PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS PARA ACOMPAÑAMIENTO A ADULTOS MAYORES EN LA CIUDAD DE QUITO

LADY VIVIANA MONAR PAZMIÑO

DIRECTOR: MGTR. CHRISTIAN FAJARDO

ESTRUCTURAS DE MERCADOS, DE PRODUCTOS, DE FIJACIÓN DE PRECIOS, DE DISTRIBUCIÓN, DE COMUNICACIÓN E IMAGEN, DE POSICIONAMIENTO DE MERCADOS

QUITO ENERO 2020

DIRECTOR:

Mgtr. Christian Fajardo

INFORMANTES:

Mgtr. Arellano Jaqueline

Mgtr. Rueda Iván

DEDICATORIA

Dedicado a Dios quien ha sido un guía espiritual durante toda mi vida, quien ha motivado cada día de mi carrera, y ha bendecido las decisiones que he tomado.

A mis amados padres, Javier y Karina, por su amor, esfuerzo y sobre todo sacrificio para que yo pueda cumplir mis sueños.

A mis hermanos, Erick y Miller, por su apoyo moral y por llenarme de gran felicidad y paz en los momentos difíciles.

A mis familiares y amigos, quienes supieron acompañarme y alentarme en todo momento.

Lady

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres, por su apoyo incondicional durante mi carrera. Por confiar en mí, es gracias a su impulso que he logrado culminar mis estudios.

A mi apreciado tutor Christian Fajardo, quien, con su conocimiento y experiencia, guío cada palabra de este trabajo. Por su paciencia y disposición.

A mis maestros que, a lo largo de la carrera, inspiraron mi aprendizaje y amor por mi profesión.

Lady

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO I: ANÁLISIS DEL SECTOR 2

1.1. ATENCIÓN A LAS PERSONAS MAYORES EN ECUADOR 2

1.1.1. Servicios domiciliarios 3

1.1.2. Servicios intermedios 3

1.2. ENVEJECIMIENTO 6

1.2.1. Adultez mayor 6

1.2.2. Reducción de la fecundidad y aumento del número de personas mayores 7

1.2.3. Estadísticas de la población mayor en ciudad de Quito 9

1.3. CALIDAD DE VIDA DEL ADULTO MAYOR 10

1.3.1. Salud 11

1.3.2. Integración social 12

1.3.3. Habilidades funcionales 13

1.3.4. Actividad y ocio 14

1.3.5. Satisfacción con la vida 15

1.3.6. Ingresos 15

2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO 17

2.1. PLAN DE NEGOCIOS 17

2.1.1. Definición del plan de negocios 17

2.1.2. Importancia del plan de negocios 18

2.1.3. Ventajas y desventajas del plan de negocios 19

2.2. MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS 21

2.2.1. Misión 23

2.2.2. Visión 24

2.2.3. Valores 25

2.2.4. Estrategia 25

2.2.5. Análisis interno y externo 28

3. CAPÍTULO III: DISEÑO DEL PROYECTO 32

3.1. ENCUESTA 32

3.1.1. Objetivo de la encuesta 32

3.1.2. Diseño de la encuesta 32

3.1.2. Corrida de la encuesta 36

3.1.3. Tabulación de la encuesta *38*
3.1.4. Representación gráfica de los resultados e interpretación *39*
3.2. VALORES EMPRESARIALES 53
3.2.2. Misión *53*
3.2.3. Visión *54*
3.2.4. Código de ética de la empresa *54*
3.3. POLÍTICAS ORGANIZACIONALES 56
3.3.2. Para empleados *56*
3.3.3. Para clientes *57*
3.3.4. Para proveedores *58*
3.4. PLANEACIÓN 59
3.4.2. Objetivos a Largo Plazo *59*
3.4.3. Objetivos a Corto y Mediano Plazo *59*
3.4.4. Análisis de las cinco fuerzas de Porter *60*
3.4.5. FODA *62*
3.5. Planificación Estratégica *67*
3.5.1 Planificación Operativa (POA) y Táctica *69*
3.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 75
3.6.1. Organigrama estructural *75*
3.6.2. Organigrama Funcional *75*
3.7. CONTROL Y MONITOREO **82**
3.7.1. MONITOREO ADMINISTRATIVO DE EMPLEADOS 83
3.7.2. MONITOREO ADMINISTRATIVO DE CLIENTES 84
3.7.3. MONITOREO ADMINISTRATIVO DE PROVEEDORES 85
4. CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO **86**
4.1. INVERSIÓN INICIAL 86
4.1.1. Activos fijos *87*
4.1.2. Activos intangibles *89*
4.2. COSTOS Y GASTOS 90
4.2.1. Costos del servicio *90*
4.2.2. Gastos administrativos *91*
4.2.3. Gastos de ventas *91*
4.3. PRESUPUESTO 92
4.3.1. Ingresos *92*

4.3.2. Egresos *92*
4.4. ESTADOS FINANCIEROS 93
4.4.1. Balance General Proyectado *93*
4.4.2. Estado de resultados integral *94*
4.4.3. Flujo de efectivo proyectado *94*
4.5. MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO A TRAVÉS DEL TIEMPO 96
4.5.1. Tasa de Descuento *96*
4.5.2. Valor presente neto (VPN O VAN) *97*
4.5.3. Tasa interna de retorno (TIR) *97*
4.5.4. Período de recuperación de inversión *98*
4.5.5. Relación beneficio costo *99*
4.6. MÉTODOS DE EVALUACIÓN QUE NO TOMAN EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO A TRAVÉS DEL TIEMPO 100
4.7. ÍNDICES FINANCIEROS 100
4.8. PUNTO DE EQUILIBRIO 100
4.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 101
CONCLUSIONES 103
RECOMENDACIONES 104
BIBLIOGRAFÍA 105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Adultos mayores en Quito 10
Tabla 2: Valores según nivel de confianza 37
Tabla 3: Edad 39
Tabla 4: Sexo 40
Tabla 5: Pregunta 1 41
Tabla 6: Pregunta 2 42
Tabla 7: Pregunta 3 43
Tabla 8: Pregunta 4 44
Tabla 9:Pregunta 5 45
Tabla 10: Pregunta 6 46
Tabla 11: Pregunta 7 47
Tabla 12: Pregunta 8 48
Tabla 13: Pregunta 9 49
Tabla 14: Pregunta 10 50
Tabla 15: Pregunta 11 51
Tabla 16: Pregunta 12 52
Tabla 17: Análisis FODA 63
Tabla 18: Matriz de Estrategias FODA 64
Tabla 19:Matriz de Factores Externos (EFE) 65
Tabla 20:Matriz de Factores Internos (EFI) 66
Tabla 21:Planificación Estratégica 68
Tabla 22:POA Departamento Administrativo 70
Tabla 23: POA Departamento Financiero 71
Tabla 24: POA Departamento Comercial y Servicios 72
Tabla 25: POA Departamento de Coordinación y Logística 73
Tabla 26: Plan de Contingencia 74
Tabla 27: Monitoreo Administrativo de Empleados 83
Tabla 28: Monitoreo Administrativo de Clientes 84
Tabla 29: Monitoreo Administrativo de Proveedores 85
Tabla 30: Inversión Inicial 86
Tabla 31: Activos Fijos 87
Tabla 32: Maquinaria y Equipo 87

