probabilístico por conveniencia debido a que no todos los individuos pueden participar en la investigación y se ha seleccionado en base a la conveniencia del investigador.

### 2.1.7. Técnica para recopilar datos

El instrumento para recopilar la información utilizada en la presente investigación es la encuesta que es estructurada en función de los requerimientos del investigador, ver anexo A. Se realizarán encuestas personales a habitantes del Distrito Metropolitano de Quito en sectores del sur, centro y norte que vivan con adultos mayores o sean responsables directos de los mismos, para ello se visita lugares de afluencia de personas con adultos mayores como Hospital Metropolitano (norte), Hospital Militar (centro norte), Parque Bicentenario (norte) y Parque las Cuadras (sur).

### **2.1.8. Procesamiento de datos**

Para el procesamiento de los datos obtenidos en la presente investigación se utiliza el programa SPSS.

## **2.2. Metodología específica**

El plan de titulación debe tener descrita la metodología específica para la creación de la empresa de servicios de adultos mayores ya que con ello se determina la factibilidad del proyecto; por ello, se describen el procedimiento a seguir para la concreción del objetivo.

### **2.2.1. Metodología de mercadeo**

El estudio de mercado es la primera prueba de viabilidad para ejecutar el plan de negocios, se realiza con el fin de evaluar el número de consumidores y el nivel de consumo que tendría el mercado hacía el servicio a domicilio de adultos mayores propuesto; es importante ya que de esta evaluación dependerán los demás componentes del proyecto como el funcionamiento de la empresa y la posibilidad de que genere utilidades.

#### **2.2.1.1. Demanda del servicio**

Para realizar el cálculo de la demanda se empieza con el método de investigación de mercados que permite levantar información relevante para el proyecto, se debe identificar el mercado objetivo para poder determinar el tamaño óptimo de la muestra y mediante la investigación de campo aplicar encuestas a personas que serán elegidas en base a los limitantes del investigador. La información recolectada permite conocer las preferencias que tienen los consumidores por adquirir el servicio, sus motivaciones y determinar la cantidad de posibles clientes que esten dispuestos a contratar y pagar.

La demanda identificada en la investigación de mercados será combinada con información secundaria estadística tomada del INEC acerca del número de adultos

mayores existentes en la ciudad de Quito pertenecientes a un nivel económico medio, medio alto y alto, el análisis de la demanda histórica junto con la cuantificación de la demanda actual servirá para determinar el volumen de la demanda futura del servicio.

Para proyectar la demanda al año 10 se utilizará el método de proyección por la fórmula del monto que toma como base la tendencia histórica, la fórmula del monto que se utilizará es:

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

Se debe obtener la tasa de crecimiento poblacional, luego en la fórmula del monto se reemplazan los valores obtenidos para proyectar al año deseado. Al aplicar este método se asume que los mismos factores que intervinieron en el pasado se mantendrán en el futuro.

#### **2.2.1.2. Estrategias del marketing mix**

Integrar estrategias del marketing mix a la empresa permite brindar conocimiento de la existencia de la misma al mercado objetivo con el fin de obtener más clientes y poder incrementar las ventas, para definir las estrategias adecuadas para llegar al público objetivo se toma como base la información obtenida de la investigación de mercados y también información secundaria acerca del estilo de vida, comportamiento de compra, tendencias y medios adecuados para comunicar el servicio, las estrategias de marketing se establecerán en función de servicio, precio, plaza y promoción.

#### **2.2.1.3. Descripción del servicio**

Se describe de manera más detallada el servicio que se va a vender, señalando los enfoques específicos del mismo, determinando los aspectos innovadores y tecnología asociada para una entrega eficiente y eficaz del servicio así como los factores fundamentales de diferenciación para que la idea de negocio tenga aceptación en el mercado y además pueda ser adquirida antes que la competencia.

## **2.2.2. Metodología para el estudio técnico**

El estudio técnico ayuda a fijar el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero de la empresa de servicios, la localización más adecuada donde se desempeñará el servicio, el proceso productivo y determinar el requerimiento de maquinarias y equipos para lograr eficiencia en la entrega del servicio.

### **2.2.2.1. Tamaño del proyecto**

Se analiza el tamaño del proyecto en base a la capacidad real del proyecto tomando en cuenta criterios desde el punto de vista físico de la empresa es decir desde su capacidad de producción del servicio permitiendo cubrir la demanda presente como la futura, esto involucra los siguientes factores: la demanda que se calcula de los resultados obtenidos en el estudio de mercado tomando en cuenta que el proyecto puede cubrir solamente el 10% de su capacidad instalada; la tecnología y equipos para la atención domiciliaria de adultos mayores que son necesarios para que el personal pueda cumplir con su trabajo, se debe equipar al personal con insumos médicos y además equipar a la empresa con equipos de oficina debido a que se necesita de un lugar específico para receptor pedidos de los clientes y el manejo de la parte administrativa; proveedores para la adquisición de insumos los cuales se deben evaluar en base al costo de venta de los insumos, la calidad de los productos que el proveedor facilita y la disponibilidad para obtener los insumos en un tiempo definido, es importante encontrar proveedores nacionales para disminuir costos y tiempo en la adquisición de materia prima e insumos y el financiamiento que debe cumplir con la disponibilidad de recursos propios o de terceros para poder determinar si la inversión es recuperable y si además se podrá cubrir los compromisos con terceros.

### **2.2.2.3. Localización**

La macro localización del proyecto se llevará a cabo en Ecuador, provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitana de Quito. Para la micro localización más adecuada del proyecto se utilizará la matriz cualitativa por puntos para determinar el lugar óptimo de localización del edificio matriz de recepción de pedidos de la empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores para la cual se analiza

diversos factores como demanda, transporte, disponibilidad de insumos, disponibilidad de mano de obra, cercanía del mercado y estructura impositiva legal, luego se asigna un peso específico a cada uno de ellos dependiendo de la importancia. Se califica de acuerdo a una escala predeterminada del 0 al 10, la localización más adecuada es aquella con el puntaje ponderado mayor.

#### **2.2.2.4. Infraestructura**

La infraestructura del establecimiento de recepción de pedidos y funcionamiento de la parte administrativa de la empresa se evalúa en función del tamaño del proyecto, debido a que es un servicio a domicilio no se necesita de instalaciones muy grandes, sino de una instalación en la cual pueda funcionar una oficina administrativa, personal de recepción de pedidos y bodega para insumos. La adquisición de una oficina es importante debido a que es un negocio con proyección en el tiempo y es conveniente adquirir una oficina para no tener que arrendar un establecimiento.

#### **2.2.2.5. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto ayuda en la planificación de la instalación y funcionamiento de la empresa la cual se determina dependiendo de la demanda del proceso de desarrollo del servicio, se determinará mediante la elaboración de un diagrama de flujo que describa de manera clara la forma en que se llevará a cabo el servicio, la tecnología que se deba aplicar para eficiencia y eficacia en la entrega del servicio, adquisición de equipos y distribución óptima de la planta tanto en los exteriores e interiores de la empresa y el personal que entrega el servicio.

#### **2.2.3. Metodología legal y organizacional**

Mediante la investigación en fuentes secundarias y consulta en entidades como la Superintendencia de Compañías y la Cámara de Comercio de Quito se describe los requisitos legales que se debe cumplir la empresa para constituir la en legalmente en el

país, se debe establecer la constitución legal, razón social, número de socios, capital para suscribir la compañía y la forma de constitución.

Luego de describir los requisitos legales se procede a determinar aquellos elementos que forman parte de la estrategia corporativa como la misión, visión, objetivos empresariales, posicionamiento, valores corporativos y la imagen corporativa que tendrá la empresa, además se debe establecer el organigrama estructural de acuerdo a la jerarquía que tendrá el personal de la empresa y describiendo las diferentes funciones que cumplirá el equipo de trabajo para que la empresa pueda funcionar de manera adecuada.

### **2.2.3. Metodología financiera**

El estudio financiero es indispensable para determinar la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto mediante el análisis de los costos y gastos generados, determinando si el proyecto es financieramente rentable y sostenible a largo plazo.

#### **2.2.3.1. Inversiones del proyecto**

Se describe todos los recursos para el funcionamiento de la empresa y el valor monetario que se requerirá invertir para adquirir dichos insumos. Dentro de la inversión se registran los siguientes grupos: activos fijos tangibles como edificaciones, maquinaria y equipos, equipos de computo, muebles y enseres, estos activos son importantes para el funcionamiento de la empresa y tienen una vida útil de más de un año, se deterioran con el tiempo como consecuencia de su utilización; los activos fijos intangibles que comprenden activos sujetos a amortización y se realizan por los activos constituidos por los servicios para la puesta en marcha del proyecto como los gastos de constitución, publicación, honorarios y tasas notariales y por último el capital de trabajo que lo integra los recursos necesarios en forma de activos corrientes que se debe disponer para la operación del proyecto hasta que la empresa genere sus propios ingresos y pueda cubrir los gastos de operación.

### **2.2.3.2. Presupuesto de costos**

Se realiza en función de los requerimientos de la empresa de servicios; permite la planeación a futuro de las operaciones de costos e ingresos determinando cuanto va a costar producir lo planificado y cuál será la cantidad de ingresos que se recibirá.

### **2.2.3.3. Costos e ingresos del proyecto**

En el proyecto se toman en cuenta los costos de producción necesarios para el funcionamiento de la empresa, dentro de ellos se registran los siguientes costos directos de producción del servicio como materiales directos, mano de obra directa para el funcionamiento operativo de la empresa. Se registran los siguientes gastos indirectos de fabricación como mano de obra indirecta, útiles de aseo y seguridad, capacitaciones, mantenimiento y reparación, seguros y depreciaciones.

#### **2.2.3.3.1. Gastos de administración**

Se registran los gastos de administración como sueldos y salarios (ejecutivos, personal, auxiliar), útiles de oficina, gastos de movilización; gastos de marketing, útiles de oficina, gastos de servicios básicos y gasto de ventas como útiles de oficina, uniformes del personal, servicios básicos, materiales de limpieza. Lo gastos de ventas en los que se registrará los sueldos y salarios de los vendedores

#### **2.2.3.3.2. Gastos Financieros**

Registro de los gastos ocasionados por el financiamiento con recursos ajenos que procederán del préstamo bancario y los recursos propios que se disponen para invertir en el proyecto, estos valores se registran en un cuadro de fuentes y usos donde se define de donde provienen los recursos y que uso de les dará.



Para determinar el número de cuotas que se deben cancelar por el préstamo adquirido se realiza una tabla de amortización que ayuda a conocer el valor de los pagos periodicos e intereses que se genera.

#### **2.2.3.4. Proyección de costos**

La proyección de costos se realiza en función de los costos y gastos que genera el proyecto en un plazo de diez años, los costos variables se proyectan en función del crecimiento de las ventas y tomando la tasa de crecimiento poblacional que se estima que se incrementa años por años, los costos fijos, depreciaciones que se mantiene constantes así como los gastos administrativos y gastos de ventas en la cual se refleja el tiempo en que la empresa termina de cancelar sus deudas.

#### **2.2.3.5. Presupuesto de ingresos**

El proyecto se realiza en base a economías de escala ya que permite relacionar el tamaño del proyecto y sus costos, es decir la relación del costo medio de producción del servicio en razón del incremento de la escala de producción mediante la utilización óptima de los recursos cuando existe un mejor aprovechamiento del personal técnico y de mano de obra, mayor homogeneidad de los insumos, descuentos de los proveedores por los insumos, etc.

El presupuesto de ingresos se elabora a partir de los costos totales generados por el proyecto de la demanda estimada en el estudio de mercado, para determinar el costo unitario del servicio se obtiene dividiendo dichos costos totales sobre la proyección de la demanda del servicio obtenida en el estudio de mercado, sobre este valor se deberá fijar un precio para poder obtener los ingresos anuales. Se asigna el costo por servicio que se ha estimado con referencia a servicios similares y multiplicado por la proyección de la demanda se obtiene los ingresos anuales.

El proyecto se efectúa en base a economías de escala que significa la reducción del costo medio de producción en razón del incremento en la escala de producción

producido por la utilización óptima de los recursos, desde el punto de vista de los gastos financieros, la empresa puede tener mayor facilidad en la obtención de crédito y puede negociar en condiciones más favorables que el resto.

#### **2.2.3.4. Evaluación financiera**

En el plan de negocios se realiza una evaluación desde el punto de vista del inversionista privado desde la perspectiva financiera midiendo el nivel de utilidad que se obtiene y el riesgo que representa recursos económicos propios en la inversión elegida; la evaluación del proyecto buscará determinar el mayor o menor grado de estimación al asignar los escasos recursos de capital a determinada inversión.

Se realiza un estado de situación inicial que muestra la situación financiera de la empresa al inicio de las actividades operacionales en el cual deben constar las partidas correspondientes tanto en el activo, pasivo y patrimonio; estado de resultados el cual refleja el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto al final del período determinado.

##### **2.2.3.4.1. Valor residual**

El valor residual que indica el valor monetario que tendrán los activos fijos que todavía tienen vida útil después de varios años de operación cuyo cálculo es a través de la fórmula de valor contable.

#### **Fórmula:**

$$VR = \sum_{j=1}^n l_j - \left( \frac{l_j}{n_j} * d_j \right)$$

#### **Donde:**

**l<sub>j</sub>**= Valor inicial del activo (j)

**n<sub>j</sub>**= Número de años a depreciar el activo (j)

**d<sub>j</sub>**= Número de años ya depreciado del activo (j) al momento de la evaluación.

#### **2.2.3.4.2. Flujo de caja**

El flujo de caja se presenta como informe que permite medir la rentabilidad de las inversiones, la rentabilidad de los aportes propios y ajenos, cobro de facturas que sirven para medir la capacidad del pago en relación a los préstamos, muestra los ingresos y egresos de efectivo que tendrá la empresa durante un periodo determinado. Se debe incorporar información sobre depreciación, capital de trabajo, valor residual, utilidades y pérdidas, el flujo de caja muestra lo que realmente ingresa o sale de caja, si se elabora un flujo de caja solo para el inversionista se debe agregar el valor del préstamo en el año cero y restar el valor de pago de capital del préstamo desde el año que se comience a pagar.

#### **2.2.3.4.3. Costo de oportunidad**

Corresponde a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por el uso de recursos por renunciar al uso alternativo de esos recursos, el resultado de la evaluación financiera depende de la tasa de descuento. Para obtener el costo de oportunidad para el flujo de caja del inversionista se utiliza la fórmula de la tasa ponderada entre el costo de capital ajeno y el propio:

$C_o = (Tasa\ menor) (1-t) (\text{peso } \% \text{ de préstamo}) + (Tasa\ mayor) (\text{peso } \% \text{ recursos propios}) + (\% \text{ de riesgo})$

#### **2.2.3.5. Criterios de evaluación**

Los criterios de evaluación utilizados son el valor actual neto (VAN) que indica el valor presente de los flujos que genera el proyecto menos la inversión, se calcula sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica utilizando la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{FNC_t}{(1+i)^n} - I_0$$

**Donde:**

**FNC**= Beneficio neto del flujo de caja en el periodo t

**i**= costo de oportunidad

Criterio de la tasa interna de retorno (TIR) el cual indica el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá como premio a la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada, evalúa el proyecto en base a una tasa única de rendimiento por periodo donde los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = VAN_{tm} + (TM - tm) \left( \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right)$$

Periodo de recuperación de la inversión (PRI) que se utiliza para determinar el tiempo de recuperación de la inversión y determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, el cálculo se obtiene de la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el periodo en que esta sumatoria sea igual o superior a la inversión inicial.

#### **2.2.3.5.1. Punto de equilibrio**

Indica el nivel de producción o el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualaran a los ingresos totales, es decir el punto donde la empresa ni gana ni pierde; a partir del punto de equilibrio hacia arriba existen utilidades y hacia abajo se producen pérdidas.

#### **2.2.3.6. Índices financieros**

Los índices financieros se calculan para analizar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa, se obtendrá la rentabilidad sobre la inversión total (ROI) que mide la relación entre la utilidad obtenida y la inversión utilizada para obtener dicha ganancia; la rentabilidad sobre los recursos propios (ROE) que mide la capacidad que tiene la empresa para proporcionar un rendimiento dentro de la empresa y la rentabilidad sobre las ventas que mide la eficiencia que alcanzará la empresa durante sus operaciones.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1. Resultado según el objetivo 1**

Para la cuantificación del estudio de mercado empieza con la identificación del mercado objetivo siendo el universo el Distrito Metropolitano de Quito, de los cuales para determinar el mercado se tomó en cuenta las familias de estrato medio típico, medio alto y alto que son personas con capacidad de cubrir este servicio y que tengan a su cargo un adulto mayor.

Según datos tomados del INEC el total de población urbana del Distrito Metropolitano de Quito para el año 2016 es de 1 974 472 personas. En promedio cada familia está compuesta de 3.78 personas en total existen 522 347 familias a las cuales el 36% pertenecen al nivel socio económico medio típico, medio alto y alto, dando como resultado 188 045 familias las cuáles se encuestó tomando en cuenta los lugares de afluencia de dichas familias y que sean responsables de un adulto mayor.

Con esta información se procedió a obtener el tamaño óptimo de la muestra siendo de 383 encuestas que se aplicaron a personas que tengan a su cargo un adulto mayor en determinados sectores de la ciudad de Quito siendo Parque Bicentenario (norte), Hospital Metropolitano (norte), Hospital Militar (centro norte) y Hospital de los valles (valle de los chillos). Luego de obtener las respuestas de los encuestados se procede a tabular la información en el programa SPSS presentando a continuación el informe de resultados.

Se establecieron varios objetivos para obtener información efectiva del mercado meta, contribuye con la investigación debido a que con esta información se puede determinar las distintas estrategias de marketing.