Tabla 33: Equipo telefónico 88
Tabla 34: Equipo de cómputo 88
Tabla 35: Muebles y enseres 89
Tabla 36: Gastos de constitución 89
Tabla 37: Costos del servicio 90
Tabla 38: Gastos administrativos 91
Tabla 39: Gastos de ventas 91
Tabla 40: Ingresos 92
Tabla 41: Egresos 92
Tabla 42: Balance General Proyectado 93
Tabla 43: Estado de Resultados Integral 94
Tabla 44: Flujo de Caja Proyectado 95
Tabla 45: Tasa de descuento 96
Tabla 46: Valor Actual Neto 97
Tabla 47: Tasa Interna de Retorno 98
Tabla 48: VAN Actualizado 98
Tabla 49: Periodo de recuperación de la inversión 98
Tabla 50: Datos cálculo PRI 99
Tabla 51: Resultado PRI 99
Tabla 52: Relación Costo Beneficio 99
Tabla 53: Índices Financieros 100
Tabla 54: Punto de Equilibrio 101
Tabla 55: Análisis de sensibilidad 102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Servicios sociales para mayores 2
Figura 2: Adultos mayores en Quito 10
Figura 3: Fórmula para calcular la muestra 37
Figura 4: Cálculo de muestra 38
Figura 5: Edad 39
Figura 6: Sexo 40
Figura 7: Pregunta 1 41
Figura 8: Pregunta 2 42
Figura 9: Pregunta 3 43
Figura 10: Pregunta 4 44
Figura 11: Pregunta 5 45
Figura 12: Pregunta 6 46
Figura 13: Pregunta 7 47
Figura 14: Pregunta 8 48
Figura 15: Pregunta 9 49
Figura 16: Pregunta 10 50
Figura 17: Pregunta 11 51
Figura 18: Pregunta 12 52
Figura 19: Organigrama estructural 75
Figura 20: Fórmula PRI 98

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios para acompañamiento a adultos mayores ubicada en la ciudad de Quito.

La finalidad de contribuir con este emprendimiento es facilitar la calidad de vida del adulto mayor, que estando en condiciones de media o gran dependencia, requieren un cuidado diario personalizado para llevar a cabo sus actividades cotidianas.

Para su desarrollo este proyecto cuenta con cuatro capítulos estructurados de la siguiente forma; en el primer capítulo se realiza un análisis del sector para saber cómo se encuentra el entorno en el que se desenvolverá la empresa y sus competidores. El segundo capítulo tiene una base teórica que antecede al detalle del proyecto, mismo que se ve reflejado en el tercer capítulo, que inicia con un estudio de mercado y posterior se especifica la propuesta administrativa y comercial del proyecto. Finalmente, el cuarto y último capítulo, es un estudio financiero mediante el cual, a través de proyecciones sobre ingresos y gastos, se puede determinar la factibilidad de la implementación del proyecto, concluyendo que es factible puesto que, todos los indicadores financieros dieron resultados favorables.

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, los avances de la ciencia y medicina han brindado mayor esperanza de vida al mundo, especialmente a la población mayor, misma que a partir de la década de los 50s ha ido incrementando considerablemente. Según el Fondo de Población de las Naciones Unidas la tasa de envejecimiento ha aumentado a un 11,2%, mientras que, la expectativa de acuerdo con pronósticos estadísticos para el año 2040 asciende porcentualmente a un 21% (Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2017).

Con esta perspectiva, los adultos mayores se convierten en un grupo poblacional cada vez más demandante, y con necesidades actuales insatisfechas, pues, tanto las personas mayores dependientes, como aquellas que viven bajo la tutela de familiares, están en constante búsqueda de servicios que los ayude a mantenerse activos y saludables.

De esta manera, nace la idea de brindar un servicio personalizado a cada adulto mayor, bien sean por necesidades médicas, sanitarias, de recuperación funcional e incluso acompañamiento social con el objetivo de motivar la autonomía de la persona y el envejecimiento digno.

A través del presente proyecto, se realiza un estudio demográfico y competitivo sobre el entorno en el cual se precisa implementar el negocio, así como también, el estudio de mercado que permite determinar su factibilidad. Posteriormente, se realiza un detalle de la propuesta de negocio junto con un análisis de rentabilidad financiera con una proyección de 5 años.

CAPÍTULO I ANÁLISIS DEL SECTOR

1.1.Atención a las personas mayores en Ecuador

La atención a personas mayores está compuesta por una serie de servicios sociales que brinda apoyo a la realización de diferentes actividades, bien estas sean sociales o de tipo sociosanitarias, cuando el envejecimiento los lleva a situaciones de dependencia o soledad (Sanitas, 2019).

Dichas prestaciones sociales, abarcan servicios de ayuda a domicilio, residencias, estancias temporales, centros de día, sistemas alternativos de alojamiento y otras asistencias sociosanitarias (Roque, 2017).

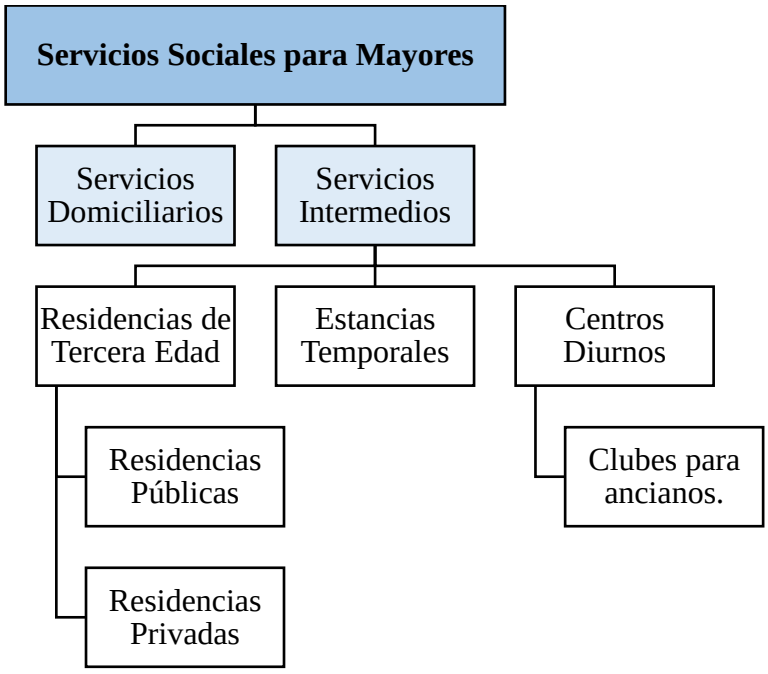


Figura 1: Servicios sociales para mayores

1.1.1. Servicios domiciliarios

Con el incremento de la población anciana, el gobierno ha implementado el proyecto denominado “Misión mis mejores años”, su objetivo es promover servicios a adultos mayores que mejoren su calidad de vida (MInisterio de Inclusión Económica y Social, 2019).

La finalidad de este proyecto es promover diferentes servicios para el cuidado de adultos mayores que por diferentes razones no pueden desplazarse a un centro de ayuda gerontológica y dependen de un tercero para movilizarse o realizar actividades básicas e instrumentales de la vida diaria.

Incluye actividades familiares de cuidado y recreativas, destinadas a fomentar la autonomía, el cuidado, el entretenimiento, mediante la promoción de la convivencia, participación, solidaridad y su relación con el medio social. Se trata de generar mecanismos de apoyo y desarrollo de capacidades para familiares y personas a cargo de su cuidado (MIES, 2019).

1.1.2. Servicios intermedios

1.1.2.1. Residencias de tercera edad

Estos espacios permiten al adulto mayor obtener atención integral y supone una alternativa viable a su domicilio habitual en forma temporal o definitiva. Las residencias de tercera edad en Ecuador se encuentran tanto públicas como privadas (MIES, 2019).

Residencias Públicas: se estima que en los próximos años existirá un crecimiento de la población longeva, motivo por el cual no será fácil acceder a una plaza, tomando en cuenta que acceder a un centro gerontológico de atención pública no depende de los ingresos de la persona, sino más bien de sus necesidades asistenciales, dando prioridad a los ancianos con mayor dependencia (Revista 3ra Edad, 2019).

En ellas se prestan servicios de atención médica como también integración social, para personas mayores que no pueden ser atendidos por sus familiares, se encuentran en situación de abandono o carecen de recursos económicos para mantener una vida digna.

> La experiencia de soledad en los mayores puede vivirse también en el internamiento en Residencias donde se está realmente acompañado y cuidado: Porque la soledad se refiere también a una persona que vive en medio de otras muchas, pero que carece de la suficiente importancia para ellas, sintiéndolas indiferente que exista o no exista. En las residencias la experiencia de soledad depende en gran medida del tipo de asistencia prestada, de la relevancia que se da a la dimensión social, emocional y espiritual de la persona y de los recursos que se arbitran para responder a las necesidades de estas áreas de vida (Lazarte Álvarez, 2007).

Residencias Privadas: al igual que en las residencias públicas, se brindan servicios que ayuden a mejorar la condición óptima de vida del adulto mayor. Sin embargo, para su acceso, se debe contar con una estabilidad económica que permita pagar su alojamiento y por supuesto los servicios que se obtiene (Revista 3ra Edad, 2019).

La ventaja de las privadas además de del amplio número de plazas, es la atención personalizada con la que cuentan los residentes, horarios flexibles para visitas y en muchos casos se permite que el adulto tenga independencia en su estancia diurna, pudiendo permanecer en la residencia durante el día, o si lo prefiere salir bajo su responsabilidad o la de sus familiares en caso de que se encuentre bajo su tutoría (Revista 3ra Edad, 2019).

1.1.2.2. Estancias temporales

La estancia temporal de residencias es un servicio ideal para personas mayores que por determinadas circunstancias familiares de carácter transitorio, como viajes, remodelaciones, ingresos hospitalarios, maternidad o imprevistos, se dificulta dedicar a sus mayores la atención que se presta habitualmente, por lo tanto, requieren de un lugar para alojarse y disfrutar de todos los servicios de manera temporal (Residencia Villa Azul, 2019).

En Ecuador, no se cuenta como tal con estancias temporales determinadas, sin embargo, existen centros geriátricos como residencias de tercera edad que prestan dichos servicios adicionales en caso de ser necesario.

1.1.2.3. Centros de día para personas mayores dependientes

Son espacios activos para el envejecimiento digno, donde el adulto mayor puede desarrollar sus capacidades físicas, psíquicas y sociales (Lazarte Álvarez, 2007).

Dichos servicios tienen la peculiaridad de estar disponibles durante el horario diurno, para quienes pueden movilizarse por sus propios medios físicos. El objetivo principal es promover la socialización, rehabilitación, recreación, para prevenir el deterioro mental y conseguir una senectud activa y saludable (Lazarte Álvarez, 2007).

Entre ellos destacan:

Clubes para ancianos: espacios que ofrecen actividades recreativas en donde puedan encontrar sentirse a gusto de acuerdo con sus preferencias y se evite el abandono diario

mientras los familiares estén laborando o realizando actividades matutinas (Lazarte Álvarez, 2007).

En la ciudad de Quito, existen varios clubes que ofrecen servicios como excursiones, yoga, cartas, coros, danzaterapia, coaching, gimnasia cerebral, jardinería entre otros. Asimismo, proponen distintos planes que incluyen alimentación, transporte de puerta a puerta, control de medicación durante el día y una serie de beneficios para la persona mayor de edad (Club de la Vida, 2019).

1.2. Envejecimiento

"El envejecimiento es un proceso dinámico, progresivo e irreversible en el que intervienen múltiples factores biológicos, psicológicos y sociales" (Martinez, Mitchell, & Aguirre, 2014).

> Ha sido definido como un deterioro progresivo y generalizado de las funciones que produce una pérdida de respuesta adaptativa al estrés y un mayor riesgo de sufrir enfermedades relacionadas con la edad. Actualidad aún no tienen respuesta muchas preguntas sobre cómo se entrelazan los factores mencionados y cómo se lleva a cabo el proceso de envejecimiento; lo cierto es que no existe una causa única que explique por qué se envejece, sino un conjunto de factores interrelacionados (Matinez et.al., 2014).

1.2.1. Adultez mayor

El envejecimiento, es un proceso que se ve reflejado a lo largo del tiempo, que inicia con el nacimiento y continúa con el desarrollo hasta llegar a la fase final, que es la ancianidad. "En el plano biológico, el envejecimiento está asociado con la acumulación de una gran variedad de daños moleculares y celulares. Con el tiempo, estos daños reducen gradualmente las reservas fisiológicas, aumentan el riesgo de muchas enfermedades y

disminuyen en general la capacidad del individuo. A la larga, sobreviene la muerte" (Organización Mundial de la Salud, 2015).

La senectud humana está relacionada con cambios físicos y biológicos que se van haciendo visibles a medida que pasan los años. La velocidad de dichos cambios depende de varios factores.

> Aunque tradicionalmente se ha asociado el envejecimiento con disminución, en particular de condiciones biológicas, es preciso reconocer que se envejece durante toda la vida y que en cualquier tiempo no sólo se evidencian decrementos, sino también incrementos funcionales. Así, en la vejez y mucho antes, es posible identificar disminuciones, por ejemplo, en la rapidez perceptual, pero también enriquecimiento en la actividad psicológica y social -según la forma y las circunstancias en que se viva. Por otra parte, deficiencias atribuidas con frecuencia a factores biológicos y en especial genéticos, se reconocen cada vez más como dependientes en mayor grado de las relaciones entre el comportamiento del individuo y su contexto. Hay, entonces, modos de vivir y de envejecer saludables y formas que conducen al deterioro (Amiel, 2019).

Mas allá de las pérdidas biológicas, el envejecimiento da lugar a cambios relacionados con las relaciones sociales, roles y lugares que antes se tenía dentro de la sociedad. Además, hace frente a pérdida de algunas habilidades y capacidades como consecuencia de avances tecnológicos y la dificultad de adaptación por la que deben pasar los adultos mayores (Matinez et.al., 2014)

1.2.2. Reducción de la fecundidad y aumento del número de personas mayores

La fecundidad es importante por dos razones, la primera refleja el grado de poder y medios con los que cuenta una persona para poder tomar sus propias decisiones respecto al momento, espacio y número de embarazos. Por otro lado, segunda razón, refleja mayor prosperidad para la sociedad, una oportunidad de acelerar o frenar el progreso hacia la

mayor prosperidad frente a un desarrollo equitativo y sostenible (Fondo de Población de las Naciones Unidas, 2017).

La reducción de la tasa de fecundidad, así como la disminución de la tasa de la mortalidad, son factores que se van presenciando a nivel global de acuerdo con investigaciones estadísticas realizadas durante los últimos años. La proporción de personas mayores a 60 años aumenta, a medida que el porcentaje de la población de 15 años disminuye (UNFPA, 2017).

> En ALC, el grupo de la población de 60 años y más aumentó de 5.7% en la década de los 50s, a un 11.2% en el 2015 y se espera que represente el 21.0% de la población en el 2040. Mientras que los menores de 15 años representaban el 40.0% en 1950, luego 26.0% en 2015, y en el 2040 representarán el 18.0% (UNFPA, 2017)

Ecuador es parte de la considerada segunda etapa de transición demográfica, entendiéndose como transición demográfica, un proceso de larga duración, que transcurre entre dos situaciones o regímenes extremos: uno, inicial, de bajo crecimiento demográfico con altas tasas de mortalidad y fecundidad, y otro, final, de bajo crecimiento, pero con niveles también bajos en las respectivas tasas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2019).