### 3.1.1. Objetivos de la investigación de mercados

- Establecer la demanda potencial existente en la ciudad de Quito.
- Conocer las necesidades y deseos de los consumidores acerca este tipo de servicio.
- Determinar las principales características que posee el segmento de mercado de adultos mayores.
- Conocer la competencia existente en el mercado.
- Determinar los medios de comunicación adecuados para dar a conocer el servicio.
- Identificar las formas de pago de preferencia de los consumidores.

### 3.1.2. Tabulación de la encuesta

#### 3.1.2.1. Pregunta 1.- ¿Vive usted con un familiar que esté en la tercera edad (65 años en adelante) o es responsable directo del mismo?

Tabla 3.1. Responsable de un adulto mayor

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	364	95,0%
No	19	5,0%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: La Autora.

El 95% de los encuestados vive con un adulto mayor o es responsable directo y el 5% señalaron que no. Los encuestados que marcaban la respuesta “No” eran descartados debido a que no proporcionarían información efectiva a la investigación.

### 3.1.2.2. Pregunta 2.- ¿Qué parentesco tiene con el adulto mayor?

**Tabla 3.2. Parentesco con el adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Hijo/a	202	55,8%
Cónyuge	58	15,8%
Nieto/a	58	15,8%
Otro	46	12,6
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 55,8% de los encuestados que están a cargo o viven con el adulto mayor afirman ser hijo/a, el 15,8% indicaron ser cónyuge y nieto/a del adulto mayor. Los encuestados que marcaron la opción “Otro” que representa el 12.6% indicaron ser hermano/a, sobrino/a, yerno, nuera y amigo cercano del adulto mayor.

### 3.1.2.3. Pregunta 3.- ¿Actualmente el adulto mayor vive en casa con un familiar o en un centro de cuidado? Si su respuesta es centro de cuidado por favor conteste la pregunta número 4 y finalice la encuesta.

**Tabla 3.3. Lugar donde vive el adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Familiar	340	93,41%
Centro de cuidado	19	5,22%
Otro	5	1,37%
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 93,41% de los encuestados afirmaron que el adulto mayor vive en casa con un familiar en cambio el 5,22% aseguraron que el adulto mayor vive en un centro de cuidado, este porcentaje se descartó debido a que no proporcionaron información valedera para

investigación afirmando que ellos ya están pagando por un servicio en un centro de cuidado, el 1,37 mencionó que el adulto mayor vive en su hogar pero se encontraba a cargo de una empleada doméstica y de auxiliares de enfermería que desempeñan su trabajo de forma independiente o son recomendadas.

**3.1.2.4. Pregunta 4.- Marque con una X las razones por las que enviaría al adulto mayor a un centro de cuidado.**

**Tabla 3.4. Razones para enviar al adulto mayor a un centro de cuidado**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Atención especializada	103	28,4%
Cuidado por falta de tiempo	107	29,47%
Compartir con gente de la misma edad	65	17,89%
Otro	23	6,32%
Atención especializada y cuidado por falta de tiempo	38	10,53%
Compartir con gente de la misma edad y cuidado por falta de tiempo	15	4,21%
Atención especializada y compartir con gente de la misma edad	13	3,16%
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 29,47% de los encuestados aseguró que la principal razón por la que enviaría al adulto mayor a un centro de cuidado es por falta de tiempo que disponen los familiares para cuidar al adulto mayor en su hogar, el 28,4% indicó que otra de las razones por las que lo enviaría es por la atención especializada que se brindan estas instituciones y el 17,89% indicó que enviaría a su familiar para compartir con gente de la misma edad y que realicen actividades en forma de distracción. El 6,32% que marcaron la opción “Otro” indicaron que enviarían a su familiar a un centro de cuidado debido a que sienten que no están cuidándolos de manera correcta en sus hogares y que el personal de estas instituciones tiene experiencia y además programas de recreación para el adulto mayor,



realizan terapias para cualquier padecimiento que tenga el adulto mayor, ayudan a su familiar con su nutrición y porque poseen infraestructura adecuada para adultos mayores.

Cabe recalcar que los encuestados marcaron varias respuestas.

**3.1.2.5. Pregunta 5.- Marque con una X las razones por las que tiene al adulto mayor en casa con su familia y no en un centro de cuidado.**

**Tabla 3.5. Razones para no enviar al adulto mayor a un centro de cuidado**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Autosuficiente	27	7,8%
Apoyo de la familia	88	25,6%
Necesidad de compañía	77	22,2%
Vive en su propia casa	50	14,5%
Otro	11	3,3%
Apoyo de la familia y necesidad de compañía	31	8,9%
Vive en su propia casa y apoyo de la familia	27	7,8%
Autosuficiente y vive en su propia casa	8	2,2%
Apoyo de la familia y autosuficiente	15	4,4%
Necesidad de compañía y vive en su propia casa	11	3,3%
<b>Total</b>	<b>345</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

Los encuestados afirmaron que la principal razón por la que el adulto mayor vive en su casa con sus familiares es porque tienen apoyo de la familia con un total de 25,6%, otra de las principales razones es porque el adulto mayor necesita de compañía de su familia representando el 22,2%. El 14,5% corresponde a que el adulto mayor vive en su propia casa y el 7,8% indica que una de las razones es porque su familiar es autosuficiente. Los encuestados que marcaron la opción “Otro” que representa el 3,3% mencionaron que sienten que deben cuidar a su familiar de la misma forma como los cuidaron de niños, piensan que enviar a su familiar a un centro de cuidado es una forma de abandono, que el

personal que trabaja en los centros de cuidado tienen a su cargo muchos adultos mayores y no los cuidan de manera personalizada y por desconfianza del trato que recibirán en estas instituciones.

Cabe recalcar que los encuestados marcaron varias respuestas y que en esta pregunta solamente respondieron aquellos que en la pregunta No. 3 indicaron que tienen al adulto mayor viviendo en su hogar. Los encuestados que dijeron que tienen al adulto mayor en un centro de cuidado fueron descartados.

### 3.1.2.6. Pregunta 6.- ¿El adulto mayor tiene algún tipo de malestar, discapacidad o enfermedad?

**Tabla 3.6. Enfermedad del adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Si	280	81,1%
No	65	18,9%
<b>Total</b>	<b>345</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 81,1% de los encuestados afirma que su familiar posee algún tipo de discapacidad, malestar o enfermedad, en cambio el 18,9% indica que no. Dentro de la misma pregunta se consultó a los familiares que marcaron la respuesta “Si” el tipo de malestar, enfermedad o discapacidad que posee actualmente el adulto mayor para investigar cuales son las enfermedades más comunes de este grupo.

**Tabla 3.7 Tipo de enfermedad, discapacidad o malestar**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Ceguera	16	5,6%
Hipertensión	34	12%
Diabetes	23	8,3%
Derrame cerebral	11	4,1%
Invalidez	8	2,7%
Artritis	11	4,1%
Artrosis	8	2,7%
Alzheimer	11	4,1%
Parkinson	4	1,4%
Problemas respiratorios	23	8,2%
Fractura de cadera	11	4,1%
Demencia senil	19	6,8%
Osteoporosis	16	5,6%
Cáncer	11	4,1%
Incontinencia urinaria	16	5,6%
Accidente cerebro vascular	4	1,4%
Depresión	19	6,8%
Estrés	4	1,4%
Insuficiencia renal	19	6,8%
Hemiplejia	4	1,4%
Dolor lumbar	4	1,4%
Fibrosis pulmonar	4	1,4%
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

En el cuadro se describe varias de las enfermedades que los encuestados mencionaron que su familiar padecía, entre las enfermedades más comunes el porcentaje más alto es 12% que corresponde a hipertensión, seguido de problemas respiratorios y diabetes con el 8,3%. Un 6,8% de los encuestados indica que el adulto mayor sufre de enfermedades como demencia senil, depresión e insuficiencia renal.

**3.1.2.7. Pregunta 7.- Cuando el adulto mayor sufre de algún padecimiento o crisis ¿En qué lugar es atendido?**

**Tabla 3.8. Lugar donde el adulto mayor recibe atención médica**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Subcentro de salud	35	10,0%
Hospital	161	46,70%
Clínica privada	149	43,30%
<b>Total</b>	<b>345</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 46,7% de los encuestados aseguró que cuando su familiar sufre algún tipo de padecimiento es atendido en un hospital, el 43,70% mencionó que es atendido en una clínica privada y el 10% indicó que es atendido en un sub centro de salud.

**3.1.2.8. Pregunta 8.- ¿Cuál es el nivel de dependencia del adulto mayor en cuanto a las actividades de la vida diaria básicas?**

**Tabla 3.9. Nivel de dependencia del adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Dependencia severa	77	22,2%
Dependencia moderada	111	32,2%
Dependencia leve	96	27,8%
Autónomo	61	17,8%
<b>Total</b>	<b>345</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 32,2% de los encuestados indicaron que su familiar adulto mayor posee un nivel de dependencia moderada es decir puede realizar actividades básicas pero necesita apoyo de alguien para cumplirlas en su totalidad, el 27,8% posee dependencia leve es decir que la mayor parte del tiempo necesita supervisión cuando realiza sus actividades. El 22,2%

de los encuestados tiene un nivel de dependencia severa es decir que no puede realizar ninguna actividad por sí solo ya que necesita de ayuda y apoyo de su cuidador y el 17,8% asegura que el adulto mayor es autónomo.

**3.1.2.9. Pregunta 9.- ¿Actualmente el adulto mayor realiza algún tipo de terapia física o psicológica?**

**Tabla 3.10. Terapia física o psicológica del adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Si	110	38,9%
No	174	61,1%
<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 38,9% de los encuestados afirmó que el adulto mayor realizaba algún tipo de terapia; en cambio el 61,1% de encuestados aseguró que su familiar no lo hace.

A los encuestados que respondieron “Si” se les preguntó el tipo de terapia física que actualmente realiza el adulto mayor.

**Tabla 3.11. Tipo de terapia física o psicológica que realiza el adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Recreacional	31	28,18%
Rehabilitación física	29	26,36%
Diálisis	25	22,73%
Psicología	13	11,82%
Bailoterapia	12	10,91%
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 28,18% de encuestados mencionó que el tipo de terapia que realiza su familiar adulto mayor es recreacional 26,36% de personas que mencionaron que el adulto mayor realiza rehabilitación física. El 22,73% realiza diálisis y 11,82% realiza terapia psicológica y bailoterapia el 10,91%

Cabe mencionar que varios de los encuestados no sabían con exactitud el tipo de terapia que realizaba el adulto mayor por lo cual lo indicaron en forma general.

### 3.1.2.10. Pregunta No. 10 ¿Considera usted necesario la ayuda de personal de enfermería en su domicilio para cuidado del adulto mayor?

**Tabla 3.12. Importancia sobre el cuidado del adulto mayor**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Si	239	84,15%
No	45	15,85%
<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 84,15% de los encuestados afirmó que si es necesario que personal de enfermería acuda a su domicilio para cuidar del adulto mayor por tiempo determinado, en cambio el 15,85% considera que no es necesario.

**3.1.2.11. Pregunta 11.- ¿Si existiera una empresa que brinda servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal para adultos mayores estaría dispuesto a contratar y pagar?**

**Tabla 3.13. Disposición para adquirir el servicio**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Si	201	84,10%
No	38	15,90%
<b>Total</b>	<b>239</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 84,10% de los encuestados afirma que estaría dispuesto a contratar y pagar el servicio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores; en cambio el 15,90% indica que no contrataría este servicio. Entre las principales razones mencionadas fue por un precio alto del servicio, desconfianza del personal que acudirá a su domicilio, prefiere llevar a su familiar a un establecimiento particular, consideran que es un gasto innecesario ya que los mismos familiares pueden hacerse cargo del adulto mayor o porque el adulto mayor posee algún tipo de seguro médico.

**3.1.2.12. Pregunta 12.- Si contratara el servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores ¿Cuál sería su forma de pago?**

**Tabla 3.14. Formas de pago del servicio**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Efectivo	138	68,66%
Cheque	8	3,98%
Tarjeta de crédito	55	27,36%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 68,66% de encuestados que estarían dispuestos a contratar y pagar el servicio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores consideraron que pagarían en efectivo y el 27,36% dijeron que sería conveniente cancelar con tarjeta de crédito, el 3,98% consideraron que sería adecuado cancelar con cheque.



**3.1.2.13. Pregunta 13.- ¿Por qué medio le gustaría recibir más información de los servicios de la empresa de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores?**

**Tabla 3.15. Medios para comunicar el servicio**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Correo electrónico	38	18,90%
Redes sociales	56	27,86%
Página web	47	23,38%
Medios impresos (revistas, periódicos)	22	10,95%
Medios tradicionales (televisión, radio)	38	18,91%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

El 27,86% indicaron que desearían recibir más información a través de redes sociales seguido por el 23,38% que indicó que le gustaría obtener más información a través de la página web de la empresa. El 18,91% indicaron que desearía recibir más información por correo electrónico, el 18,90% indicó que el mejor medio de comunicación es a través de medios tradicionales como televisión o radio y el 10,95% dijeron que es mejor comunicar el servicio por medios impresos.

Al terminar con la tabulación de los resultados se procede a resolver el problema de investigación de acuerdo a los distintos objetivos planteados.

### **3.2. Demanda**

La cuantificación de la demanda es importante para determinar el total de clientes potenciales que el servicio de enfermería y cuidado temporal tendrá a futuro, para ello se tomarán datos obtenidos del INEC sobre la cantidad de familias con adultos mayores de nivel socioeconómico medio típico, medio alto y alto que existen actualmente en el Distrito Metropolitano de Quito y los datos obtenidos en la investigación de mercados tomando como referencia aquellos encuestados que estarían dispuestos a adquirir el servicio.

Según datos tomados del INEC el total de la población urbana del Distrito Metropolitano de Quito para el 2016 es de 1 974 472 personas, cada familia está compuesta en promedio por 3,78 personas en total existen 522 347 familias. El INEC indica además que el 9,2% de la población de Quito corresponde a adultos mayores en total existen 181 651 personas dando como resultado que en promedio existen 2,8 adultos mayores por familia y para determinar a las familias con adultos mayores que pertenecen al nivel socioeconómico medio, medio alto y alto se tomará el dato del INEC que indica que este segmento corresponde al 36% dando como resultado un mercado potencial de 65 394 familias que adquieran el servicio.

Con estos datos se procede a calcular la demanda que tendrá el servicio a domicilio de adultos mayores; de acuerdo a la investigación realizada según la pregunta número uno, el 95% de los encuestados vive o es responsable directo de un adulto mayor que representa a un total de 62 124 familias. En la pregunta número dos, el 94,7% indica que tiene al adulto mayor viviendo en casa con un familiar esto representa el 58 831 familias, de estas familias se ha tomado en cuenta a aquellas en las que su familiar adulto mayor tenga un nivel de dependencia, es decir que necesite de un cuidador para realizar sus actividades y según la pregunta No. 8 son el 82,2% que representa el 48 359 familias.

De acuerdo a la pregunta número diez, el 83,4% consideran que es necesario la ayuda de personal de enfermería en su domicilio para cuidado del adulto mayor esto representa al 40 331 familias y para determinar el mercado potencial del servicio se toma el dato de la pregunta número once de la encuesta en la que el 83,2% que representa a 33

556 familias que afirman estar dispuestas a contratar y pagar el servicio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores.

**Tabla 3.16. Resultados de demanda**

<b>Quito urbano</b>	1 974 472 habitantes
<b>Total de familias</b>	522 347 familias
<b>Adultos mayores (9,2%)</b>	181 651 adultos mayores
<b>Promedio de adultos mayores por familia</b>	2,8 adultos mayores por familia
<b>NSE Medio, medio alto y alto (36%)</b>	65 394 familias
<b>95% vive o es responsable directo de un adulto mayor.</b>	62 124 familias
<b>93,41% tiene al adulto mayor viviendo con su familia.</b>	58 030 familias
<b>82,2% tienen a su familiar con un nivel de dependencia.</b>	47 701 familias
<b>83,4 % consideran que es necesario la ayuda de personal de enfermería en su domicilio.</b>	40 140 familias
<b>83,2% estarían dispuestas a contratar y pagar por el servicio.</b>	33 758 familias

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** La Autora.

De este mercado potencial se tomará únicamente el 10% para el primer año de vida del proyecto debido a que solamente este estimado es el que la empresa puede cubrir, lo que significa que se tendrán un total de 3 376 clientes al año y nueve clientes por día los cuales pueden ser nuevos o recurrentes.

Para proyectar la demanda se utiliza el método de proyección por la fórmula del monto que toma como base la tendencia histórica, primero se determina la tasa de crecimiento (i) que es 0,0584% y en la fórmula del monto se reemplaza la tasa de

crecimiento junto con la demanda prevista y se proyecta hasta el año diez. Con este método se asume que los mismos factores que intervinieron en el pasado se mantendrán en el futuro.

$$C_{2017} = 2\,025 (1 + 0,0584)^1$$

$$C_{2017} = 2\,144$$

**Tabla 3.17. Proyección de la demanda**

<b>Años</b>	<b>Tasa anual de crecimiento %</b>	<b>Proyección de la demanda</b>
2016	0,0584	2 025
2017	0,0584	2 144
2018	0,0584	2 269
2019	0,0584	2 401
2020	0,0584	2 542
2021	0,0584	2 690
2022	0,0584	2 847
2023	0,0584	3 014
2024	0,0584	3 190
2025	0,0584	3 376

**Elaborado por:** La Autora.

### **3.2.3. Competencia directa**

La empresa que actualmente se encuentra en el mercado brindando un servicio similar es “Family Care” que brinda servicio a domicilio de enfermería y cuidado de adultos mayores a tiempo completo, medio tiempo y por turnos ocasionales, entre otros servicios como niñeras a domicilio, servicio de limpieza de los hogares y fisioterapia. Esta empresa tiene diez años en el mercado quiteño, sin embargo es una empresa poco conocida y esto se ve reflejado en el estudio de mercado ya que no fue mencionada por ninguno de los encuestados.