A esta población se considerará como un envejecimiento moderado en los próximos 20 años, en este periodo los diferentes países deberán impulsar las políticas públicas para conseguir un desarrollo sostenible y equitativo, intensificar el cumplimiento de los derechos del adulto mayor, al mismo tiempo que se potencia el ingreso juvenil competitivo al mundo laboral. Asimismo, otra medida fundamental es ampliar la cobertura y calidad de sistemas de protección social, con sociedad incluyentes y colaborativas a mejorar la calidad de vida de quienes con el pasar del tiempo van envejeciendo (UNFPA, 2017).

Desde hace varias décadas, Ecuador experimenta una reducción sostenida de la tasa de mortalidad descendiendo de 14,2 muertes por cada 1.000 habitantes en el año 1956 a 4,3 fallecimientos en el 2005 (CEPAL, 2019).

De igual forma, la tasa de fecundidad ha disminuido notablemente el país. En la década de 1960 existía un promedio de 6,7 hijos por cada mujer, lo que en datos actualizados al 200-2005, se redujo a una media de 2,82. Por lo tanto, al iniciar el nuevo milenio, los ecuatorianos de 0 a 14 representaron más de un tercio del total, cifra que disminuirá a 24,5% en 2025 y a menos del 19% en 2050. Según Freire & William, 2012 como lo citó (CEPAL, 2019).

1.2.3. Estadísticas de la población mayor en ciudad de Quito

En los primeros años del siglo XXI, muchas más personas sobrepasan las barreras cronológicas que el ser humano a establecido como una etapa de vejez convirtiendo así al envejecimiento poblacional, en uno de los retos más importantes para la sociedad moderna y desarrollo de la medicina (Morfi, 2005).

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y el último censo poblacional realizado en Ecuador, para el año 2009 existía una población total de 1.523.274 habitantes. Misma que se estaba constituida por 746.923 (49,0%) hombres y 776.352 (51,0%) mujeres (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2008).

Con referencia a los adultos mayores en la ciudad de Quito para ambos sexos la población total representa al 90.628 (5,9%). Lo que, si se analiza por género, se tiene, hombres 40.967 (5,5%) y para adultas mayores mujeres 49.660 (6,4%). Esto quiere decir que alrededor de 6 de cada 100 personas en la ciudad de Quito, son personas de 65 años en adelante (INEC, 2008).

Tabla 1: Adultos mayores en Quito

Hombre	Mujer	Total
5,50%	6,40%	5,90%

Fuente: INEC, 2008.

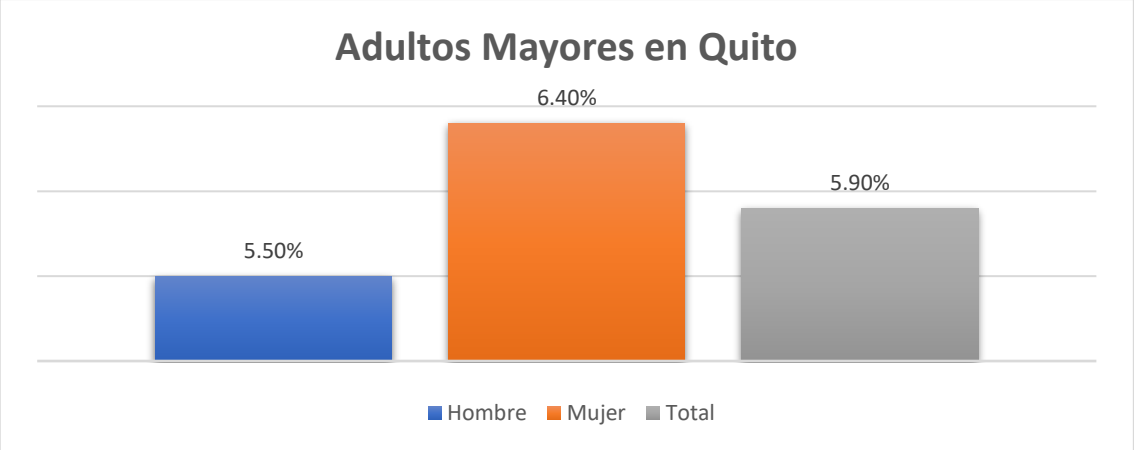


Figura 2: Adultos mayores en Quito

Fuente: INEC 2008.

1.3. Calidad de vida del adulto mayor

La calidad de vida se define como un estado de bienestar físico, social, emocional, espiritual, intelectual y ocupacional que le permite al individuo satisfacer apropiadamente sus necesidades individuales y colectivas (Rubio, Rivera, & Borges, 2015).

> "La calidad de vida es la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno" (Organización Mundial de la Salud, 2018).

1.3.1. Salud

Se vive más tiempo en todo el mundo, la esperanza de vida es igual o superior a los 60 años, así como también crecen las oportunidades de emprender nuevas actividades, iniciar nuevas profesiones o sencillamente gozar de los años de vida restantes. Sin embargo, contar con dichas oportunidades y contribuciones, varía en cuanto a un factor importante: la salud. Si las personas longevas pueden vivir esos años adicionales con buena salud y en un entorno propicio, podrán disfrutar estos años de manera similar a una persona joven, si es el caso de que esos años sean dominados por el declive de la capacidad física y mental, las implicaciones para los adultos mayores y la sociedad son negativas (OMS, 2018).

Desde el punto de vista biológico, la acumulación de daños moleculares y celulares a lo largo del tiempo conlleva a un descenso gradual de las capacidades físicas y mentales y por lo tanto un aumento de riesgo de enfermedad en la edad adulta (OMS, 2018).

En América Latina y el Caribe el perfil epidemiológico en adultos mayores es complejo, a pesar de la prevalencia de enfermedades crónicas y degenerativas; las enfermedades infecciosas, parasitarias y la desnutrición son todavía frecuentes en este grupo etario (UNFPA, 2017).

Dentro de las condiciones de salud en Ecuador un aspecto que se toma en cuenta es el deterioro cognitivo, que refleja una disminución del rendimiento de una o más de las capacidades mentales o intelectivas: memoria, orientación, pensamiento abstracto, lenguaje, capacidad de juicio y razonamiento, capacidad para el cálculo y la habilidad constructiva, capacidad de aprendizaje y habilidad visual espacial. Además de patologías como la enfermedad del Alzheimer (Freire & William, 2012).

1.3.2. Integración social

La integración social en el adulto mayor se entiende como una serie de vínculos sociales que mantienen a la persona, ya sea por medio de roles sociales, participación en grupos de voluntariado o participación en organizaciones laborales, clubes, iglesias, entre otros (Organización Panamericana de la Salud, 2019).

Varios autores consideran que la interacción con otros, no sólo en la adultez mayor si no a lo largo de toda la vida, se convierte en un factor protector frente a la aparición de patologías, trayendo como beneficio que la persona aumente su capacidad cognitiva, tenga mejores habilidades de afrontamiento, module su afecto, aumente su calidad de vida y, por ende, su autonomía; lo anterior trae como consecuencia el aumento del nivel de movilidad, de independencia, y el mejoramiento del autoconcepto del adulto mayor (Aguilera, 2017).

La integración social, compensa muchas pérdidas de la persona mayor, la primera de ellas es la retirada del ámbito laboral, del que uno se nutre manteniendo diferentes relaciones sociales. El fin de la vida laboral, constituye un sentimiento de desvalorización y de dependencia (Beaver, 1998).

Por otro lado, con relación al estado civil, la pérdida de o ausencia de una pareja generan el agobio y sentimientos de abandono y soledad. Es por eso que, la integración social depende de las redes de apoyo con las que cuente el adulto mayor, entendiendo éstas como aquellas relaciones significativas que una persona establece cotidianamente y a lo largo de su vida (Zapata, 2001, p. 92), específicamente con familiares más cercanos, amigos, compañeros de trabajo, pareja, entre otros. Se ha observado que tales redes juegan un papel vital en la adultez mayor, convirtiéndose en el sustento emocional que permite en muchos casos sobrepasar las crisis que se puedan presentar y, además, que los adultos mayores sean reconocidos como personas, mejorando su autoestima, su autopercepción, la eficacia personal y, por ende, la identidad (Duran, Laura, Uribe, & Juan, 2007).

Es aquí donde se resalta la importancia de los grupos de apoyo en la tercera edad, así como de todos aquellos programas de recreación y salud ofrecidos para esta población, ya que constituyen un medio de prevención, al igual que de contribución, para mejorar el área afectiva, de la salud, familiar y social. Esto permite al adulto mayor vivir los últimos años de manera más satisfactoria, rompiendo con los estigmas de la dependencia en esta etapa (Duran et.al., 2007).

1.3.3. Habilidades funcionales

La etapa de la adultez mayor trae consigo numerosos cambios, entre ellos la pérdida de algunas capacidades y, por ende, de su autonomía funcional, hecho que conlleva a que aumente la necesidad de asistencia de cuidadores, sean estos familiares o personal de la salud (Duran et.al., 2007).

Las habilidades funcionales van disminuyendo a medida que avanza la edad, debido principalmente a la aparición de diversas enfermedades crónicas, deterioro cognitivo y cambios psicosociales, que impiden o limitan la realización de diversas actividades cotidianas como vestirse, bañarse y utilizar los servicios sociosanitarios. Como lo citó Martínez y Pérez (2006) (Duran et.al., 2007).

Otro de los factores que explican la disminución de las habilidades funcionales debido a la edad, es la pérdida de los seres queridos, la jubilación, la inactividad y la baja comunicación (Tello et al. 2001). Esto lleva a pensar que definitivamente el nivel de funcionalidad del adulto está muy relacionado con la interacción que tenga con el sistema familiar y social. El aislamiento trae como consecuencia la pérdida de oportunidades para obtener gratificaciones o refuerzos propios de la interacción social; en el caso de adultez mayor, tal situación deriva en una mayor probabilidad de que aparezcan ciertas problemáticas psicológicas como la depresión (Ávila, Garant & Aguilar, 2006; Vellas, 1996) (Duran et.al., 2007).

De esta manera, se puede decir que las habilidades funcionales del adulto mayor son el resultado de la disminución de los diferentes sistemas biológicos; sin embargo, no se puede dejar de lado la interacción de esta variable con la escolaridad, el estilo de vida, el sistema familiar, económico y social, así como con variables subjetivas como la percepción de calidad de vida que tenga la persona (OMS, 2018)

1.3.4. Actividad y ocio

La Gerontología tiene un amplio conocimiento del importante papel del ocio y la actividad en el bienestar y en la satisfacción de la vida de los ancianos. Partimos de que el ocio y la actividad en la tercera edad, son una parte obligada para una vejez productiva y sana, en la que, existirían tres condiciones fundamentales a tener en cuenta: la calidad de vida del anciano.; el ocio y el aprovechamiento del tiempo libre; la última condición requiere una preparación física y espiritual inseparables e imprescindibles. Cómo lo citó Vega (1988) (Saenz, Aleixandre, & Meléndez, 1994).

Numerosos cambios suceden a nivel global. El ocio, como elemento social y cultural, no permanece ajeno a tal evolución y, a su vez, contribuye desde el punto de vista personal, social y económico, a la configuración de determinados hábitos, estilos de vida, formas diferentes de entender el descanso y desarrollo recreativo de nuevas actividades (Montero & Matías, 2010).

Para que el envejecimiento se tome de la forma óptima posible, es necesario contar con herramientas que ayudan al campo de prevención de la falta de motivación a causa de la edad. Está demostrado que mantener hábitos de vida como practicar ejercicio, cuidar la nutrición, mantener la mente activa, seguir aprendiendo, relacionándose, en definitiva, teniendo proyecto personal de vida, contribuye a alargar la vida, haciéndola más útil y placentera (Aguilera, 2017).

1.3.5. Satisfacción con la vida

'Calidad de vida del adulto mayor', según Velandia (1994) es "la resultante de la interacción entre las diferentes características de la existencia humana (vivienda, vestido, alimentación, educación y libertades humanas); cada una de las cuales contribuye de diferente manera para permitir un óptimo estado de bienestar, teniendo en cuenta el proceso evolutivo del envejecimiento, las adaptaciones del individuo a su medio biológico y psicosocial cambiante, el cual se da en forma individual y diferente; adaptación que influye en su salud física, fallas en la memoria y el temor, el abandono, la muerte, la dependencia o la invalidez" (Veras, 2007).

> Dado que a menudo se ve a las personas mayores de forma estereotipada como parte del pasado, es posible que se les pase por alto en el vértigo con que encaramos el futuro. Para tener un desarrollo sostenible, debemos ocuparnos del número inaceptable de personas mayores que viven en la pobreza, carecen de la adecuada seguridad de los ingresos, sufren amenazas a la seguridad personal como el maltrato a las personas mayores o las necesidades no satisfechas en los desastres, y tienen acceso limitado a la atención sanitaria y la asistencia social. Para asegurar un "desarrollo para todos", es preciso afrontar las causas profundas de la inequidad y garantizar que todas las generaciones tengan acceso equitativo a asistencia sanitaria y social, aprendizaje permanente y oportunidades de contribuir. Se deberán considerar específicamente las necesidades de las personas mayores para que los diferentes entornos sean accesibles, incluidos los espacios y edificios públicos, las viviendas, los lugares de trabajo y el transporte (OMS, 2015).

1.3.6. Ingresos

La capacidad de las personas de disponer y usar de forma independiente bienes económicos y no económicos de forma regular y en montos adecuados ayudan a asegurar una buena calidad de vida en la vejez. Incrementar el ingreso de las personas mayores cuando no es suficiente y proporcionar ingresos a quienes no los tienen permite hacer frente y evitar la pobreza posibilitando disfrutar de un envejecimiento con más independencia, seguridad y dignidad (UNFPA, 2017).

La situación económica de las personas mayores se determina por su poder adquisitivo proveniente de diferentes fuentes como el trabajo, ahorros, jubilaciones o pensiones y obedece directamente al nivel y tipo de consumo que a su vez depende de la edad, estado de salud, arreglos de residencia y servicios estatales gratuitos o subsidiados (CEPAL/CELADE 2003). Todo el proceso anterior a la vejez debe ser considerado y trabajado por los países para lograr un proceso de envejecimiento y vejez dignos en la población (UNFPA, 2017).

El nivel de estudios, acceso a un trabajo digno, acceso a salud, y el acceso a la jubilación entre otros impiden que se acumulen desventajas durante la vida de una persona que luego inciden en la calidad de vida en la vejez. El trabajo en la vejez es un tema cada vez más relevante en los países. Algunas estrategias han sido la adecuación de las normas que prohíban la discriminación por edad en el trabajo, creación de incentivos a las empresas para mejorar el empleo de mujeres, formación para el empleo de personas mayores, créditos para emprendimiento, o bases de datos con empleos disponibles para personas mayores. Sin embargo, se necesita generalizar las acciones de los países instaurando fuerzas laborales diversificadas, captando a las personas mayores y por lo tanto aprovechando de la gran experiencia adquirida durante tantos años de su vida (UNFPA, 2017).