#### **3.2.3.1. Competencia indirecta**

Se considera competencia indirecta a los centros de cuidado del adulto mayor que brindan servicios de cuidado de exclusivo para adultos mayores, según la pregunta número tres el 5,3% de los encuestados utilizan actualmente el servicio que brindan estas instituciones.

Una de las razones principales por las que los familiares de los adultos mayores optan por contratar los servicios de un centro de cuidado los encuestados indicaron que es por atención especializada que brindan estos centros en el área de geriatría y además de atención médica reciben terapias, rehabilitación, controles en su alimentación y las instalaciones están adecuadas especialmente para ancianos, además los envían por cuidado temporal por falta de tiempo ya que los encuestados expresaron que tiene obligaciones y no pueden dedicar todo el tiempo al cuidado y compañía de su familiar de la tercera edad, además que en tiene cierto temor en no cuidar a su familiar de manera correcta y por último los encuestados expresaron que una de las razones para enviarlo a un centro de cuidado es porque desean que su familiar pueda compartir con gente de la misma edad realizando actividades lúdicas, recreativas y paseos acordes a su edad como medio de distracción.

Se ha considerado además como competencia indirecta a personas especializadas en el área de enfermería y auxiliares de enfermería que trabajan independientemente y ofrecen servicios profesionales de cuidado del adulto mayor a domicilio a través de plataformas virtuales.

#### **3.2.4. Mercado meta**

Se han determinado dos mercados debido a que el servicio es dirigido a adultos mayores pero los que contratarán y pagarán el servicio serán los familiares que son responsables directos.

#### **3.2.4.1. Mercado meta de adultos mayores**

El mercado meta de la empresa de servicios serán adultos mayores (65 años en adelante), género masculino o femenino que vivan en la ciudad de Quito de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto que tengan algún tipo de malestar, enfermedad o discapacidad y algún nivel de dependencia, es decir que requieran ayuda para realizar sus actividades de la vida diaria o necesiten algún tipo de cuidado geriátrico.

Este segmento tiene poder adquisitivo que es manejado por la persona que esté a su cargo, son profesionales con un nivel de instrucción superior, cuentan con un seguro de vida y están afiliado al IESS, ISSFA o ISSPOL, fueron jefes de hogar y ahora se encuentran bajo la responsabilidad de un familiar que en la mayoría de los casos es hijo/a, cónyuge, nieto/a o sobrino/a.

#### **3.2.4.2. Mercado meta de familias**

El mercado meta de familias está constituida por hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 27 y 50 años, viven en la ciudad de Quito de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto y que sean responsables directos de una adulto mayor (65 años en adelante).

Se procede a realizar un análisis del ambiente externo que afecta directamente a la empresa y que muestra el panorama actual y a futuro que deberá enfrentar la empresa cuando inicie sus operaciones.

### **3.2.5. Análisis externo**

#### **3.2.5.1. Ambiente económico**

Actualmente el Ecuador está atravesando una situación económica difícil debido a las reformas impuestas por el actual régimen y por situaciones internacionales como la caída del precio del petróleo que influye directamente en la balanza comercial del país.

Estos factores han afectado a las personas que han tenido que priorizar sus gastos para poder ajustar de manera óptima su presupuesto mensual al adquirir bienes y servicios; además de las personas, las empresas se han visto obligadas a tomar medidas extremas como incremento en los precios de sus productos o servicios para poder cubrir sus gastos.

Según datos tomados del INEC sobre los principales gastos que tienen los ecuatorianos, el 7,3% invierten en servicios de salud representando un gasto mínimo a comparación de otros gastos, esto quiere decir que las personas que vayan a adquirir el servicio propuesto cuentan con los recursos necesarios y por ello la empresa ha tomado como mercado objetivo a las familias con adultos mayores de nivel medio, medio alto y alto que representan el 36% del total de población.

### **Características del segmento socioeconómico medio, medio alto y alto según INEC**

**Nivel A:** En el estrato A (Alto) se encuentra el 1,9% de la población, todos los hogares disponen de servicio telefónico convencional, el 99% cuentan con servicio de internet contando con computadora de escritorio y portátil, además en promedio estas familias disponen de cuatro celulares; los hogares de este nivel utilizan internet, el 99% utiliza correo electrónico personal y el 92% utiliza alguna red social. Los jefes de hogar tienen un nivel de instrucción superior y tienen altos cargos, el 79% cuenta con seguro de salud privada y el 95% el 95% está afiliado al seguro del IESS, ISSFA o ISSPOL.

**Nivel B:** Representa el 11,3% de la población, el 97% dispone de servicio de teléfono convencional, el 81% cuenta con servicio de internet y computadora portátil y de escritorio, además en promedio disponen de tres celulares. El 98% de estos hogares utiliza internet, el 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal y el 76% utiliza alguna red social; el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción superior, el 92% está cubierto por el seguro del IESS, ISSFA o ISSPOL y el 47% tiene seguro de salud privada.

**Nivel C+:** Este estrato representa el 22,8% de la población, el 83% de estos hogares dispone de servicio de teléfono convencional, el 39% cuenta con servicio de internet contando el 62% con computadora de escritorio y el 21% con computador portátil

además en promedio disponen de dos celulares. El 90% de los hogares utiliza internet, el 77% utiliza correo electrónico personal y el 63% utiliza alguna red social, el jefe del hogar tiene instrucción secundaria completa, afiliados el 77% con seguro del IESS, ISSFA o ISSPOL y el 20% con seguro privado.

### **3.2.5.2. Ambiente demográfico**

Quito es una de las ciudades más grande del Ecuador actualmente cuenta con un total de 1 974 472 personas, según el INEC: “El 9,2% de la población corresponde a adultos mayores”. Generando un total de 181 651 personas adultas mayores que serían posibles clientes de la empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores.

### **3.2.5.3. Ambiente tecnológico**

Los últimos años la tecnología ha ido creciendo e integrándose a la cotidianidad de las personas, convirtiéndose en una herramienta fundamental para el desarrollo de las empresas y cambiando la tendencia de comunicación entre las personas. Actualmente las personas han reemplazado los medios de comunicación tradicionales por nuevas tecnologías que ofrecen varias opciones para mantener a las personas entretenidas, comunicadas e informadas proporcionándoles facilidad en el manejo de información de interés.

Las empresas deben cambiar de mentalidad, olvidar lo tradicional y adaptarse a las nuevas tendencias para poder subsistir, la empresa debe implementar estas nuevas tecnologías ayuda brindando que servirán para manejar información interna y externa de la empresa proporcionando comunicación eficaz a todos los departamentos y además comunicación efectiva con el mercado objetivo y los posibles nuevos clientes generando nuevas oportunidades.



#### **3.2.5.4. Ambiente cultural**

La cultura ecuatoriana y especialmente el mercado quiteño sigue manteniendo el tradicionalismo dentro de sus estándares culturales, la familia es su eje fundamental convirtiéndose en el elemento fundamental en las decisiones de compra, estas decisiones son más autónomas y la opinión de cada miembro familiar cuenta al momento de adquirir algún producto o servicio.

Cada familia compuesta generalmente por cuatro miembros tiene dentro de su núcleo un adulto mayor el cual se encuentra al cuidado de hijos, conyugues y nietos que viven con ellos y se encargan de su cuidado con el fin de no dejarlos desprotegidos, como se pudo evidenciar en la pregunta número cuatro una de las principales razones por las que las familias no enviarían al adulto mayor a un centro de cuidado es porque sienten que los abandonan y consideran que es mejor cuidarlos en sus hogares junto a su familia de la misma forma como los cuidaron de niños, por lo tanto brindarles un servicio de ayuda al cuidado de adultos mayores dentro de sus hogares hace que las personas se sientan tranquilas y seguras de dejar a su familiar al cuidado de un profesional.

#### **3.2.5.5. Ambiente legal/político**

Los cambios políticos han afectado de manera drástica el desenvolvimiento de las empresas dentro de nuestro país, las nuevas leyes y restricciones que ha implementado el actual gobierno han causado que las empresas deban ajustarse económicamente para que puedan subsistir en el país pero a pesar de estos cambios el gobierno actual ha transformado la ideología y ha tenido un enfoque social hacia mejorar la calidad de vida de los ciudadanos invirtiendo grandes cantidades de recursos especialmente en el sector salud y se han implementado planes específicos para integrar a los adultos mayores a la sociedad y para su atención y cuidado a través de varios servicios, a pesar de que el proyecto se está desarrollando en el sector privado se ajusta a la ideología del Buen Vivir del actual régimen.

Aunque el panorama no es muy claro con las elecciones del 2017 es importante estar preparados para enfrentar un cambio drástico en el Ecuador y adaptarse a las nuevas reformas y nuevos parámetros establecidos por el nuevo gobierno y continuar mejorando los estándares de calidad del servicio de la empresa para poder mantenerla en el mercado.

### **3.2.5.6. Ambiente natural**

La empresa al comunicar sus servicios a través de plataformas virtuales lo que desea es disminuir el uso de artículos físicos como impresión de manuales reduciendo la utilización de papel y evitando la contaminación influyendo en la conservación ambiente. De igual forma se utilizarán sistemas informáticos para uso administrativo con el cual el personal podrá guardar toda la información importante dentro de los mismos asegurándose de no malgastar recursos provenientes de la naturaleza y si lo hace procurar reutilizarlos.

### **3.2.6. Análisis FODA**

#### **3.2.6.1. Fortalezas**

- Selección de personal capacitado y con experiencia.
- Utilización de equipos especializados para atención domiciliaria.
- Disponibilidad de tecnología para brindar un servicio eficaz y ágil.
- Implementación de estándares de calidad que permitirán un buen desenvolvimiento del personal.
- Generación de una cultura empresarial enfocada en los objetivos de la empresa.
- Implementación de diversas estrategias para dar a conocer el servicio, generar más ventas e incrementar su participación en el mercado.
- Enfoque en la calidad del servicio, capacitación continua del personal.

#### **3.2.6.2. Debilidades**

- El servicio es nuevo y no es conocido en el mercado.
- Recursos económicos limitados.

- Personal que no logre cumplir con los estándares de calidad establecidos.

### **3.2.6.3. Oportunidades**

- Crecimiento del segmento de adultos mayores en los próximos años.
- Pocos oferentes de este modelo de negocio.
- El estilo de vida de las personas que comprenden el mercado objetivo es cada vez en más ocupado.
- La preferencia de los consumidores que optan por adquirir servicios a domicilios es creciente.
- Actualmente se está apoyando a proyectos de emprendimiento.
- Se ha creado una cultura que protege y ampara a los grupos vulnerables como son los niños, adolescentes y adultos mayores.
- Aceptación por parte del mercado a la idea del negocio ya que consideran que las casas hogar no son un lugar adecuado para la estancia de un familiar.
- Ampliar la cartera de negocio para interactuar con otros segmentos.

### **3.2.6.4. Amenazas**

- El mercado actualmente prioriza sus gastos y los disminuye para consumir únicamente lo necesario.
- El gasto en salud es relativamente bajo a comparación de la adquisición de otros productos o servicios.
- Según el estudio de mercado, algunas personas consideran que este es un servicio innecesario.
- Políticas de gobierno que afectan directamente al mercado como crisis económica y despidos masivos.
- Nuevos proyectos que mantiene el gobierno para incluir a los adultos mayores y la inversión actual para generar nuevos centros geriátricos.
- Mejoras en los servicios de salud pública.

### 3.2.7. Estrategias del marketing mix

#### 3.2.7.1. Producto

##### 3.2.7.1.1. Nombre de la empresa

La empresa va a ser registrada bajo la razón social Harmony Cia. Ltda.

#### Figura 3.1. Marca



Elaborado por: La Autora.

La marca está compuesta por un isotipo referente a una casa y dentro de la misma la silueta de dos personas que notablemente una es mucho más pequeña y encorvada que está apoyada por la de menor tamaño y la unión de los mismos forma un corazón que hace referencia al servicio que “Harmony” brinda.

El logotipo es el nombre de la empresa creada “Harmony” formada con una tipografía amigable y porcentualmente redondeada.

##### 3.2.7.1.2. Composición

Se detalla a continuación los elementos que conforman la marca.

- **Imagotipo:** Combinación de una imagen y texto, son funcionales por separado.
- **Isotipo:** Parte simbólica de la marca, la marca se reconoce sin el texto.
- **Logotipo:** Logo=Palabra, la marca se identifica por el texto.

**Figura 3.2. Composición marca**

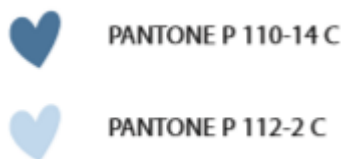


### 3.2.7.1.3. Cromática

Un pantone es la identificación de los colores para impresión, por medio de códigos determinados, para que de esta manera no exista variación de colores en el lugar de imprenta de los mismos.

La selección de esta cromática se la hizo partiendo de la psicología del color, el azul es un color tranquilizante, entre su significado sobresale la lealtad, inteligencia y confianza. Se usa dos tonos de azul, el primero es más oscuro cuyo significado es la integridad y seriedad, mientras que el azul claro denota generosidad, salud, curación, frescura y tranquilidad.

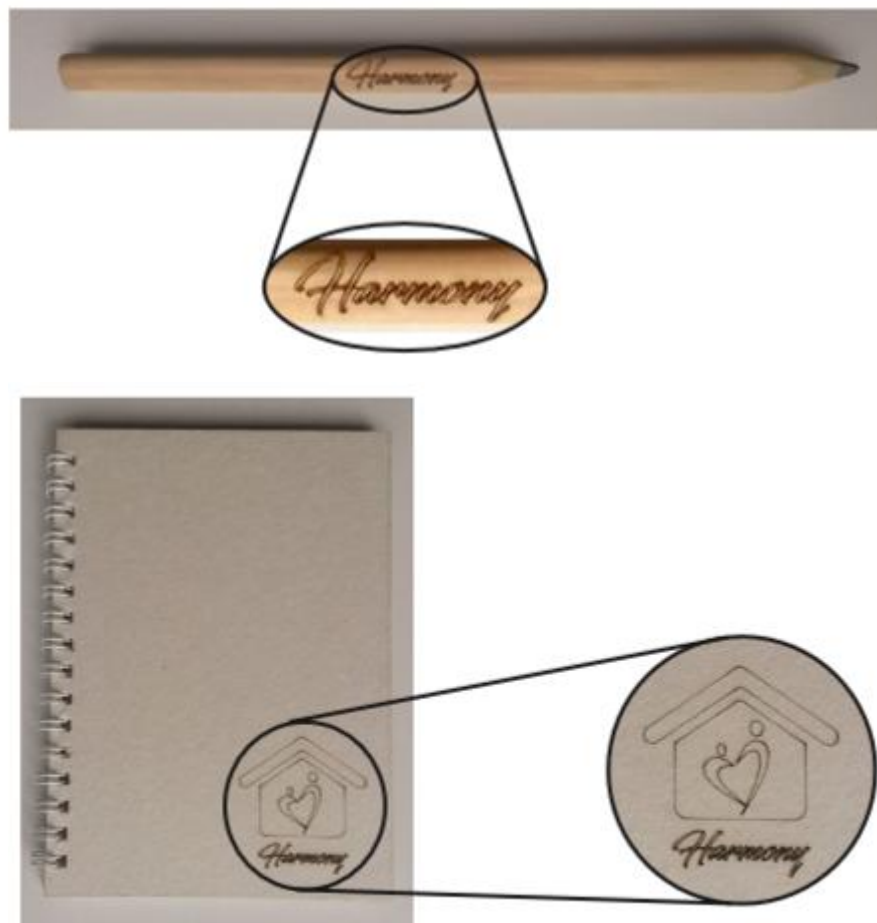
**Figura 3.3. Cromática**



#### 3.2.7.1.4. Aplicaciones

La marca de la empresa se utilizará en diversas actividades de comunicación de la empresa tanto en publicidad y en material POP.

**Figura 3.4. Aplicaciones**



#### 3.2.7.1.5. Posicionamiento

El tipo de posicionamiento de la empresa será por atributos/beneficios porque se enfatizará en la calidad de la entrega del servicio al momento de interactuar con los adultos mayores y sus familiares.

El slogan que se utilizará es: “Harmony: una mano amiga en tu hogar”

#### **3.2.7.1.8. Descripción del servicio**

La idea para la empresa de servicio se genera debido a que no existen establecimientos que brinden un servicio personalizado para adultos mayores donde se apoye a los cuidadores en actividades de la vida diaria y ayuda para mejorar su estado tanto físico como emocional, con ello se quiere ofrecer un servicio donde el adulto mayor y sus familiares tengan la confianza de contratar personal de enfermería con conocimientos en cuidado del adultos mayores que los asista, facilitándoles una mejor calidad de vida dentro de la comodidad de su hogar.

La empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores tendrá el objetivo de facilitar a las familias a encontrar un profesional de confianza que ofrezca servicios a domicilio profesionales, ayudando a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, generando un vínculo no solo profesional sino también emocional con los clientes brindando una imagen de confianza, calidez humana y amistad; por ello la empresa contará con un equipo de profesionales especializados en atención a domicilio para adultos mayores formado por auxiliares de enfermería que acudirán al domicilio de los clientes y prestarán el servicio en base a las características de salud y nivel de dependencia del adulto mayor.

#### **3.2.7.1.9. Definir el servicio que se va a vender**

El servicio será brindado las 24 horas del día los 365 días del año en turnos de 6, 12 y 24 horas al día, previa comunicación con la empresa mediante teléfonos de contacto, páginas web, correo electrónico y redes sociales. El cliente solicita el servicio según sus requerimientos, ya sea en horario de la mañana, en la tarde o en horario de la noche, se brindará servicio de enfermería y cuidado de adultos mayores en el que personal de auxiliares de enfermería se encargan de acudir al domicilio del adulto mayor con el equipo necesario para determinada actividad. Los servicios que el personal podrá ejecutar en el domicilio del adulto mayor son:

- **Acompañamiento de adultos mayores:** Las auxiliares de enfermería brindarán el servicio de compañía y cuidado del adulto mayor cuando los familiares no tengan

disponibilidad de tiempo para estar a cargo de su familiar, controlará las necesidades del adulto mayor y tendrá constante vigilancia en el transcurso de su permanencia en el domicilio requerido.