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1.Plan de negocios

2.1.1. Definición del plan de negocios

Plan de negocio es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión, mismo que se especifica como un documento escrito, identifica una idea que luego es plasmada en la elaboración de un producto o la prestación de un servicio, enfocado en la satisfacción de las necesidades del consumidor, permitiendo con ello la obtención de los objetivos que se ha propuesto el empresario (Flores, 2012).

El plan de negocios expone el método para dirigir una actividad específica dentro de un periodo especifico a futuro. Dicha actividad, pueden ser las operaciones de un negocio personal o de una mayor conglomeración multinacional. Puede referirse a la empresa en general o solo a una pequeña división y puede relacionarse a una iniciativa comercial, una caridad o alguna otra organización sin fines de lucro (Studenly, 2015).

El documento escrito, especifica la idea básica que subyace en un negocio y diversas consideraciones relacionadas con su inicio. Para el empresario que comienza una nueva aventura, un plan de negocios tiene cuatro objetivos básicos. El primero, identifica la naturaleza y contexto de la oportunidad de negocio. El segundo objetivo, presenta el enfoque que el empresario planea tomar para explotar la oportunidad. Y, por último, identifica los factores que más probablemente determinen si esa aventura tendrá éxito (Longenecker, Moore, & Petty, 2001).

Además, un plan de negocios también analiza la posición actual de una organización, su entorno, y propone una estrategia de negocios con un alcance de 5 años, misma que contiene un plan financiero y un detalle operacional para el siguiente periodo. El plan y la estrategia de negocios deben cubrir todas las áreas a trabajar. Los asuntos más importantes varían en el tipo de compañía que se desee implementar, sin embargo, por lo general el enfoque clave en administración es el producto o servicio, mercadotecnia, ventas y financiero (Studenly, 2015).

2.1.2. Importancia del plan de negocios

> La importancia de los planes de negocios para la organización ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas, es decir: tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite aportación que realiza (Gonzalez, Lopez, & Aceves, 2019).

Un plan de negocios es necesario para crear bases sólidas sobre las que edificar un negocio. Ayuda a planificar actividades futuras, a tener un norte y sobre todo a definir los objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo hacerlo. Asimismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancias. Más específicamente, describe al detalle las actividades comerciales, productivas lógicas, de recursos humanos, organizativas y financieras económicas con las cuales se logrará el objetivo (Moyano Castillejo, 2015).

Por otro lado, importancia de un plan de negocios radica en la magnitud y alcances, su estructura permite cubrir prácticamente todas las áreas del negocio o empresa, facilitando y eficientando con esto el proceso de planeación. El hecho de contar con un plan de negocios facilita al inversionista o institución crediticia analizar la propuesta planteada con detalle, por lo tanto, tienen posibilidades de éxito ya que para su desarrollo se tuvo que analizar realmente el producto o servicio que se está proponiendo, si tiene un mercado dispuesto a adquirirlo, si es rentable su comercialización y de qué forma se va a operar y

administrar el negocio asegurando que, con el paso del tiempo, la idea tenga éxito y cumpla con las expectativas (Viniegra, 2007).

En ocasionales casos, en los que el emprendedor cuenta con fondos propios para iniciar su negocio, el plan de negocios ayuda a reducir la incertidumbre y confianza del dinero que se va a invertir, por lo que se debe buscar un mecanismo que ofrezca mayor conocimiento sobre la idea que se plantea (Viniegra, 2007).

2.1.3. Ventajas y desventajas del plan de negocios

El proceso de planear es indispensable para cualquier empresa, los programas aplicados durante la etapa inicial determinan el fracaso o el éxito de un negocio. Es una oportunidad muy valiosa para realizar un análisis tranquilo del modo en que se piensa administrar y operar y como cumplir el plan maestro vinculado con la misión de la empresa (Fleitman, 2019).

Ventajas:

- Crea la capacidad para asegurar la financiación, interesar a los inversores potenciales y atraer a empleados de primera línea (Eglash, 2001).

- Sirve como guía para el futuro, para los inversionistas y colaboradores, una forma de planificar el futuro próximo y los cinco años siguientes (Eglash, 2001).

- Método para valorar de qué forma puede gestionar más eficazmente el negocio y comercializar el producto o servicio que ofrece (Eglash, 2001).

- Es una forma de detallar la compañía, los productos o servicios, sus previsiones financieras, así como un método que concrete como se planea vender a los competidores y que estrategias usar para captar al cliente (Eglash, 2001).

Desventajas:

El plan de negocio es un instrumento muy útil si se prepara de forma coherente y seria, sin embargo, está expuesto a que, por falta de experiencia en el sector, pueden traer derivaciones negativas en el futuro de la empresa. Una de ellas es el desarrollo de una visión a corto plazo, que, en consecuencia, enfocaría la atención de y esfuerzos de la empresa en resolver únicamente problemas de cada día, sin pensar en el futuro. Además, al existir cambios en el entorno de la empresa, tomará desprevenida a la administración, quienes no contarán con los recursos necesarios para afrontarlos, así como también se pierden oportunidades de negocio al no tener una visión que permita prever el futuro del mercado y de la compañía a mediano y largo plazo (Díaz de Santos, 1994) .

Al preparar el plan financiero, los costes y gastos parecen ser una proyección bastante confiable, pero con los ingresos no sucede lo mismo. Los productos o servicios no se venden solos. El mejor proyecto en el papel puede malograrse porque sus promotores no saben venderlo adecuadamente (Medina Quintana, 2009).

Por otro lado, no deja de ser un documento netamente teórico, con objetivos que se basan en las expectativas de los inversionistas, que, a largo plazo, aunque esperan cumplirlos, existen riesgos no anticipados que pueden modificar la posibilidad de éxito del proyecto. Por ejemplo, que se inviertan recursos en cosas que no son verdaderamente importantes para el futuro de la empresa, estos pueden ser influenciados por impulso o motivos emocionales y no por razones lógicas y razonadas (Díaz de Santos, 1994).

2.2.Modelo del plan de negocios

Un modelo de plan de negocios describe la estructura de una serie de flujos que la empresa debe tener de acuerdo con sus áreas funcionales, servicios e información y los papeles de los grupos participantes (Johnson, Scholes, & Whittington, 2010).

Un plan de negocios debe tener una estructura de acuerdo con las funcionabilidades necesarias al tipo de proyecto que se implemente. Así mismo, debe adecuarse al tamaño y giro de la empresa. Se consideran generales e importantes los puntos a mencionar a continuación (Longenecker et.al, 2001).

a. **Portada. –** presenta los nombres, direcciones y números de teléfono del proyecto, sus propietario y personal clave de la administración, la fecha de su preparación, número de ejemplar y la persona que es el contacto (Longenecker et.al, 2001).

b. **Contenido. –** presenta los números de página y las secciones clave del plan de negocios (Longenecker et.al, 2001).

c. **Resumen ejecutivo.** – presenta un panorama general de una a tres páginas de todo el plan de negocios, es importante que genere interés en el lector (Longenecker et.al, 2001).

d. **Declaración de misión y visión.** – describe sucintamente la estrategia propuesta y la filosofía del negocio para realizar la visión (Longenecker et.al, 2001).

e. **Panorama general de la compañía.** – explica el tipo de empresa de que se trata, como manufacturera, minorista, o proveedora de servicios, informa sobre los

antecedentes de la empresa, si ya existe; describe la forma propuesta de la organización, propiedad de una sola persona, sociedad o corporación (Longenecker et.al, 2001).

f. Plan de productos o servicios. – describe el producto o servicio y destaca cualquier característica principal, explica la razón por la que la gente comprará el producto o servicio (Longenecker et.al, 2001).

g. Plan de mercadotecnia. – indica quienes serán los clientes de la empresa y el tipo de competencia a la que se enfrentará, bosqueja la estrategia de mercadotecnia y especifica la ventaja competitiva de la empresa (Longenecker et.al, 2001).

h. Plan de administración. – identifica los participantes claves, inversionistas, activos, equipo administrativo y directores y cita las experiencias y competencias que poseen (Longenecker et.al, 2001).

i. Plan de operaciones. – explica el tipo de manufactura o sistema de operación que se usará, describe las instalaciones, mano de obra, materia prima y requerimiento de procesamiento del producto (Longenecker et.al, 2001).

j. Plan financiero. – especifica las necesidades financieras y fuentes de financiamiento consideradas, presenta las proyecciones de ingresos, costos y utilidades (Longenecker et.al, 2001).

k. Apéndice de documentos de apoyo. – contiene materiales complementarios al plan (Longenecker et.al, 2001).

2.2.1. Misión

Es la razón de ser de la organización, su propósito a largo plazo existe para lograr algo en el entorno que le rodea y que corresponde a una visión a largo plazo de lo que la organización quiere llegar a ser. Representa la identidad y personalidad de la empresa hoy y mirando hacia el futuro" (Medina Quintana, 2009).

La misión de una empresa es el fundamento de prioridades, estrategias, planes y tareas; es el punto de partida para el diseño de trabajos de gerencia y, sobre todo, para el diseño de estructuras de dirección (Fred, 2003).

Expresa el propósito general de la organización, lo que, de manera ideal, se encuentra en línea con los valores y expectativas de los principales grupos de interés y se ocupa del alcance del negocio. En ocasiones se alude a ella en términos de la simple pero desafiante pregunta: ¿En qué negocio nos encontramos? (Johnson, Scholes, & Whittington, 2010).

Un primer paso importante en el proceso de formular una misión es definir de manera clara el negocio de la organización. En esencia, la definición responde a estas preguntas: "¿cuál es nuestro negocio? ¿Cuál será? ¿Cuál debe ser?". Las respuestas orientan la formulación de la misión. Para responder la primera pregunta, la compañía debe definir su negocio en términos de tres dimensiones: a quién se debe satisfacer, es decir, a qué grupos de clientes; qué se satisface, en relación a las necesidades del cliente; y cómo se satisfacen las necesidades de los clientes, a través de qué habilidades, conocimientos o competencias distintivas (Gareth, 2009).

2.2.2. Visión

La visión conceptualmente es la percepción actual de lo que será o debería ser el futuro, expresa las características más importantes que tendrá una empresa en el largo plazo, es el propósito estratégico de lo que queremos ser en el futuro, es la trayectoria de la empresa en su funcionamiento (Medina Quintana, 2009).

Se relaciona con aspectos cómo queremos que funcione esa organización en el futuro, qué estrategias debiera desarrollar, que objetivos debe alcanzar el futuro, que tecnología debe incorporar, entre otros (De Zuani, 2005).

La visión futura está proyectada en un tiempo finito, es una declaración de intenciones y propósitos de donde se quiere que la empresa esté dentro de 5, 10, 15, 20 años, en donde el propósito estratégico marca su trayectoria y dirección a seguir por la empresa en la consecución de una idea o meta digna de esfuerzo y compromiso personal de los integrantes de la organización, en el largo plazo y con la idea de triunfar que es un reto desde el inicio (Medina Quintana, 2009).

La visión es la imagen de la compañía proyectada al futuro, influye como una fuerza motivadora capaz de cohesionar un grupo. Imagen proyectada del sistema que determina el marco de referencia para las estrategias. La fuerza que impulsa a la acción en una organización es el deseo del avance progresivo hacia el logro de un objetivo compartido, alcanzable y concreto (Medina Quintana, 2009).

Tener visión “es tener un propósito claro, estar tan comprometido con el y estar tan seguro de sus capacidades para lograrlo, que se avanza con decisión a pesar de los obstáculos que se interpongan en el camino”, según (Blachard y Stoner, 2004) como lo citó (Medina Quintana, 2009).

2.2.3. Valores

Los valores son las pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos que conforman la empresa. Los valores deben compartirse y así mismo, practicarse por todos los miembros de la empresa, quienes deberán tener conocimiento de su existencia e importancia. (Munch, 2010, p.43). "Son creencias profundamente arraigadas de que ciertas cualidades son deseables. Definen lo que correcto o fundamentalmente importante para cada uno de nosotros. Suministran pautas para cada una de nuestras opciones y acciones" (Medina Quintana, 2009).

Dentro de una compañía, los valores establecen la forma en que los administradores y empleados deben conducirse, cómo deben hacer negocios y el tipo de organización que deben construir a fin de ayudar a que la compañía logre su misión. En la medida en que ayuden a impulsar y dar forma al comportamiento dentro de la empresa, los valores se consideran la base de la cultura organizacional de una compañía: el conjunto de valores, normas y estándares que controlan la forma en que los empleados trabajan para alcanzar la misión y metas de una organización. Normalmente, la cultura de una organización se considera una fuente importante de su ventaja competitiva (Gareth, 2009).

2.2.4. Estrategia

La estrategia como otros términos empresariales, tiene un origen ligado al ámbito militar y podría definirse como un plan de acción a largo plazo para conseguir una ventaja sostenible con respecto a los competidores, a través de una configuración adecuada de los recursos empresariales que satisfagan las necesidades y restricciones planteadas por el entorno (Moyano, Bruque, Maqueira, Fidalgo, & Martinez, 2011).

Constituye la orientación y alcance de una organización a largo plazo, que consigue alcanzar una ventaja en un entorno cambiante mediante su configuración de recursos y

competencias con la intención de satisfacer las expectativas de los grupos de interés (Johnson et.al., 2010).

La estrategia de una empresa es un plan maestro integral que establece la manera en la que se logrará su misión y objetivo. La empresa considera tres tipos de estrategia como son la estrategia corporativa, de negocios y funcional (Johnson et.al., 2010).

Estrategia Corporativa. - Se relaciona con el conjunto de negocios, mercados o sectores en los cuales compite la organización y la distribución de recursos entre dichos negocios. Una organización puede tener varias alternativas de estrategias corporativas básicas, que van desde muy especializadas hasta muy diversificadas. Entre las más difundidas se pueden señalar: concentración, integración vertical, diversificación concéntrica y diversificación conglomerada (De Zuani, 2005).

- Concentración. – se enfoca en un negocio sencillo, y es utilizada por empresas en una sola industria. Las empresas pueden perseguir estrategias de concentración para ingresar a una industria, cuando el crecimiento de este es bueno o cuando una empresa tiene una variedad limitada de capacidades (De Zuani, 2005).

- Integración vertical. – comprende la expansión del dominio de la organización hacia los canales de abastecimiento o distribuidores. Se trata pues, de la adquisición o desarrollo de un negocio nuevo que produce partes o componentes del bien o servicio que otorga actualmente la empresa (De Zuani, 2005).

- Diversificación concéntrica. – implica desplazarse a negocios nuevos relacionados con el negocio clave original de la compañía. Se trata de una estrategia que se utiliza para añadir negocios nuevos que produzcan productos relacionados o que intervengan en mercados y actividades relacionados con el negocio clave original de la empresa (De Zuani, 2005).

- Diversificación conglomerada. – implica la amplificación a negocios no relacionados. Se trata de una estrategia que se emplea para apoyar a nuevos negocios o empresas que participen en mercados que elaboran productos no relacionados con el negocio clave original de la empresa (De Zuani, 2005).