- **Apoyo en actividades de higiene y de la vida diaria:** El personal ayudará en el cuidado del aseo y la higiene del adulto mayor en tareas como lavado de manos, higiene bucal, afeitado facial, aseo del cuerpo, apoyo para hacer sus necesidades básicas o cambio de pañal, cuidado de pies y manos. Ayudará también en actividades de arreglo personal y vestirse de acuerdo a la actividad del día.
- **Ayuda para alimentar al adulto mayor:** Preparar al adulto mayor para que pueda ingerir los alimentos (sea por sonda o por vía oral), la auxiliar de enfermería le dará de comer la dieta y alimentos que el adulto mayor pueda ingerir y que los familiares hayan establecido.
- **Administración de medicamentos:** El personal puede suministrar la medicación que el médico de cabecera del cliente haya recetado y que el familiar encargado autorice, la auxiliar de enfermería suministrará medicamentos bajo receta médica y controlando que sea la medicina indicada e la receta médica, fecha de caducidad del producto y controlando la dosis suministrada.
- **Cuidado postoperatorio:** Cuidado desde la salida del hospital hasta la completa recuperación; el personal se encargará del apoyo en actividades básicas de higiene, administración de medicamentos, supervisión de signos vitales, hidratación y control de la dieta.
- **Curaciones:** El personal está capacitado para realizar curaciones causadas por laceraciones, caídas, úlceras por presión, heridas provocadas por una operación, etc.
- **Estimulación física:** El personal ayudará al adulto mayor a realizar actividades para que pueda trasladarse y moverse; realizará ejercicios para mejorar su postura, masajes para estimular sus músculos, ayudar en la ambulación según el estado y progreso físico del adulto mayor y además motivará al adulto mayor a realizar actividades físicas mediante el acompañamiento a cortas caminatas.
- **Estimulación cognitiva:** Las auxiliares de enfermería estimulará y realizará actividades para su estimulación cognitiva y de recreación como juegos de mesa, lectura de cuentos, manualidades, música y pintura.



En caso de requerir turnos permanentes se realiza una visita previa para evaluar tanto el estado del paciente y su familia, desarrollar rutinas en conjunto y entregar la información pertinente en relación a los cuidados requeridos. Adicionalmente se establece una visita semanal obligatoria para supervisar el estado del paciente y el trabajo de la enfermera, una vez al mes la enfermera jefe visita a todos los pacientes para asegurar la calidad del servicio prestado y entregar información de referencia al médico de cabecera.

#### **3.2.7.1.10. Aspectos innovadores y tecnología asociada**

Mantener constante comunicación con el cliente mediante el uso de teléfono de contacto, página web, correo electrónico y redes sociales, cada empleado tendrá a su disposición la tecnología necesaria para comunicarse con los familiares del adulto mayor cuando se considere necesario.

Capacitar y resolver cualquier inquietud a los clientes a través de video llamadas para brindar asesoría sin importar la ubicación ni la hora ya que se brindará un servicio 24 horas al día.

#### **3.2.7.1.11. Factores fundamentales de diferenciación**

El principal factor de diferenciación será la calidad en la entrega del servicio cuando exista contacto directo o indirecto con el cliente, para ello se fijaron estándares de servicio definidos por el cliente los cuales permiten traducir los requerimientos del cliente en metas y lineamientos para el desempeño del empleado pero que no pueden contarse o cronometrarse.

#### **3.2.7.1.12. Ventajas del servicio de enfermería a domicilio**

- Ausencia de infecciones nosocomiales (intrahospitalarias).
- Disminución de los episodios de confusión mental y/o depresión en ancianos.
- Mejora y humanización de la relación personal con el paciente.
- Permite mayor intimidad y comodidad.

- Versatilidad en los horarios de actividades propias como alimentación, descanso, higiene, etc.
- Evita desplazamientos de los familiares al hospital, con el consiguiente ahorro económico y de tiempo.
- Facilita la comunicación entre el personal de salud y los familiares.
- Integra a la familia en el proceso curativo.
- Promueve las actividades de educación en salud.

### **3.2.7.1.13. Estándares definidos por el cliente**

#### **Habilidades interpersonales del equipo de call center**

- Ser cortés e informado.
- Comunicar de manera real la promesa de valor de la empresa.
- Usar la etiqueta apropiada por teléfono.
- Dar seguimiento hasta que el cliente obtenga el servicio requerido.
- Disponibilidad en la línea la mayor parte del tiempo que sea posible
- Entender la solicitud o preguntas del cliente.
- Confirmar el servicio, domicilio, hora y fecha.

#### **Respeto**

- Confidencialidad con la información del adulto mayor.
- Comunicar y dar instrucciones adecuadas todo el tiempo.
- Ser cortés y no usar jerga.
- Demostrar honestidad al momento que la auxiliar de enfermería se encuentre en el domicilio del adulto mayor.

#### **Empatía**

- Escuchar al cliente con atención.
- Ser abierto y gentil.
- Demostrar alegría y actitud en la realización del trabajo.
- Hacer todo lo posible por ayudar.

### **Profesionalismo**

- Experiencia para resolver situaciones de emergencia.
- Aptitud para dar capacitaciones a los familiares.
- Paciencia y buen carácter.
- Identificarse con la organización y amar su trabajo.

Estos estándares serán medidos después de que el cliente ha recibido el servicio mediante llamadas que serán realizadas en un lapso de veinticuatro horas en los cuales se realizará una pequeña encuesta para calificar el desempeño del empleado en el domicilio del adulto mayor. Con esta información se puede determinar la calidad del servicio e identificar cuáles son las fallas para corregirlas y las actitudes positivas para ser recompensadas, la evaluación de realizará cada mes.

Otro elemento de diferenciación es la imagen, el personal debe tener una presentación impecable y para lograrlo se entregará uniformes diseñados exclusivamente para la empresa, se busca diferenciar al personal de los demás profesionales de la salud pero sin perder la esencia que es definida por el sector salud.

#### **3.2.7.2. Precio**

Debido a que el servicio se ha enfocado en su principal atributo que es la calidad, se ha determinado la estrategia de descremado de precios que consiste en fijar un precio elevado al servicio para que sea adquirido por aquellos clientes que tienen la capacidad económica, clientes pioneros y con el tiempo el precio irá disminuyendo para aprovechar otros segmentos de mercado más sensibles al precio. El valor que se le asignará al servicio será determinado en el objetivo número tres del análisis financiero debido a que se debe obtener en base a los requerimientos económicos necesarios para poner en marcha la empresa.

### **3.2.7.3. Plaza**

El servicio será brindado en el domicilio del adulto mayor y por ello se han determinado canales de distribución para poder vender el servicio y que los clientes conozcan a la empresa, se ha determinado realizar ventas vía telefónica o telemarketing mediante el uso de una base de datos esto permitirá contactar al familiar del adulto mayor y que acuda al servicio. Se ha establecido además generar alianzas estratégicas con personal de salud que tenga contacto directo con adultos mayores, es decir que trabajen en hospitales, clínicas o centros geriátricos, los cuales entregaran una tarjeta de presentación de la empresa y comunicarán los servicios que la empresa brinda, se les dará un beneficio económico del 10% de comisión por cada cliente que contrate el servicio y además descuentos especiales cuando utilicen el servicio.

### **3.2.7.4. Promoción**

El medio que se utilizará para comunicar el servicio es internet por lo cual se realizará un video informativo e interactivo comunicando a los clientes el nuevo servicio y además se realizará varios post con contenido útil de interés enfocado en adultos mayores los cuales serán compartidos a través de plataformas como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, correo electrónico y pagina web de la empresa, se realizará además una campaña de mailing.

Se elaborará varias tarjetas de presentación de la empresa para entregarlas a los clientes y vendedores y que así puedan recomendar los servicios, realizar material POP como cuadernillos, lápices, cintas, almohadillas, pines y bolsos con el logotipo y el nombre de la empresa procurando que los materiales sean reciclables. Se trabajará directamente con la Empresa de Transporte de Pasajeros del Municipio de Quito el cual otorgará el permiso de colocación de adhesivos en los vidrios de paradas estratégicas del Metrobus, Trolebús y Ecovia donde existe afluencia de gente que pueda visualizar la publicidad de la empresa en distintos punto de la ciudad; para motivar a los clientes a adquirir el servicio se brindarán descuentos a aquellos clientes que adquieran el servicio de forma mensual.

### **3.3. Resultado según objetivo No.2**

Para el cumplimiento del objetivo No.2 se define el estudio técnico para la empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores fijando el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero, identificando el proceso productivo más adecuado y las equipos requeridos para su funcionamiento.

#### **3.3.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se ha determinado mediante el cálculo de la demanda debido a que con ello se ha evaluado el número de clientes que van a adquirir y en base a ello lo que se busca es proveer a la empresa de insumos, mano de obra e inversión necesarios para su máximo rendimiento con el fin de optimizar recursos.

##### **3.3.1.1. Tamaño del proyecto según demanda**

Para determinar el tamaño del proyecto según la demanda se toman los datos obtenidos en el cálculo de la demanda en la que se estimó que existirá un total de 33 758 familias dispuestas a adquirir el servicio pero como la empresa únicamente puede cubrir solo el 10% del mercado se determinó que anualmente se tendrá un aproximado de 3 376 clientes anuales y nueve clientes diarios, por ello se ha determinado que para cubrir esta demanda se necesita de nueve auxiliares de enfermería que trabajarán en horarios rotativos de turnos de la mañana, tarde y noche definiendo un horario de trabajo para asegurar la disponibilidad del personal.

##### **3.3.1.2. Tamaño del proyecto según suministros e insumos**

La empresa debe tener a disposición insumos médicos dependiendo del uso que tenga el personal, hay que tomar en cuenta que la auxiliar de enfermería no utilizará los insumos de manera frecuente sino cuando exista la necesidad y el adulto mayor sufra de algún percance, por ello se abastece cada mes de material básico para llevar en un botiquín de emergencia y se almacenará en una bodega adecuada para mantener el material en buen estado. El personal de auxiliares de enfermería también realizará ejercicios de

estimulación física y cognitiva a los adultos mayores por eso se requiere de material básico para realizar manualidades y juegos de destrezas, a continuación se describen los materiales utilizados para dichas actividades.

Material básico para la atención que incluye algodón, gaza, baja –lenguas, alcohol, esparadrapo, microport, jeringa estándar, vendas y gel desinfectante. Materiales para la realización de manualidades se utilizan los siguientes: pinturas, telas, lanas, temperas, marcadores, pinceles, fómix, cartulinas, revistas, cajas, envases plásticos, botones, semillas, juegos de domino, rompecabezas, trozos de madera para elaborar torres o construcciones, figuras geométricas, material para encajar por forma, color y tamaño, legos, bloques de diferentes medidas.

El equipo médico necesario consta de nebulizadores que sirven para disminuir las secreciones bronquiales, esterilizador que funciona para esterilizar el material blanco (gazas), material quirúrgico (pinzas) y campos (telas para hacer procedimientos invasivos), equipo de curaciones que sirve para realizar curaciones de procedimientos pequeños, curaciones tanto abiertas como cerradas, limpias y contaminadas, masajeador de dos velocidades adecuado para realizar masajes en adultos mayores cuyo estado físico permita realizar este tipo de actividad, tensiómetro apto para tomar la presión del paciente, glucómetro que sirve para medir el nivel de glucosa, estetoscopio indicado para tomar los signos vitales, pulxiómetro que medirá la saturación del oxígeno y el termómetro para medir el nivel de temperatura del cuerpo.

Todos los materiales y equipos junto con el precio de cada uno se describen de manera más detallada en el resultado del objetivo tres que corresponde al análisis financiero.

### **3.3.1.3. Proveedores**

El personal de auxiliares de enfermería debe acudir al domicilio del cliente con el material que comprende un botiquín y para obtener los insumos médicos se firma un contrato con un proveedor que es la empresa “BioIN” para el abastecimiento de insumos

y de equipos médicos para la atención domiciliaria por su cotización que es la más viable en costos. El abastecimiento de dichos insumos se realizará una vez al mes o dependiendo de la utilización de los mismos, se verificará en un registro de inventario que será evaluado cada fin de semana por el personal asignado al control de bodega y se realizará el pedido al proveedor. Una vez que se ha recibido el pedido se realiza la verificación de cantidades y la fecha de expiración de los insumos, se registra nuevamente al inventario las unidades recibidas y se almacena en la bodega hasta que el personal lo requiera.

El abastecimiento de los materiales didácticos se firma un contrato con la empresa “Dilipa” la cual proporcionará el material dependiendo la necesidad de la empresa y mediante el control de frecuencia de uso de este material para abastecerla, además de estos materiales proporcionará materiales necesarios para el uso en la oficina administrativa. Para adquisición de equipos de cómputo, accesorios, teléfonos fijos y celulares se comprará en la empresa “Novicompu” de igual forma por la cotización que es la más accesible para obtener dicha tecnología además de que ofrecen garantía y descuentos por la cantidad que se va a adquirir y los muebles de oficina y demás elementos para su adecuación serán adquiridos en “Génesis Mueblería”.

#### **3.3.1.4. Localización**

Para determinar la localización más adecuada se realiza el método cualitativo por puntos.

- **Macro localización:** El proyecto de servicio a domicilio y cuidado temporal de adultos mayores se llevará a cabo en Ecuador, provincia Pichincha en la ciudad de Quito.
- **Micro localización:** Para determinar micro localización a realizarse el proyecto se toman en cuenta los siguientes factores y ubicaciones dentro de la ciudad.

**Tabla 3.19. Micro localización del proyecto**

Factor	Peso	Sector El Batán		Sector El Bosque		Sector Iñaquito		Sector Rumipamba	
		C	P	P	C	C	P	C	P
Disponibilidad de medios y costo de transporte	0,20	5	1	6	1.2	5	1	3	0.6
Disponibilidad y costo de mano de obra	0.10	4	0.4	4	0.4	3	0.3	2	0.2
Cercanía del mercado	0.30	8	2.4	7	2.1	8	2.4	4	1.2
Disponibilidad de agua, energía y otros insumos	0.20	6	1.2	6	1.2	5	1	3	0.6
Estructura impositiva legal	0.20	7	1.4	6	1.2	6	1.2	3	0.6
			<b>6.4</b>		6.1		5.9		3.2

**Elaborado por:** La Autora.

Al realizar un análisis de las diferentes alternativas por el método por puntos se determinó que los sectores más apropiados para la ubicación de la matriz de la empresa son los sectores de: El Bosque, El Batán, Iñaquito y El Condado. Debido a la disponibilidad de todos los factores evaluados para la entrega del servicio se determinó que el mejor lugar para ubicar la oficina matriz de la empresa será en el sector El Batán.

### 3.3.1.5. Infraestructura

La empresa de servicio a domicilio de adultos mayores tendrá un establecimiento matriz donde se atenderá a clientes, se manejará la parte administrativa y se receptorá pedidos, debido a que el cliente recibirá cuidados en su domicilio no se adecuarán estas instalaciones para atención de adultos mayores.

El edificio es una oficina de una planta con una bodega para almacenamiento de insumos médicos y disponibilidad de parqueadero para visitantes, se distribuye a las instalaciones en secciones donde se encuentre el personal encargado del call center, sección para encargados de páginas web, correo electrónico y redes sociales, además una



oficina para gerencia general, contabilidad y oficina para el jefe de enfermería, recepción, sala de atención a clientes, baños para hombre y mujer, área de comedor, guardiana y parqueadero, todo debidamente señalizado y con un ambiente adecuado para trabajar y recibir clientes.

### **3.3.2. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto permite definir el proceso operativo que va a seguir la empresa para la correcta ejecución del servicio al momento que se va a ser entregado al cliente. Definido el proceso productivo que debe seguir la empresa se prioriza los recursos como personal, equipos e insumos que van a intervenir desde el momento que el cliente contacta con la empresa hasta que la auxiliar de enfermería acude al domicilio requerido. Se realizará un diagrama de flujo en el cual se describe de manera detallada el procedimiento que va a seguir la empresa en la entrega del servicio.

#### **3.3.2.1. Proceso del servicio**

El proceso del servicio empieza cuando el cliente se comunica con la empresa sea a través de la página web, correo electrónico, redes sociales o teléfonos de contacto, la persona que recepta la llamada deberá contestar con un saludo cordial y mención del nombre de la empresa. El cliente solicita el servicio de una auxiliar que acuda a su domicilio, en ese momento el personal debe realizar una serie de preguntas para tener una idea del estado en el que se encuentra el adulto mayor:

- Nivel de dependencia del adulto mayor.
- Enfermedad o complicaciones que padece actualmente.
- Si realiza algún tipo de terapia.
- Lugar de domicilio.
- Horario para el cuidado.

Luego de que el cliente contesta las preguntas el personal le indica la disponibilidad de una auxiliar de enfermería y le indica el precio que debe cancelar por

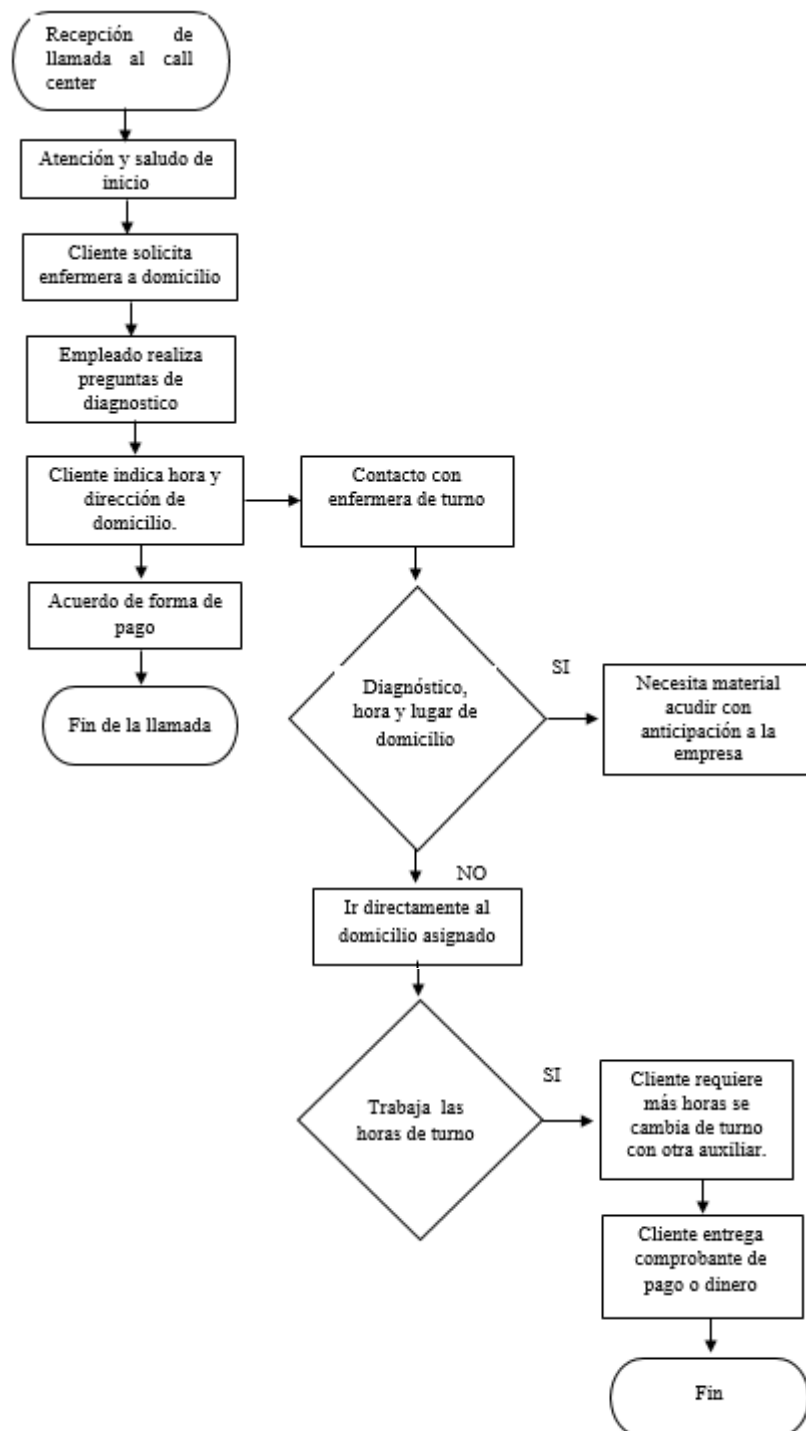
el servicio requerido y se debe acordar el medio por el que se cancelará por la prestación del cliente ya sea a través de depósito, transferencia bancaria, tarjeta de crédito o efectivo.

Si el cobro es por transferencia debe ser enviado el comprobante del depósito al correo electrónico de la empresa para verificación o a su vez la auxiliar de enfermería se encargará de recibir el comprobante de pago o si el pago es en efectivo el cliente debe entregarle el valor señalado por el empleado del call center.

Al momento de cerrar la llamada inmediatamente se revisa el horario de trabajo y se contacta con la enfermera que cumpla con el turno asignado indicándole los datos de contacto del cliente y el lugar de domicilio, si el paciente necesita de material para realizar actividades lúdicas la auxiliar debe acudir a la empresa para retirar el material con anticipación.

La auxiliar de enfermería llega al domicilio del cliente y realizará sus actividades durante su turno de trabajo, cumplidas las horas laborales se retirará del domicilio con el pago por el servicio prestado o el comprobante de pago para presentar en la empresa y si el cliente adquiere el servicio por más de las horas laborables asignadas para cada auxiliar cambiará de turno con la compañera que tenga el siguiente turno asignado.

Figura 3.5. Flujo grama de proceso del servicio



Elaborado por: La Autora.

### **3.3.3. Análisis estratégico**

La empresa será constituida como compañía de responsabilidad limitada, este tipo de compañías se caracteriza por estar conformada por dos socios como mínimo y quince socios como máximo, si excede este límite deberá cambiar a otra denominación o disolverse y tiene capital cerrado, es decir capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores. La empresa será familiar por ello se conformará como responsabilidad limitada, los socios que aportarán capital para la apertura de la empresa serán Daysy Jacho, Raúl Jacho y Rosa Paucar, los socios responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y harán comercio bajo una razón social que llevará las palabras compañía limitada o sus siglas “Cia. Ltda.”

#### **3.3.3.1. Capital de la compañía**

El capital de la compañía estará formado por aportaciones de los socios y no será inferior a lo permitido por la Superintendencia de compañías que es el ente que controla la constitución de compañías en el Ecuador. El monto mínimo de capital para este tipo de compañías es de 400 dólares, la aportación suscrita será de 1 200 dólares, cada socio debe pagar al menos el 50% de cada participación que pueden ser pagada en numerario o especies, el saldo del capital deberá cancelarse en su totalidad en un plazo de doce meses contados desde la fecha de constitución de la compañía.

#### **3.3.3.2. Pasos para constituir una compañía**

Los pasos necesarios para constituir una compañía se han disminuidos debido a una nueva ley que entró en vigencia desde el año 2014, el procedimiento se ha reducido tanto en gastos, tiempo y facilidad del trámite y se podrá acceder a este proceso vía online, los siguientes pasos han sido tomados de la página oficial de la Superintendencia de Compañías.

##### **1. Ingresar al portal web:**

<http://www.supercias.gob.ec>

2. Seleccionar la opción “Portal de constitución electrónica de Compañías”
3. Registrarse ingresando un usuario y contraseña.
4. Reservar una denominación para registrar el nombre deseado de la compañía.
5. Llenar el formulario “Solicitud de Constitución de Compañía”.
6. Ingresar los datos de socios/accionistas, domicilio y actividades.
7. Ingresar los datos de la integración de capital en acciones o participaciones.
8. Ingresar los datos del representante legal.
9. Adjuntar ciertos documentos de cada accionista que deben ser ingresados.
10. Seleccionar la notaría de preferencia, de acuerdo a la provincia y el cantón del domicilio de la compañía a constituir.
11. Leer las condiciones del proceso, aceptar e iniciar el trámite.
12. Revisar el correo electrónico enviado por la Superintendencia de Compañías el cual indicará información sobre los valores a cancelar, el número de trámite generado y la institución bancaria para realiza el pago.
13. Realizar el pago correspondiente.
14. Una vez firmado los documentos, el sistema enviará automáticamente la información al Registro Mercantil quien validará la información y facilitará la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos.
15. El sistema generará un número de expediente y remitirá la información del trámite al Servicio de Rentas Internas (SRI) quienes asignarán el RUC para la compañía.
16. Finalmente el sistema notificará que el trámite de constitución ha finalizado.

#### **3.3.3.3. Misión**

Brindar un servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de alta calidad que proporcione salud y bienestar tanto físico como emocional al adulto mayor, apoyando a sus familiares en su cuidado responsable con la ayuda de un equipo humano capacitado, con experiencia en el área de geriatría y el uso de tecnología, asegurando el nivel de responsabilidad y compromiso de la empresa con sus clientes.

#### 3.3.3.4. Visión

Ser reconocida como la empresa líder en Quito en la entrega de servicios de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores, brindando un servicio de calidad, rentable y con el talento humano capacitado que genere credibilidad y confianza en los clientes.

#### 3.3.3.5. Objetivos de la empresa

- Dar a conocer a la empresa a nivel nacional.
- Crear nuevos estándares de evaluación para una mejor entrega del servicio.
- Aumentar las visitas al sitio web en un 60% para potenciar la venta la recepción de pedidos del servicio en línea.
- Incrementar las ventas anuales en un 50% apoyado de los esfuerzos de los vendedores.
- Incrementar personal al equipo de la empresa para ser más eficientes el próximo año.
- Crear una nueva aplicación para Smartphone para los próximos dos años.
- Ampliar las unidades de negocio con enfoque en nuevos segmentos de mercado.

#### 3.3.3.6. Valores corporativos

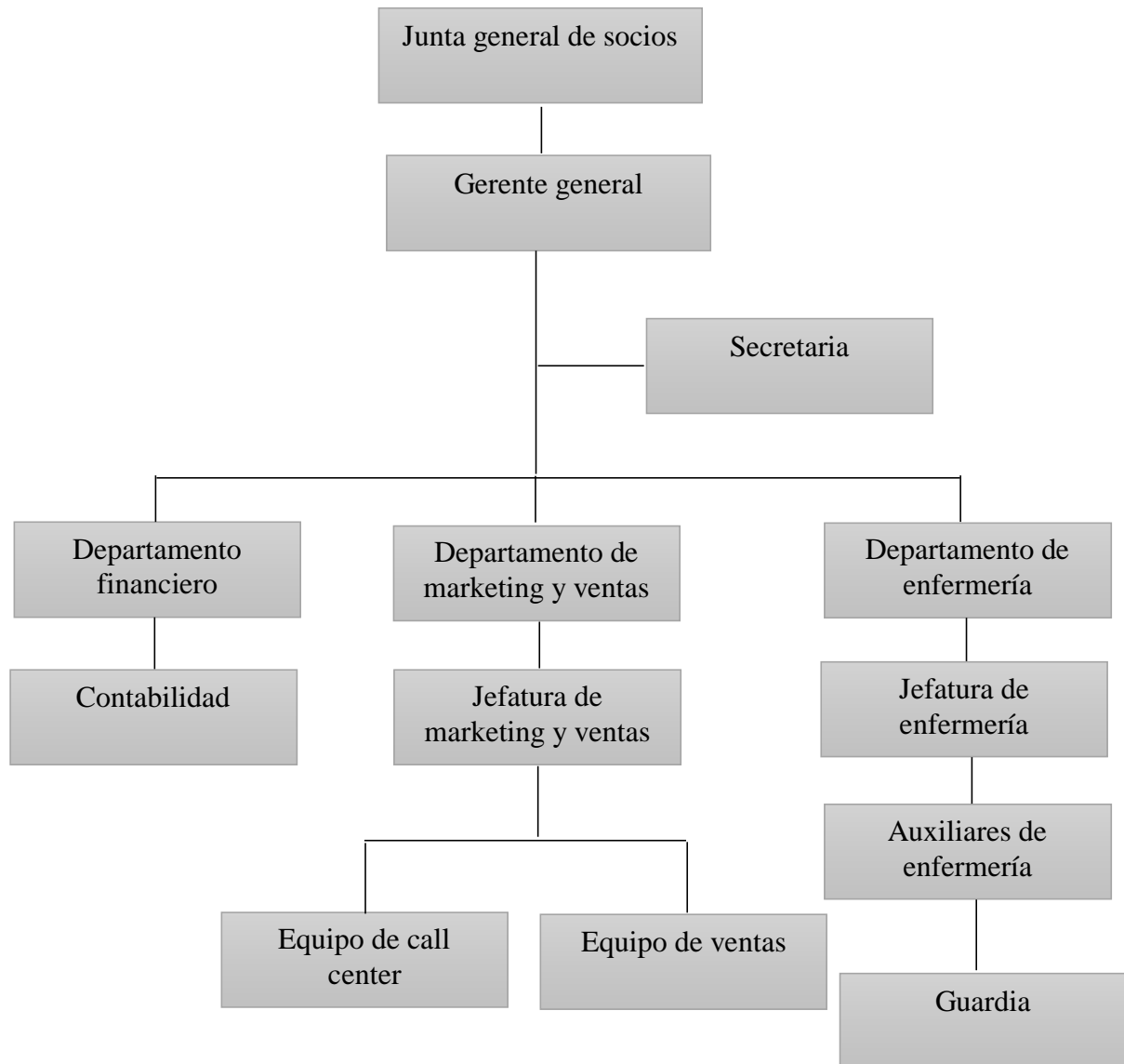
- **Respeto:** Brindar a los clientes un trato digno con amabilidad y dignidad, respetando en todo momento sus derechos.
- **Compromiso:** Cumplir con profesionalismo y lealtad los objetivos estratégicos que se ha propuesto la empresa y fomentar el sentido de pertenencia.
- **Enfoque en el cliente:** Cumplir con la promesa adquirida con los clientes, creando una cultura de servicio que busca escuchar las necesidades de los clientes y actuar para satisfacerlas.
- **Responsabilidad:** Desempeñar las funciones y deberes de manera eficaz, eficiente y oportuna para brindar un servicio de calidad.

- **Mejoramiento continuo:** Adquirir nuevos conocimientos que permitan generar valor agregado para los clientes.
- **Honestidad:** Demostrar integridad moral y ética en todas las acciones que realice la empresa y el personal, creando un ambiente de seguridad y amistad con los clientes.

### **3.3.8. Estructura organizacional**

Definir una estructura organizacional para la empresa es importante para poder establecer los roles que asume cada integrante del equipo de trabajo con el fin de que realicen sus labores en forma óptima y alcancen las metas fijadas en la planificación, asignando a cada grupo un director con capacidad para supervisar y tomar decisiones.

**Figura 3.6. Estructura organizacional**



**Elaborado por:** La Autora.

Se describe a continuación las actividades que realizará el personal para una adecuada organización del equipo de trabajo.



### **3.3.8.1. Funciones principales del equipo de trabajo**

#### **Gerente**

- Coordinar y planificar las actividades dentro o fuera de la empresa.
- Desarrollar y ejecutar los planes de acción anuales.
- Decidir las actividades que a la empresa le conviene invertir.
- Organiza la estructura orgánico administrativa y asigna al personal las funciones y cargos.
- Analiza los problemas de la empresa y toma decisiones.
- Guiar a la empresa para cumplir con los objetivos empresariales.
- Decide en la contratación de personal y su ubicación en el cargo adecuado.

#### **Secretaria**

- Agenda todas las actividades importantes de la empresa.
- Asesorar y atender todos los requerimientos de los clientes.
- Controlar los horarios de ingreso y salida del personal de la empresa.
- Supervisar la elaboración de informes presupuestales.
- Agilizar la recepción y distribución oportuna de la información a todos los miembros.
- Generar y nutrir una base de datos de clientes.
- Control del archivo de documentos de la empresa.

#### **Contador**

- Preparación, revisión y análisis de estados contables y presupuestales.
- Control del pago oportuno de tributos y aportaciones de la empresa.
- Registrar rigurosamente todos los movimientos y registros contables.
- Selecciona y diseña las técnicas y procedimientos apropiados para solucionar problemas contables.
- Asesorar en la toma de decisiones para nuevas inversiones.
- Rendición de cuentas al gerente general.
- Registrar facturas recibidas por los proveedores y emitir facturas para clientes.

### **Jefe de marketing y ventas**

- Diseñar y ejecutar el plan de marketing de la empresa.
- Definir estrategias para promover el servicio e incrementar las ventas.
- Identificar nuevas oportunidades del mercado.
- Gestionar los esfuerzos de publicidad y promoción de la empresa.
- Control de actividades en redes sociales, páginas web y correo electrónico.
- Control y análisis de ventas.
- Supervisión de las actividades del equipo de call center y vendedores.

### **Jefe de enfermería**

- Planifica y coordina las capacitaciones para el personal de enfermería.
- Organiza y controla el uso de insumos médicos.
- Comunicar a la auxiliar de enfermería en turno el domicilio que se le ha asignado.
- Evaluar el estado del adulto mayor y comunicar las actividades que debe realizar en su domicilio.
- Lleva el control del historial del cliente.
- Supervisa y organiza los horarios laborales de las auxiliares de enfermería.
- Encargado del control inventario en bodega.
- Seguimiento y evaluación del funcionamiento del servicio de enfermería.
- Detecta y reporta necesidades de la unidad.
- Convoca y recluta personal conveniente para el puesto.
- Atender las inquietudes de los clientes en cuanto al cuidado del adulto mayor.

### **Enfermeras**

- Trasladarse al domicilio del cliente puntualmente.
- Asistir al adulto mayor para que cumpla sus actividades con responsabilidad.
- Emitir un diagnóstico de enfermería.
- Planifica los cuidados priorizando las necesidades de cada paciente.
- Acudir a las charlas y capacitaciones asignadas.
- Vigila el estado de salud en forma periódica.

- Presentar informe detallado sobre el estado de salud del adulto mayor que atendió.
- Informar sobre el material médico y lúdico utilizado a diario.
- Cumplir con las actividades asignadas por la jefa de enfermería.

#### **Equipo de call center**

- Brindar información a los clientes acerca del servicio que ofrece la empresa.
- Recepción de llamadas de clientes y agendar citas.
- Comunicar a la jefa de enfermería el domicilio, lugar, fecha y estado del cliente al que se debe prestar el servicio de enfermería a domicilio.
- Generar base de datos de clientes.
- Realizar llamadas post- venta para conocer el nivel de satisfacción de los clientes.

#### **Equipo de vendedores**

- Negociar con hospitales, clínicas, aseguradoras para que puedan recomendar el servicio que se quiere brindar exponiendo los beneficios que se darán.
- Buscar activamente nuevos clientes para que adquieran los servicios.
- Alimentar la base de datos de clientes con nuevos clientes potenciales.

#### **Guardia**

- Encargado de la seguridad de la empresa.
- Vigilar el ambiente externo e interno de la empresa.
- Recepción de visitantes para que puedan ingresar al edificio.
- Control en la utilización del parqueadero y áreas externas del edificio.
- Velar por la seguridad del personal cuando existan situaciones de peligro.

### 3.4. Resultados según el objetivo No. 3

Una vez definido el mercado, la posible demanda, tamaño de proyecto, proceso productivo e insumos y equipos, se determina la cuantía de las inversiones requeridas para poner en marcha el proyecto.

#### 3.4.1. Inversiones del proyecto

La inversión del proyecto comprende la inversión pre operacional en la que se describe el capital representado en activos fijos tangibles e intangibles y capital de trabajo.

**Tabla 3.20. Inversión total**

<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
Activos fijos tangibles	67 042,33
Activos fijos intangibles	836,40
Capital de trabajo	21 938,69
<b>Inversión total</b>	<b>89 817,41</b>

Elaborado por: La Autora.

#### 3.4.2. Activos fijos tangibles

Se describen todas las inversiones en activos tangibles que utiliza la empresa de servicio y que tienen una vida útil de más de un año, cabe recalcar que estos activos se los conoce como inmuebles, mobiliario y equipo y son sujetos a depreciación a causa del deterioro o desuso, es decir pierden valor con el tiempo.

**Tabla 3.21. Activos fijos tangibles**

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Edificaciones	51 765
Maquinaria y equipo	4 985,59
Equipo de cómputo	8034,07
Muebles y enseres	2 257,67
<b>Total</b>	<b>67 042,33</b>

Elaborado por: La Autora.

Para el proyecto de la empresa de servicios se ha determinado los siguientes activos especificados en unidades de medida, cantidad, valor unitario y valor total anual.

### 3.4.2.1. Edificaciones

El área de recepción de pedidos del servicio y administrativa se ha distribuido por unidad de medida de acuerdo a las necesidades de la empresa para mantener al personal en condiciones óptimas de trabajo.

**Tabla 3.22. Edificaciones**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Bodega	m2	20	200	4 000
Sala de espera y recepción	m2	20	200	4 000
Área administrativa	m2	70	400	28 000
Área comedor	m2	15	200	3 000
Sala de reuniones	m2	30	150	4 500
Parqueadero	m2	50	100	5 000
Guardianía	m2	15	150	2 250
			<b>Subtotal</b>	<b>50 750</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>1 015</b>
			<b>Total</b>	<b>51 765</b>

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.2.2. Maquinaria y equipos

Se describen los equipos necesarios para que el personal de enfermería pueda acudir al domicilio del adulto mayor y cumplir con las actividades de cuidado domiciliario en la que incluye control médico para evitar posibles complicaciones en adultos mayores.

**Tabla 3.23. Maquinaria y equipos**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total anual
Tensiómetro	Unidad	9	67,11	603,99
Glucómetro	Unidad	5	55,88	279,40
Estetoscopio	Unidad	9	70,35	633,15
Termómetro	Unidad	9	1,21	10,89
Pulsiometro	Unidad	9	39,8	358,20
Nebulizador	Unidad	5	150,66	753,30
Esterilizador	Unidad	1	250,2	250,20
Compresa eléctrica térmica calor y frío	Unidad	5	41,34	206,70
Masajeador 2 velocidades	Unidad	5	358,4	1 792
			<b>Subtotal</b>	<b>4 887,83</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>97,76</b>
			<b>Total</b>	<b>4 985,59</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.2.3. Equipos de cómputo

La tabla incluye los equipos útiles para un desempeño eficaz tanto del personal administrativo como operativo de la empresa de servicios.

**Tabla 3.24. Equipos de cómputo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total anual</b>
Computadores y accesorios	Unidad	5	750	3 750
Impresora	Unidad	5	309,9	1 549,5
Celulares	Unidad	11	119,95	1 319,45
Teléfonos fijos	Unidad	11	59,6	655,6
Proyector	Unidad	1	601,99	601,99
			<b>Subtotal</b>	<b>7 876,54</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>157,5</b>
			<b>Total</b>	<b>8 034,07</b>

Elaborado por: La Autora.

#### 3.4.2.4. Muebles y enseres

Equipamiento para adecuar cada área descrita en el edificio que funcionará el área administrativa y operativa de la empresa, indispensable para que el personal pueda cumplir con las actividades diarias y pueda organizarse de mejor manera.

**Tabla 3.25. Muebles y enseres**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total anual</b>
Estación operativa	Unidad	5	198,3	991,5
Archivador	Unidad	2	85	170
Mesa para reuniones	Unidad	1	132	132
Mueble cubículo	Unidad	2	54	108
Silla estándar	Unidad	12	22	264
Estantería mecánica para bodega	Unidad	3	95	285
Juego de mesa y sillas plásticas	Unidad	1	154,9	154,9
Sofá cama	Unidad	1	90	90
Basureros	Unidad	6	3	18
			<b>Subtotal</b>	<b>2 213,4</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>44,3</b>
			<b>Total</b>	<b>2 257,7</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.3. Activos fijos intangibles

Los activos fijos intangibles o activos diferidos se comprenden como aquellos activos sujetos a amortización, es decir se realizan sobre activos constituidos por los servicios o los derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha de la empresa de servicios. En esta inversión se incluye los gastos de constitución que son los gastos legales para la conformación jurídica de la empresa.

**Tabla 3.26. Activos fijos intangibles**

<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Gastos de constitución	600
Publicación	120
Tasas notariales	100
<b>Subtotal</b>	<b>820,0</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	<b>16,4</b>
<b>Total</b>	<b>836,4</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a los recursos necesarios en forma de activos corrientes disponibles para poner en marcha la empresa, es decir el capital adicional con la que se debe contar para que funcione el negocio. Se calcula por mes y por año de operación el rubro que la empresa debe tener en caja para cubrir los gastos hasta que genere sus propios ingresos, el capital de trabajo no es estático ya que aumentará o disminuirá según las exigencias de la empresa y los requerimientos de la demanda.



**Tabla 3.27. Capital de trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor total mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
Materiales directos	1 000	12 000,3
Mano de obra directa	7 518,4	90 221
Mano de obra indirecta	1 104,8	13 258
Mantenimiento y reparación	131,9	1 582,4
Seguros	171,0	2 051,5
Capacitación	425,0	5 100
Gastos administrativos y generales	5 437,6	65 251,7
Gastos de ventas	6 149,9	73 799,3
<b>Total</b>	<b>21 938,7</b>	<b>263 264,3</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.5. Presupuesto de costos

Determinar el presupuesto de costos ayuda a concretar con exactitud los costos de los materiales directos, indirectos, mano de obra directa e indirecta que se especificaron en la ingeniería del proyecto y que actúan en el flujograma de proceso de producción del servicio. Se obtendrán como producto de multiplicar los requerimientos por sus precios unitarios y por doce que representa el valor anual.

#### 3.4.5.1. Costos directos de producción

Los costos directos de producción son ocasionados por el proceso de entrega del servicio y actuarán directamente o indirectamente con el cliente, además de la mano de obra que intervendrá con sus servicios profesionales para cumplir las funciones indicadas; una vez agregados conforman el costo primo que es de naturaleza variable.

**Tabla 3.28. Costos de materiales directos**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total anual</b>
Materiales didácticos	kit	40	30,75	1 230
Materiales para manualidades	Unidad	100	24,3	2 430
Algodón	Unidad	300	2,5	750
Gaza	Unidad	300	1,04	312
Baja lenguas	Unidad	60	2	120
Alcohol antiséptico	Unidad	300	2,25	675
Jeringa descartable	Unidad	300	2,5	750
Guantes para examinación	Unidad	300	7	2 100
Gorro desechable	Unidad	360	1,5	540
Bata mandil desechable	Unidad	360	2	720
Aguja descartable	Unidad	300	0,05	15
Esparadrapo	Unidad	70	7,81	546,7
Micropore	Unidad	70	3,59	251,3
Mascarilla	Unidad	300	1,25	375
Gel antibacterial	Unidad	250	3,8	950
			<b>Subtotal</b>	<b>11 765</b>
			<b>Imprevistos</b>	
			<b>2%</b>	<b>235,3</b>
			<b>Total</b>	<b>12 000,3</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 3.29. Costos de mano de obra directa**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total anual</b>
Enfermera	Profesional	9	819	88 452
			<b>Subtotal</b>	<b>88 452</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>1 769</b>
			<b>Total</b>	<b>90 221</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.5.2. Gastos indirectos de fabricación

Los gastos de fabricación o también llamados gastos indirectos son de naturaleza fija, dentro de este rubro se registra la mano de obra indirecta, útiles de aseo y seguros, capacitaciones, seguros, mantenimiento y reparación depreciaciones y amortizaciones. En el caso de las depreciaciones y amortizaciones no constituirán desembolsos reales de dinero sino más bien asientos contables que son importantes de registrar debido a que estas reservas permitirán reponer los activos desgastados.

**Tabla 3.30. Mano de obra indirecta**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
Jefe de enfermería	Profesional	1	1 083,17	12 998,04
			<b>Subtotal</b>	<b>12 998,04</b>
			<b>Imprevistos 2%</b>	<b>259,96</b>
			<b>Total</b>	<b>13 258</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 3.31. Capacitaciones**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
Capacitación	Cursos	4	1 250	5 000	5 000
				<b>Subtotal</b>	<b>5 000</b>
				<b>Imprevistos 2%</b>	<b>100</b>
				<b>Total</b>	<b>5 100</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.5.3. Mantenimiento y reparación

La reparación y mantenimiento garantiza el funcionamiento total del servicio, en caso de que algún activo fijo tangible tenga algún daño o desgaste por su uso, con este rubro se podrá cubrir este gasto.

**Tabla 3.32. Mantenimiento y reparación**

Descripción	Valor	%	Valor unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Maquinaria y equipo	4 985,6	0,03	149,6	12,5	149,6
Edificaciones	51 765,0	0,02	1035,3	86,3	1035,3
Equipos de cómputo	8 034,1	0,04	321,4	26,8	321,4
Muebles y enseres	2 257,7	0,02	45,2	3,8	45,2
				<b>Subtotal</b>	<b>1551,4</b>
				<b>Imprevistos</b>	
				<b>2%</b>	<b>31,0</b>
				<b>Total</b>	<b>1582,4</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla 3.33. Resumen de seguros**

Resumen de seguros					
Años	Maquinaria y equipo	Equipo de cómputo	Muebles y enseres	Edificaciones	Total
<b>1</b>	149,6	241,02	67,7	1 553,0	2 011,3
<b>2</b>	134,6	161,48	61,0	1 475,3	1 832,4
<b>3</b>	119,7	81,95	54,2	1 397,7	1 653,4
<b>4</b>	104,7	241,02	47,4	1 320,0	1 713,1
<b>5</b>	89,7	161,48	40,6	1 242,4	1 534,2
<b>6</b>	74,8	81,95	33,9	1 164,7	1 355,3
<b>7</b>	59,8	241,02	27,1	1 087,1	1 415,0
<b>8</b>	44,9	161,48	20,3	1 009,4	1 236,1
<b>9</b>	29,9	81,95	13,5	931,8	1 057,2
<b>10</b>	15,0	241,02	6,8	854,1	1 116,9

Elaborado por: La Autora.

#### 3.4.5.4. Depreciaciones

Los activos fijos tangibles están sujetos a depreciación, este rubro afecta al resultado de la evaluación del proyecto por el efecto que produce sobre el cálculo de impuestos provocando la pérdida de valor con el tiempo, de igual forma los activos diferidos o activos intangibles que están sujetos a amortización provocan la pérdida de valor contable; por ello se detalla a continuación los activos fijos tangibles y activos diferidos indispensables para la puesta en marcha de la empresa de servicios con una

descripción en línea recta de la inversión prevista, tiempo de vida útil, porcentaje de depreciación anual y el valor total anual.

Se elabora el cálculo de las depreciaciones con el método de depreciación en línea recta que indica una depreciación constante cada año, multiplicando la inversión del activo por el porcentaje de depreciación.

**Tabla 3.34. Resumen de depreciaciones**

<b>Resumen depreciaciones</b>					
<b>Años</b>	<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Equipo de cómputo</b>	<b>Muebles y enseres</b>	<b>Edificaciones</b>	<b>Total</b>
1	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
2	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
3	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
4	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
5	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
6	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
7	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
8	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
9	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8
10	498,6	2 651,2	225,8	2 588,3	5 963,8

Elaborado por: La Autora.

#### **3.4.6. Gastos administrativos**

Representan los gastos fijos que tendrá la empresa para una coordinación y gestión adecuada en el área administrativa y operativa, éstos no varían en función de los niveles de producción del servicio.

**Tabla 3.35. Gastos administrativos**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Gerente general	Profesional	1	1 611,5	1 611,5	19 338,0
Secretaria	Profesional	1	620,88	620,88	7 450,6
Contadora	Profesional	1	686,92	686,92	8 243,0
Guardia	Profesional	1	686,92	686,92	8 243,0
<b>Gastos generales</b>					
Consumo de energía eléctrica	Kw/h	1000	0,092	92	1 104,0
Consumo de agua potable	m3	130	0,56	72,8	873,6
Útiles de oficina	Kit	1	100	150	1 800,0
Materiales de limpieza	kit	1	60	60	720,0
Plan corporativo telefonía celular	Plan	1	250	250	3 000,0
Servicio telefónico	USD	1	400	400	4 800,0
Gastos de movilización	USD	1	700	700	8 400,0
				<b>Subtotal</b>	<b>63 972,2</b>
				<b>Imprevistos</b>	
				<b>2%</b>	<b>1 279,4</b>
				<b>Total</b>	<b>65 251,7</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.7. Gastos de marketing y ventas

Se refiere a las actividades esfuerzos relacionados con el proceso de comunicar y vender al cliente final los servicios que oferta la empresa de servicios, corresponderá a un costo fijo debido a que se pagará un sueldo fijo a los vendedores y encargados del call center.

**Tabla 3.36. Gastos de ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total mensual</b>	<b>Valor total anual</b>
Jefe de marketing y ventas	Profesional	1	1 083,17	1 083,2	12 998,04
Vendedor	Profesional	2	554,83	1 109,7	13 315,92
Call center	Profesional	2	509,93	1 019,9	12 238,32
Gastos de marketing y ventas	USD	1		2 816,7	3 3800
				<b>Subtotal</b>	<b>72 352,28</b>
				<b>Imprevistos</b>	
				<b>2%</b>	<b>1 447,05</b>
				<b>Total</b>	<b>73 799,33</b>

Elaborado por: La Autora.

### **Estrategias de marketing mix**

<b>Tácticas</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>Estrategias de servicio</b>	
Llamadas telefónicas en un lapso de 24 horas luego de haber entregado el servicio para conocer el desenvolvimiento del personal de auxiliares de enfermería en los domicilios y también conocer cualquier inquietud o queja.	\$200
Generar contenido útil para enseñar a las personas acerca del cuidado del adulto mayor a través de videos que serán posteados en la plataforma YouTube y compartidos en redes sociales, página web y correo electrónico.	\$10 000
Implementar la imagen corporativa de la empresa en uniformes para el personal.	\$900
<b>Estrategias de distribución</b>	
Realizar ventas vía telefónica.	\$400

Generar alianzas estratégicas con personal de salud que trabajen con adultos mayores y puedan recomendar el servicio, a cambio se les ofrecerá un beneficio económico como freelance o beneficios especiales cuando adquieran los servicios de la empresa.	\$10 000
<b>Estrategias de promoción</b>	
Elaborar tarjetas de presentación de la empresa y entregarlas a los clientes y vendedores para que puedan recomendar los servicios.	\$400
Dar a conocer los servicios que ofrece la empresa en redes sociales como Facebook, Twitter y plataformas que oferten servicios.	\$400
Realizar material POP.	\$2 000
Publicidad en paradas de trolebús, metrobus y ecovia.	\$2 500
Descuentos para clientes que requieran el servicio de forma mensual.	\$7 000
<b>Total</b>	<b>\$ 33 800</b>

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.8. Sueldos y salarios

Se describe de manera detallada la asignación de sueldos y salarios a cada miembro de la empresa, en la tabla de resumen se calculan los principales rubros que son considerados obligatorios para la empresa. Cabe recalcar que se calcula el salario de solo una persona y en las tablas antes descritas se incrementa el número según la cantidad de empleados requerido.



**Tabla 3.37. Rol de pagos**

<b>Cargo</b>	<b>Sueldo</b>	<b>IEES Personal</b>	<b>Total a cancelar mensual personal</b>
Gerente	1.200,00	112,2	1.087,80
Jefe de marketing y ventas	800,00	74,8	725,20
Jefe de enfermería	800,00	74,8	725,20
Auxiliar de enfermería	600,00	56,1	543,90
Secretaria	450,00	42,075	407,93
Contador	500,00	46,75	453,25
Vendedor	400,00	37,4	362,60
Equipo de call center	366,00	34,221	331,78
Guardia	500,00	46,75	453,25

<b>Cargo</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Fondo reserva</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Total beneficios</b>	<b>Total gasto mensual empresa</b>
Gerente	100,00	26,50	100,00	50,00	135,00	411,50	1.611,50
Jefe de marketing y ventas	66,67	26,50	66,67	33,33	90,00	283,17	1.083,17
Jefe de enfermería	66,67	26,50	66,67	33,33	90,00	283,17	1.083,17
Auxiliar de enfermería	50,00	26,50	50,00	25,00	67,50	219,00	819,00
Secretaria	37,50	26,50	37,50	18,75	50,63	170,88	620,88
Contador	41,67	26,50	41,67	20,83	56,25	186,92	686,92
Vendedor	33,33	26,50	33,33	16,67	45,00	154,83	554,83
Equipo de call center	30,50	26,50	30,50	15,25	41,18	143,93	509,93
Guardia	41,67	26,50	41,67	20,83	56,25	186,92	686,92

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.9. Gastos financieros

Representan los gastos ocasionados por la actividad orientada a financiar las inversiones con recursos externo, es decir los intereses generados por el préstamo solicitado para el funcionamiento del negocio, la ley tributaria permite cargar los intereses

generados como costos deducibles de impuestos. La fuente de financiamiento para financiar el proyecto será 49% fuentes internas que corresponde a capital propio y 51% capital ajeno mediante un crédito bancario.

**Tabla 3.38. Fuentes y usos**

Concepto	Valor	Préstamo		Recursos propios	
		%	Valor	%	Valor
Terreno	0,0	100	0,0	0	
Edificaciones	51 765,0	80	41 412,0	20	10 353
Maquinaria y equipo	4 986	80	3988	20	997,12
Equipo de oficina	8 034,1			100	8 034,1
Muebles y enseres	2 257,7			100	2 257,7
Activos fijo intangibles	836,4			100	836,4
Capital de trabajo	21 938,7			100	21 938,7
<b>Total</b>	<b>89 817,4</b>	<b>0,51</b>	<b>45 400,5</b>	<b>0,49</b>	<b>44 416,9</b>

### 3.4.9.1. Tabla de amortización

Definido el valor de los activos que serán adquiridos mediante un préstamo bancario se procede a elaborar la tabla de amortización que permite conocer el número de cuotas que se deben cancelar, el interés que se debe pagar, la amortización del préstamo y los saldos inicial y final. El monto total de 113 809,8 dólares con un plazo a pagar de 5 años, 10% de interés anual y pagos semestrales, para calcular el valor de los pagos periódicos se utilizó la fórmula para calcular la cuota mensual que es el valor que se pagará por los cinco años que se solicitó el préstamo.

**Fórmula:**

$$A = p * \frac{i * (1 + i)^n}{((1 + i)^n - 1)}$$

**Donde:**

A= cuota

p= préstamo

i= tasa de interés

n= número de periodos pago

**Tabla 3.39. Amortización**

	<b>Periodo</b>	<b>Pagos periódicos</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortiza- cion</b>	<b>Saldo insoluto</b>	<b>Pago anual interés</b>	<b>Amortiza- cion anual</b>
	<b>Semestre 45 400,5</b>						
1	41 790,9	5 879,6	2 270,0	3 609,5	41 790,9		
2	38 000,9	5 879,6	2 089,5	3 790,0	38 000,9	4 359,6	7 399,6
3	34 021,4	5 879,6	1 900,0	3 979,5	34 021,4		
4	29 842,9	5 879,6	1 701,1	4 178,5	29 842,9	3 601,1	8 158,0
5	25 455,5	5 879,6	1 492,1	4 387,4	25 455,5		
6	20 848,7	5 879,6	1 272,8	4 606,8	20 848,7	2 764,9	8 994,2
7	16 011,5	5 879,6	1 042,4	4 837,1	16 011,5		
8	10 932,5	5 879,6	800,6	5 079,0	10 932,5	1 843,0	9 916,1
9	5 599,6	5 879,6	546,6	5 332,9	5 599,6		
10	0,0	5 879,6	280,0	5 599,6	0,0	826,6	10 932,5

Elaborado por: La Autora.

#### **3.4.10. Proyección de costos**

La proyección de costos se ha realizado en función de los costos que genera el proyecto con proyección a diez años; se toma todos los costos que incurre el proyecto en el primer año de funcionamiento y se los va proyectando en función del crecimiento de ventas, los costos directos como mano de obra y materiales indirectos van incrementando de acuerdo a la tasa de crecimiento del 1,0584 que es la tasa en el que el mercado irá creciendo, además se registran los costos que incurrirán a lo largo de la vida útil del proyecto como las capacitaciones, las depreciaciones y la amortización que serán constantes en el tiempo, en el caso de los seguros irá disminuyendo su valor al paso del tiempo debido a que mientras más se deprecie el bien su valor será menor. Los gastos administrativos y gastos de ventas se han registrado como valor constante mientras que los gastos financieros desaparecen al sexto año en el que se estima que la empresa ha cancelado las deudas.

**Tabla 3.40. Proyección de costos**

<b>Tasa de crecimiento</b>	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Costos directos</b>										
Mano de obra directa	90 221,04	95 489,95	101 066,6	106 968,85	113 215,83	119 827,63	126 825,57	134 232,18	142 071,34	150 368,3
Mano de obra indirecta	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00
Capacitación	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00
Materiales directos	12 000,30	12 701,12	13 442,86	14 227,93	15 058,84	15 938,27	16 869,07	17 854,22	18 896,91	20 000,49
Mantenimiento y reparación	1 582,41	1 598,24	1 614,06	1 629,88	1 645,71	1 661,53	1 677,36	1 693,18	1 709,00	1 724,83
Seguros	2 011,27	1 832,36	1 653,44	1 713,14	1 534,22	1 355,31	1 415,00	1 236,09	1 057,18	1 116,87
Depreciaciones	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82
Amortizaciones	167,28	167,28	167,28	167,28	167,28					
<b>Total costos producción del servicio</b>	<b>130 304,12</b>	<b>136 110,8</b>	<b>142 266</b>	<b>149 028,89</b>	<b>155 943,69</b>	<b>163 104,57</b>	<b>171 108,82</b>	<b>179 337,49</b>	<b>188 056,25</b>	<b>197 532,3</b>
Gastos administrativos	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68
Gastos marketing y ventas	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33
Gastos financieros	4 359,57	3 601,11	2 764,92	1 843,01	826,61	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>273 714,70</b>	<b>278 762,9</b>	<b>284 082</b>	<b>289 922,91</b>	<b>295 821,31</b>	<b>302 155,58</b>	<b>310 159,83</b>	<b>318 388,50</b>	<b>327 107,26</b>	<b>336 583,3</b>

Elaborado por: La Autora.

En la siguiente tabla se clasifica los costos fijos y costos variables, entendiendo como costos fijos aquellos se producen exista o no producción, es decir no tienen relación alguna con el volumen de producción, además dentro de estos costos se debe registrar los costos efectivos o reales que son aquellos que desembolsan recursos de la empresa hacia terceros y los costos imputados representados por los intereses por el capital propio, depreciaciones y amortizaciones los cuales no son desembolsos reales de dinero sino más bien asientos contables importantes para la evaluación del proyecto .

**Tabla 3.41. Clasificación de costos**

<b>Costos fijos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Seguros	2 011,27	1 832,36	1 653,44	1 713,14	1 534,22	1 355,31	1 415,00	1 236,09	1 057,18	1 116,87
Depreciaciones	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82	5 963,82
Amortizaciones	167,28	167,28	167,28	167,28	167,28					
<b>Gastos</b>										
administrativos	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68	65 251,68
Gastos marketing y ventas	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33	73 799,33
Mano de obra indirecta	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00	13 258,00
Capacitación	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00	5 100,00
Gastos financieros	4 359,57	3 601,11	2 764,92	1 843,01	826,61	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mantenimiento y reparación	1 582,41	1 598,24	1 614,06	1 629,88	1 645,71	1 661,53	1 677,36	1 693,18	1 709,00	1 724,83
<b>Total costos fijos</b>	<b>171 493,36</b>	<b>170 571,8</b>	<b>169 572,5</b>	<b>168 726,14</b>	<b>167 546,64</b>	<b>166 389,67</b>	<b>166 465,19</b>	<b>166 302,10</b>	<b>166 139,01</b>	<b>166 214,5</b>
Mano de obra directa	90 221,04	95 489,95	101 066,6	106 968,85	113 215,83	119 827,63	126 825,57	134 232,18	142 071,34	150 368,3
Materiales directos	12 000,30	12 701,12	13 442,86	14 227,93	15 058,84	15 938,27	16 869,07	17 854,22	18 896,91	20 000,49
<b>Total costos variables</b>	<b>102 221,34</b>	<b>108 191,1</b>	<b>114 509,4</b>	<b>121 196,77</b>	<b>128 274,67</b>	<b>135 765,91</b>	<b>143 694,64</b>	<b>152 086,40</b>	<b>160 968,25</b>	<b>170 368,8</b>
<b>Costo total</b>	<b>273 714,70</b>	<b>278 762,9</b>	<b>284 082</b>	<b>289 922,91</b>	<b>295 821,31</b>	<b>302 155,58</b>	<b>310 159,83</b>	<b>318 388,50</b>	<b>327 107,26</b>	<b>336 583,3</b>

Elaborado por: La Autora.

### 3.4.11. Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos se elabora a partir de los costos totales que genera el proyecto, para determinar el costo unitario que representa para la producción del servicio se divide la demanda estimada para los costos totales. Tomando como referencia este costo unitario se asigna el valor de cobro por el servicio que deberá pagar el cliente, esto genera un margen de ganancia que percibirá la empresa, en este caso para el primer año la empresa percibe un margen del 15% que se obtuvo de restar los costos unitarios del cobro del servicio y este resultado dividirlo para el costo unitario y multiplicarlo por cien y para determinar los ingresos anuales se multiplica la proyección de la demanda con el cobro del servicio.

Debido a que el modelo se ha realizado en base a economías de escala se asume que mientras va creciendo la demanda del servicio, el costo unitario para producción del servicio va disminuyendo y la empresa irá obteniendo mayores ingresos anuales.

**Tabla 3.42. Presupuesto de ingresos**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Costos totales</b>	27 3714,7	278 762,9	284 082,0	289 922,9	295 821,3	302 155,6	310 159,8	318 388,5	327 107,3	336 583,3
Proyección de la demanda	2025	2144	2269	2401	2542	2690	2847	3014	3190	3376
Costo unitario	135	130	125	121	116	112	109	106	103	100
Cobro por servicio	137	137	137	137	137	137	137	137	137	137
Ingresos anuales	277 425	293 728	310 853	328 937	348 254	368 530	390 039	412 918	437 030	462 512

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.12. Evaluación financiera

La evaluación del proyecto permitirá determinar como inversionista el mayor o menor grado de mérito en la acción de asignar los escasos recursos a una la inversión específica. La evaluación se realiza desde el punto de vista del inversionista para medir

el nivel de utilidad que se obtendrá como justo rédito al riesgo de invertir recursos económicos en este proyecto.

### 3.4.12.1. Evaluación económico financiero del proyecto

Para obtener los principales indicadores de evaluación es necesario la utilización de instrumentos contables y financieros que ayudarán a determinar la factibilidad del proyecto.

### 3.4.12.2. Estado de situación inicial

El estado de situación inicial demuestra la situación económica de la empresa al inicio de las operaciones económicas; en este cuadro organizado de valores deben registrarse activos, pasivos y para cuadrar el estado se debe añadir el patrimonio que corresponderá al valor de los recursos propios.

**Tabla 3.43. Estado de situación inicial**

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
<b>Activo corriente</b>		<b>Pasivos a largo plazo</b>	
Caja/bancos	21 938,7	Préstamo largo plazo	45400,5
<b>Total activo corriente</b>	<b>21 938,7</b>	<b>Total pasivo largo plazo</b>	<b>45 400,5</b>
<b>Activo fijo</b>		<b>Patrimonio</b>	
Edificaciones	51 765,0	<b>Total patrimonio</b>	<b>44 416,9</b>
Maquinaria y equipos	4 985,6		
Equipos de cómputo	8 034,1		
Muebles y enseres	2 257,7		
<b>Total activo fijo</b>	<b>67 042,3</b>		
<b>Activos diferidos</b>	836,4	<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>89 817,4</b>
<b>Total activos</b>	<b>89 817,4</b>		

Elaborado por: La Autora.



### 3.4.12.3 Estado de resultados

El estado de resultados indica el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al final de un periodo de un año, se realiza utilizando el siguiente procedimiento:

#### Estado de resultados

	Ingresos
-	Costos de producción
=	Utilidad bruta
-	Costo de administración
-	Costo de ventas
=	Utilidad operacional
-	Costo financiero
=	Utilidad antes de reparto
-	15% reparto a trabajadores
=	Utilidad antes de impuestos
-	25% impuestos a la renta
=	Utilidad neta

Se realiza en función de proyecciones es decir sobre posibles resultados de la empresa por lo general en diez años.

**Tabla 3.44. Estado de resultados**

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Ingresos	277 425	293 728	310 853	328 937	348 254	368 530	390 039	412 918	437 030	462 512
Costo de producción	130 304,12	136 110,8	142 266	149 028,9	155 943,7	163 104,6	171 108,8	179 337,5	188 056,3	197 532,3
<b>Utilidad bruta</b>	147 121	157 617	168 587	179 908	192 310	205 425	218 930	233 581	248 974	264 980
Gastos administrativos	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252	65 252
Gastos de marketing y ventas	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799	73 799
<b>Utilidad operacional</b>	8 070	18 566	29 536	40 857	53 259	66 374	79 879	94 530	109 923	125 929
Gastos financieros	4 360	3 601	2 765	1 843	827	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Utilidad antes de reparto</b>	3 710	14 965	26 771	39 014	52 433	66 374	79 879	94 530	109 923	125 929
15% reparto trabajador	557	2 245	4 016	5 852	7 865	9 956	11 982	14 179	16 488	18 889
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	3 154	12 720	22 755	33 162	44 568	56 418	67 897	80 350	93 434	107 039
25% impuesto a la renta	788	3 180	5 689	8 290	11 142	14 105	16 974	20 088	23 359	26 760
<b>Utilidad neta</b>	2 365	9 540	17 067	24 871	33 426	42 314	50 923	60 263	70 076	80 280

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.12.4. Valor residual

El valor residual representa el valor monetario que tendrán los activos fijos que todavía tienen vida útil después de varios años de operación. Para este cálculo se utilizó la fórmula de valor contable que calcula el valor residual como la suma de valores contables o registro en libros de los activos.

**Fórmula:**

$$VR = \sum_{j=1}^n l_j - \left( \frac{l_j}{n_j} * d_j \right)$$

**Donde:**

**l<sub>j</sub>**= Valor inicial del activo (j)

**n<sub>j</sub>**= Número de años a depreciar el activo (j)

**d<sub>j</sub>**= Número de años ya depreciado del activo (j) al momento de la evaluación.

**Tabla 3.45. Valor residual**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Edificaciones	25 882,5
Equipos de cómputo	5 356,05
<b>Total</b>	<b>31 238,55</b>

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.12.5. Flujo de caja

El flujo de caja se presenta como un informe financiero que muestra los ingresos y egresos de efectivo que tendrá la empresa de servicio dentro de un periodo de diez años y permitirá determinar la rentabilidad de la inversión; en el flujo de caja proyectado se deberá incorporar información relativa a la depreciación, amortización, capital de trabajo, valor residual, utilidades y pérdidas.

Se inicia registrando la utilidad neta del ejercicio desde el primero al décimo año de operación del proyecto; luego se registra con signo positivo los gastos no desembolsables, aquellos que en el estado de resultados se restaron únicamente con fines

impositivos para deducción de impuestos y que no ocasiona salidas de caja reales. En la siguiente columna se registra con signo positivo el valor en libros de los activos fijos tangibles que queden luego del periodo de evaluación del proyecto y con signo negativo se deberá registrar los egresos no afectos a impuestos y que no aumentan ni disminuyen la naturaleza contables de la empresa. Al final se suma el capital de trabajo en el último año de evaluación del proyecto por cuanto es parte del patrimonio del inversionista y puede ser recuperable, también se debe sumar el valor del préstamo del año en cero y restar el valor de las amortizaciones o pago del capital del préstamo desde el año que se comience se pagar.

**Tabla 3.46. Flujo de caja**

Años	Utilidad neta	Depreciaciones	Valor residual	Capital de trabajo	Inversión inicial	Préstamo	Amortización	FNC
0					89 817,4	45 400,5		-44 416,9
1	2 365	6 131					7 399,6	1 096,8
2	9 540	6 131					8 158,0	7 513,3
3	17 067	6 131					8 994,2	14 203,4
4	24 871	6 131			8 034,07		9 916,1	13 052,4
5	33 426	6 131					10 932,5	28 624,4
6	42 314	5 964						48 277,5
7	50 923	5 964			8 034,07			48 852,7
8	60 263	5 964						66 226,3
9	70 076	5 964			8 034,07			68 005,4
10	80 280	5 964	31 238,55	21 938,7	8 034,07			131 386,5

Elaborado por: La Autora.

#### 3.4.12.6. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad corresponde a la rentabilidad que el inversionista exige a la inversión por renunciar al uso de recursos en otros proyectos y se aplicará en forma de porcentaje para descontar los flujos nominales de caja para atraer a un valor presente los flujos futuros. Se calcula el costo de capital que es el costo de los recursos propios y ajenos que forman parte de la tasa de descuento y que se utilizará para actualizar los flujos de caja del proyecto.

### 3.4.12.7. Costo de la tasa de descuento para el inversionista

El costo de la deuda es el valor adicional que se debe pagar por haber utilizado los recursos ajenos o externos y deberán ser pagados en fechas posteriores; es decir la diferencia entre el valor recibido y el valor devuelto, la diferencia entre el valor recibido y el valor devuelto forma el costo que se debe pagar por la deuda. Para obtener el costo de oportunidad para el flujo de caja del inversionista se utiliza la fórmula de la tasa ponderada entre el costo de capital ajeno y el propio:

$$C_o = (TA) (1-t) (\text{peso \% de préstamo}) + (TP) (\text{peso \% recursos propios}) + (\% \text{ de riesgo})$$

**Tabla 3.47. Costo de oportunidad**

<b>TP</b>	0,04
<b>TA</b>	0,1
<b>% RP</b>	0,49
<b>% RAJ</b>	0,51
<b>TLR</b>	0,08
<b>1-t</b>	0,3625
<b>i</b>	0,118104

Elaborado por: La Autora.

El costo real de la deuda representa solo el 1,12%.

### 3.4.13. Criterios de evaluación

#### 3.4.13.1 Criterio del valor actual neto VAN

El VAN significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calcula obteniendo la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica. Este criterio de evaluación es favorable siempre que sea positivo o igual a cero, es decir lo ideal es cuando la inversión inicial es menor, los flujos futuros mayores y menor interés. Para este cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{FNCt}{(1+i)^n} - I_0$$

**Donde:**

**FNC**= Beneficio neto del flujo de caja en el periodo t

**i**= costo de oportunidad

El cálculo para el primer año será:  $\frac{1\ 097}{(1+0,118104)^1}$

De la misma forma se obtiene para el resto de años.

**Tabla 3.48. Valor actual neto del inversionista VAN**

Periodo	FNC	FNCA
0	-44417	-44417
1	1097	981
2	7513	6010
3	14203	10161
4	13052	8351
5	28624	16380
6	48277	24709
7	48853	22362
8	66226	27113
9	68005	24900
10	131386	43026
<b>VAN</b>		<b>139576</b>

**Elaborado por:** La Autora.

El valor de \$139 576 que representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado la inversión inicial del proyecto traídos a valor presente.

### 3.4.13.2. Tasa interna de retorno TIR

El TIR indica el porcentaje de rentabilidad que obtiene el inversionista en el proyecto, este criterio de evaluación calcula el proyecto en base a una tasa única de rendimiento por período donde los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos,

es decir la tasa máxima que el inversionista estaría en capacidad de cubrir sin perder dinero. Se utiliza la fórmula que permite determinar el TIR mediante aproximaciones sucesivas que parte de una tasa menor que da como resultado un VAN positivo y una tasa menor que de un VAN negativo y luego por interpolación obtener la tasa que hace cero el flujo actualizado de ingresos y egresos.

**Fórmula:**

$$\text{TIR} = tm + (TM - tm) \left( \frac{\text{VAN}_{tm}}{\text{VAN}_{tm} - \text{VAN}_{TM}} \right)$$

Aplicando los valores:

$$\text{TIR} = 0,3761 + (0,3961 - 0,3761) \left( \frac{1959,536}{1959,536 + 1849,27} \right)$$

$$\text{TIR} = 38,6\%$$

**Tabla 3.49. Tasa interna de retorno TIR**

Años	FNC	Tasa 37,613	Tasa 39,613
0	-44417	-44417	-44417
1	1097	797	786
2	7513	3967	3855
3	14203	5450	5219
4	13052	3640	3435
5	28624	5800	5396
6	48277	7109	6519
7	48853	5227	4725
8	66226	5149	4588
9	68005	3842	3374
10	131386	5395	4670
<b>TIR</b>		1959,5362	-1849,27

Elaborado por: La Autora.

El 38,6% significa el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá por cada dólar invertido de los recursos en el proyecto, es decir el efecto apalancamiento es positivo ya que con menos dinero invertido de los recursos propios la rentabilidad es superior a la que se presenta en la evaluación del proyecto en su conjunto.

### 3.4.13.3. Periodo de recuperación de la inversión PRI

Este indicador da a conocer el tiempo en que se puede recuperar el dinero invertido en el proyecto, determinando que se recuperará el recurso propio invertido en el tercer año. Se calcula mediante la sumatoria de los flujos en valor actual hasta el periodo en que la sumatoria da como resultado un valor igual o superior a la inversión inicial, en el proyecto, se recupera la inversión en el segundo año de operación del proyecto.

**Tabla 3.50. Periodo de recuperación de la inversión**

<b>Periodo</b>	<b>FNC</b>	<b>FNCA</b>	<b>FNCAA</b>
0	-44417	-44417	-44417
1	1097	981	-43436
2	7513	6010	-37426
3	14203	10161	-27265
4	13052	8351	-18913
5	28624	16380	-2533
6	48277	24709	22176
7	48853	22362	44538
8	66226	27113	71650
9	68005	24900	96551
10	131386	43026	139576

**Elaborado por:** La Autora.



#### **3.4.13.4. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se describe como aquel nivel de producción en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales, es decir la empresa de servicios ni pierde ni gana, con este análisis se puede determinar que a partir del punto de equilibrio hacia arriba existen ganancias, en cambio hacia abajo se producen pérdidas. Esta valoración no es una técnica para evaluar la rentabilidad real de inversión debido a que no toma en cuenta la inversión inicial que da origen a la rentabilidad del proyecto y porque existe dificultad en identificar los costos fijos y variables dando como resultados sesgos que afectan el punto de equilibrio. Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas}}}$$

**Tabla 3.51. Punto de equilibrio**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Descripción</b>										
Costo fijo	171 493,4	170 571,8	169 572,5	168 726,1	167 546,6	166 389,7	166 465,2	166 302,1	166 139	166 214,5
Costo variable	102 221,3	108 191,1	114 509,4	121 196,8	128 274,7	135 765,9	143 694,6	152 086,4	160 968,2	170 368,8
<b>Costo total</b>	<b>273 714,7</b>	<b>278 762,9</b>	<b>284 082</b>	<b>289 922,9</b>	<b>295 821,3</b>	<b>302 155,6</b>	<b>310 159,8</b>	<b>318 388,5</b>	<b>327 107,3</b>	<b>336 583,3</b>
Ingresos	277 425	293 728	310 853	328 937	348 254	368 530	390 039	412 918	437 030	462 512
Punto de equilibrio	271 550	270 036,4	268 468,8	267 161,9	265 246,7	263 440,9	263 565,7	263 270	263 012,7	263 145,7
Número de servicios	2 025	2 144	2 269	2 401	2542	2 690	2847	3 014	3 190	3 376
Costo variable unitario	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5	50,5
Precio de venta unitario	137	137	137	137	137	137	137	137	137	137
Punto de equilibrio en servicio	1 982	1 971	1 960	1 950	1 936	1 923	1 924	1 922	1 920	1 921

**Elaborado por:** La Autora.

### **3.4.14. Índices financieros**

Los índices financieros permiten analizar el comportamiento y desarrollo interno de la empresa.

#### **3.4.14.1. Rentabilidad sobre la inversión total**

El ROI ayuda al inversionista a medir la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida y la inversión utilizada para obtener dicha ganancia. Mientras más alto es el ROI más eficiente es la empresa al usar el capital para generar utilidades, si el ROI menor o igual a cero significa que el inversionista está perdiendo dinero. Para calcular la rentabilidad sobre la inversión total se utilizará la siguiente fórmula:

$$\mathbf{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión total}} * 100$$

$$\mathbf{ROI} = \frac{2\ 365}{89\ 817,4} * 100$$

La inversión tendrá una utilidad del 2,63%, es decir que la empresa será eficiente al usar el capital para generar dicha utilidad.

#### **3.4.14.2. Rentabilidad sobre los recursos propios**

El ROE mide el rendimiento que obtienen los inversionistas de los fondos invertidos en el proyecto; es decir mide la capacidad que tiene la empresa de remunerar a los inversionistas, en definitiva mide la capacidad que tiene cada dólar de capital para proporcionar un cierto rendimiento dentro de la empresa.

Para el cálculo de la rentabilidad sobre recursos propios se utilizó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión recursos propios}} * 100$$

$$\mathbf{ROE} = \frac{2\,365}{44\,416,9}$$

La rentabilidad sobre recursos propios es del 5,32%.

### **3.4.14.3. Rentabilidad sobre las ventas**

Indicador conocido también como ratio de rentabilidad de las ventas mide la eficiencia que alcanzará la empresa durante sus operaciones y ayuda a tomar decisiones para mejorarla. Para el cálculo de la rentabilidad sobre recursos propios se utilizó la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Rentabilidad\ sobre\ ventas} = \frac{\mathbf{Utilidad\ bruta}}{\mathbf{Ventas}}$$

$$\mathbf{MB} = \frac{147\,121}{2\,477\,425}$$

La rentabilidad sobre ventas es del 0.059 es decir que el 5,94% de cada dólar que genera la empresa de servicios están disponibles para cubrir los costos generales y producir ganancias.

## CAPÍTULO 4

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Conclusiones

Según el estudio realizado, se puede concluir que la empresa de servicios de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores “Harmony” es técnicamente factible y económicamente rentable.

La empresa Harmony tiene una ventaja con respecto a la competencia debido a que no existe en el mercado quiteño una empresa que ofrezca un servicio igual al propuesto y esto genera que se pueda captar la mayor cantidad de clientes que estén interesados por los servicios que ofrece la empresa.

Como la empresa va a ser nueva en el mercado debe enfocar sus esfuerzos en comunicar sobre la existencia de la empresa y los servicios que ofrece, por ello es necesario poner en marcha las estrategias de marketing expuestas con el fin de llegar al mercado objetivo y presentarles la nueva propuesta de servicio.

Con la investigación de mercados realizada se ha determinado que existe un 80,2% de familias que estarían dispuestas a contratar y pagar este servicio lo cual representa un porcentaje alto de personas dispuestas a adquirir el servicio.

Mediante los factores de diferenciación descritos se podrá obtener una mayor oportunidad para captar clientes, fidelizarlos y que prefieran los servicios de la empresa antes que la competencia.

El enfoque que desea dar la empresa sobre brindar un servicio de calidad con apoyo de tecnología que permita la eficiencia en el proceso de servicio, personal capacitado y motivado para cumplir sus labores y establecer estándares de servicio desde el primer contacto del empleado con el cliente, hará que los clientes se sientan satisfechos con las empresa y recomienden a otras personas el servicio.

En la evaluación financiera se ha determinado que la utilidad neta esperada para el primer año sea de \$2 365, con una inversión inicial de \$89 817,4 se obtiene un valor actual neto de \$139 576 que al ser mayor a cero demuestra que el proyecto es rentable.

El TIR que representa el 38,6% y expresa que es el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá por cada dólar invertido de los recursos en el proyecto, el PRI demuestra que la empresa recuperará sus recursos propios al sexto año por ello se considera que el proyecto es financieramente factibles para su implementación.

#### **4.2. Recomendaciones**

Se recomienda poner en marcha la empresa de servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores debido a que se ha comprobado su rentabilidad financiera y aceptación del mercado.

Se recomienda que la empresa ejecute de manera organizada el plan elaborado para poner en marcha la empresa de servicios.

Se sugiere que la empresa utilice su posicionamiento, estrategias de marketing y las ventajas competitivas establecidas para dar a conocer al mercado la marca y así captar clientes y generar ingresos.

Se recomienda que la empresa mantenga los estándares establecidos al momento de ofrecer sus servicios y que se genere una cultura empresarial enfatizándose en los valores establecidos y direccionados por la misión y visión de la empresa.

Se recomienda que la empresa habitualmente analice las estrategias de marketing que va a poner en práctica en base a las tendencias y requerimientos del mercado objetivo, además se sugiere que la empresa evalúe el entorno interno y externo ya que cualquier cambio podría afectar de manera positiva o negativa su desenvolvimiento en el mercado.

Se sugiere que se inviertan de la manera indicada anteriormente en el estudio financiero los recursos para la creación de la empresa y que la empresa no trate de limitar recursos ya que todas las inversiones se han evaluado en beneficio de la empresa.

Controlar periódicamente los resultados obtenidos en cuanto al crecimiento, evolución y análisis de los índices financieros de la empresa para evaluar si la empresa está generando los resultados esperados.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central del Ecuador – BCE (2016). Disponible en:

<http://www.bce.fin.ec>

Barreno, L. (2007). *Manual de formulación y evaluación de proyectos*. Quito-Ecuador

Cañal, L. (2015). Definición de un negocio según la NIFF 3. *EY Building a better working world*, 3 (1-7). Recuperado de [www.ey.com/es](http://www.ey.com/es)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2015). Disponible en:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Lluch, R. Napolez, E. (2011). *Influencia del bienestar subjetivo en la calidad de vida de adultos mayores*. Las Tunas – Cuba: El Cid

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Kotler, P. y Armstrong, G (2013). *Fundamentos de marketing* (11<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (15<sup>a</sup> ed.). México: Pearson.

Matilla, K. (2011). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC

Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2011). *Manual para cuidadores de la persona adulta mayor dependiente*. Quito-Ecuador: Martis

Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014). *Guía operativa del modelo de atención y gestión domiciliaria del buen vivir para el adulto mayor*. Quito-Ecuador: Martis. Disponible en:



<http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/guia-pam-atencion-domiciliaria.pdf>

Sivera, S. (2008). *Marketing viral*. España: UOC

Superintendencia de Compañías (2016). Disponible en:

<http://www.supercias.gob.ec>

Zorita, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC

Zeithaml, V. Bitner, M. y Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios*. (5<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.

## ANEXOS

### Anexo A.- Encuesta

La presente encuesta se realiza con fines académicos para obtener información sobre la percepción del consumidor acerca de un nuevo servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores en Quito por lo que se requiere de su participación que será de utilidad para esta investigación.

- 1. ¿Vive usted con un familiar que esté en la tercera edad (65 años en adelante) o es responsable directo del mismo?**

1.1 Si

1.2 No

Si su respuesta es NO por favor termine la encuesta caso contrario continúe a la pregunta No. 2

- 2. ¿Qué parentesco tiene con el adulto mayor?**

2.1 Hijo/a

2.2 Conyugue

2.3 Nieto/a

2.4 Otro (especifique) \_\_\_\_\_

- 3. ¿Actualmente el adulto mayor vive con un familiar o en un centro de cuidado?**

3.1 Familiar

3.2 Centro de cuidado

3.3 Otro (especifique)

Si su respuesta es centro de cuidado por favor conteste la pregunta número 4 y finalice la encuesta.

**4. Marque con una X la razón por las que enviaría o ha enviado al adulto mayor a un centro de cuidado.**

4.1 Atención especializada

4.2 Cuidado temporal por falta de tiempo

4.3 Compartir con gente de la misma edad

4.4 Otros (especifique)\_\_\_\_\_

**5. Marque con una X la razón que considera más importante por las que tendría o tiene al adulto mayor viviendo en su casa con su familia y no en un centro de cuidado.**

5.1 Autosuficiente

5.2 Apoyo de la familia

5.3 Necesidad de compañía

5.4 Vive en su propia casa

5.5 Otros (especifique)\_\_\_\_\_

**6. ¿El adulto mayor tiene algún tipo de malestar, discapacidad o enfermedad?**

6.1 Si

6.2 No

Si marca la respuesta SI, por favor mencione que enfermedad, malestar o discapacidad que padece.

\_\_\_\_\_

**7. Cuando el adulto mayor sufre de algún padecimiento o crisis ¿En qué lugar es atendido?**

7.1 Centro médico

7.2 Hospital

7.3 Clínica privada

7.4 Otro (especifique)\_\_\_\_\_

**8. ¿Cuál es el nivel de dependencia del adulto mayor en cuanto a las actividades de la vida diaria básicas?**

- 8.1 Dependencia severa
- 8.2 Dependencia moderada
- 8.3 Dependencia leve
- 8.4 Autónomo

**9. ¿Actualmente el adulto mayor realiza algún tipo de terapia física o psicológica?**

- 9.1 Si
- 9.2 No

Si la respuesta es SI mencione el tipo de terapia que está realizando el adulto mayor \_\_\_\_\_

**10. ¿Considera usted que es importante la atención médica domiciliaria para adultos mayores?**

- 10.1 Si
- 10.2 No

**11. ¿Considera usted necesario la ayuda de personal de enfermería en su domicilio para cuidado por horas, parcial o permanente del adulto mayor?**

- 11.1 Si
- 11.2 No

**12. Si existiera una empresa que brinda servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal para adultos mayores ¿Estaría dispuesto a contratar y pagar?**

- 12.1 Si
- 12.2 No

Si su respuesta es NO explique sus razones y finalice la encuesta.

---

---

**13. Si contratara el servicio a domicilio de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores ¿Cuál sería su forma de pago?**

- 13.1 Efectivo
- 13.2 Cheque
- 13.3 Tarjeta de crédito

**14. ¿Por qué medio le gustaría recibir más información de los servicios de la empresa de enfermería y cuidado temporal de adultos mayores?**

- 14.1 Correo electrónico
- 14.2 Redes sociales
- 14.3 Página web
- 14.4 Medios impresos (revistas, periódicos)
- 14.5 Medios tradicionales (televisión, radio)

***¡Gracias por su atención!***

## ANEXOS

### Anexo B.- Tablas resumen de depreciaciones

**Tabla B.1. Depreciación en línea recta**

Concepto	Inversión	Vida útil	%	Valor total anual
Edificaciones	51 765	20	5%	2 588,25
Maquinaria y equipo	4 985,6	10	10%	498,6
Equipo de cómputo	8 034,1	3	33%	2 651,2
Muebles y enseres	2 257,7	10	10%	225,8
<b>Total depreciación</b>				<b>5 963,8</b>
Activos diferidos	836,4	5		167,3
<b>Total</b>				<b>6 131,1</b>

Elaborado por: La Autora.

**Tabla B.2. Edificaciones**

Concepto	Valor	Cuota	Valor residual	Seguro 3%
<b>Edificaciones</b>	51765,0			1553,0
Vida útil	20	2588,3	51765,0	1553,0
Porcentaje	5	2588,3	49176,8	1475,3
		2588,3	46588,5	1397,7
		2588,3	44000,3	1320,0
		2588,3	41412,0	1242,4
		2588,3	38823,8	1164,7
		2588,3	36235,5	1087,1
		2588,3	33647,3	1009,4
		2588,3	31059,0	931,8
		2588,3	28470,8	854,1

Elaborado por: La Autora.

**Tabla B.3. Maquinaria y equipos**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Cuota</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Seguro 3%</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>	4985,6			149,6
Vida útil	10	498,6	4985,6	149,6
Porcentaje	10	498,6	4487,0	134,6
		498,6	3988,5	119,7
		498,6	3489,9	104,7
		498,6	2991,4	89,7
		498,6	2492,8	74,8
		498,6	1994,2	59,8
		498,6	1495,7	44,9
		498,6	997,1	29,9
		498,6	498,6	15,0

Elaborado por: La Autora.

**Tabla B.4. Equipo de cómputo**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Cuota</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Seguro 3%</b>
<b>Equipo de cómputo</b>	8034,1			241,0
Vida útil	3	2651,2	8034,1	241,0
Porcentaje	33,33	2651,2	5382,8	161,5
		2651,2	2731,6	81,9

Elaborado por: La Autora.

**Tabla B.5. Muebles y enseres**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Cuota</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Seguro 3%</b>
<b>Muebles y enseres</b>	2257,7			67,7
Vida útil	10	225,8	2257,7	67,7
Porcentaje	10	225,8	2031,9	61,0
		225,8	1806,1	54,2
		225,8	1580,4	47,4
		225,8	1354,6	40,6
		225,8	1128,8	33,9
		225,8	903,1	27,1
		225,8	677,3	20,3
		225,8	451,5	13,5
		225,8	225,8	6,8

Elaborado por: La Autora.