Estrategia Negocios. - Se utiliza a nivel de productos o unidades de negocios, buscando una posición competitiva de sus productos o servicios, en la industria o el segmento de mercado que atiende, ofreciendo calidad, precio y otros. O una posición cooperativa a través de alianzas y estratégicas cooperativas, con organizaciones similares que signifiquen diferenciación, para ampliar mercados logrando un mejor posicionamiento competitivo (Medina Quintana, 2009).

La estrategia de negocios se puede orientar a dos objetivos fundamentales: estrategia de bajo costo y estrategia de diferenciación.

- Bajo costo. - busca ser eficiente y ofrecer un producto estándar sin adornos, aprovechando las economías de escala en producción o distribución. No obstante, el producto o servicio ofrecido debe ser aceptable para los consumidores cuando se compare con productos de los competidores (De Zuani, 2005).

- Diferenciación. – mediante esta estrategia la empresa busca ser única en su industria o segmento de mercado de bienes o servicios a lo largo de algunas dimensiones que valoran los clientes. Esta diferenciación a menudo se fundamenta en un producto o servicio de gran calidad, en un marketing o distribución excelentes o en un servicio superior (De Zuani, 2005).

Estrategia Operativa o Funcional. - "Se ocupa de como las partes que componen a una organización apoyan las estrategias corporativas y de negocios, en términos de recursos, procesos y personas" (Johnson et.al., 2010). Una estrategia operativa corresponde a las

iniciativas de áreas funcionales para lograr los objetivos y estrategias de la organización y las unidades de negocios, mediante la maximización de la productividad de los recursos, fomentando competencias distintivas para proporcionar a la organización o unidad de negocios una ventaja competitiva. Se tiene por ejemplo la inversión de grandes sumas de dinero en un área de publicidad para crear demandas de consumo, impulsando al área de marketing a niveles superiores de ventas, diferenciando sus productos de los de la competencia, según (Wheelen & Hunger, 2007) cómo lo citó (Medina Quintana, 2009).

2.2.5. Análisis interno y externo

El análisis de los entornos es un proceso de validación del entorno organizacional para identificar las oportunidades y los riesgos actuales y futuros que pueden llegar a influir en la capacidad de las empresas para lograr sus metas. En este contexto, dice que el entorno organizacional es un conjunto de todos los factores, tanto internos como externos, que pueden influenciar el progreso logrado por medio de la realización de los objetivos. Por lo tanto, conocer el entorno organizacional es esencial para el éxito de una empresa. Por eso, la administración debe reunir constantemente los datos relacionados con factores ambientales importantes y considerar sus implicaciones. Según Taylor, 1985 (como lo citó (Lana, 2008).

El análisis interno y externo más conocido como Matriz FODA, es una herramienta de ayuda a la organización que hace posible identificar en forma sistemática y organizada, las fortalezas internas y con ellas aprovechar las oportunidades que ofrezca el entorno en el que se opera, buscando mejores oportunidades en el mercado y con ello minimizar las amenazas externas en contra del funcionamiento de la organización (Medina Quintana, 2009).

Al construir un FODA se mantiene la perspectiva del entorno cuando se analiza el interior de la organización, ya que es con respecto a aquel que debe establecerse el análisis,

usando como referencia comparativa con las empresas del sector, en especial aquellas que son competencia directa. (Blasco, 2015).

Análisis interno. - "Se concentra en revisar los recursos, la capacidad y las aptitudes de una empresa. El propósito es detectar las fortalezas y las debilidades de la organización" (Gareth, 2009). Surge del estudio de las fortalezas y los puntos débiles que presenta la organización y que a menudo tienen que ver con las limitaciones de cantidad y calidad de los recursos que la organización tiene a su disposición. (Moyano Castillejo, 2015).

Análisis Externo. - El propósito fundamental de este análisis es identificar las oportunidades y amenazas estratégicas que existen en el ambiente operativo de la organización que pueden influir en la forma en que se intente alcanzar la misión (Gareth, 2009).

En conformidad con Rivera y Moctezuma (2015), con este análisis se crea una lista de oportunidades que poden aventajar a una empresa. Mediante la identificación de las principales variables que ofrezcan respuestas prácticas. Las empresas deben responder a los elementos de manera ofensiva y defensiva, por medio de la formulación de estrategias deben aprovechar las oportunidades externas o que reduzcan el impacto de las amenazas potenciales. (p.28)

2.2.6. Determinación de objetivos

Los objetivos se definen como resultados específicos que una empresa intenta lograr para cumplir con su misión básica. Los objetivos son indispensables para lograr el éxito de una empresa debido a que establecen la dirección a seguir, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan prioridades, enfocan la coordinación y proporcionan una base para llevar cabo con eficacia las actividades de planificación, organización, motivación y control.

Los objetivos deben ser desafiantes, fáciles de medir, consistentes, razonables y claros (Fred, 2003).

Los objetivos establecidos con claridad ofrecen muchos beneficios, pues proporcionan dirección, permiten la sinergia, ayudan en la evaluación, establecen prioridades, reducen la incertidumbre, disminuyen al mínimo los conflictos, estimulan el desempeño y ayudan tanto en la distribución de recursos como en el diseño de trabajos (Fred, 2003).

Los objetivos que se especifican y comunican con claridad son esenciales para el éxito por varias razones. En primer lugar, los objetivos ayudan a los grupos de interés a entender su papel en el futuro de una empresa; además, otorgan una base para que los gerentes, cuyos valores y actitudes difieren, concuerden en la toma de decisiones. Una empresa reduce al mínimo los conflictos potenciales durante la implantación cuando consigue un consenso en los objetivos durante las actividades de formulación de la estrategia. Los objetivos establecen las prioridades de la empresa; impulsan el desempeño y los logros; sirven como normas para evaluar a los individuos, grupos, departamentos, divisiones y empresas completas; proporcionan la base para el diseño de trabajos y las actividades de organización que se llevarán a cabo en una empresa; y, además, ofrecen dirección y permiten la sinergia en la empresa (Fred, 2003).

Una etapa fundamental en el proceso de dirección y administración de una empresa es el establecimiento de objetivos. Si no se fijan claramente los objetivos que hay que alcanzar será difícil dirigir y coordinar los recursos de la empresa, será complicado competir con otras empresas del sector y, en definitiva, tener unas mínimas posibilidades de éxito (Moyano et.al., 2011).

“Los objetivos se presentan como un compromiso de la organización para producir resultados específicos en un horizonte temporal determinado, por medio de lo cual se puede medir el proceso hacia su visión. Son una medida de eficiencia del proceso de conversión de recursos”, según (Ansoff, 1976) cómo lo citó (Moyano et.al., 2011).

El conjunto de objetivos constituye una pirámide que abarca desde los más globales y a largo plazo a objetivos más concretos y a corto plazo cuya integración y coordinación permiten el logro de la visión y misión de la empresa (Aguirre et. al., 1999) como lo citó (Moyano et.al., 2011).

CAPÍTULO III DISEÑO DEL PROYECTO

3.1.Encuesta

3.1.1. Objetivo de la encuesta

Conocer el modo de vida y cuidados que reciben los adultos mayores (personas de 65 años en adelante) en la ciudad de Quito.

3.1.2. Diseño de la encuesta

Edad_____ Sexo:

Masculino ☐ Femenino ☐

1. ¿Existe un adulto mayor dentro de su núcleo familiar que necesite cuidados?

☐ Si
☐ No

2. Seleccione el rango de edad del adulto mayor

- ☐ 65 a 69 años
- ☐ 70 a 74 años
- ☐ 75 a 79 años
- ☐ 80 a 84 años
- ☐ 85 a 90 años
- ☐ Mayor a 90 años

3. ¿Cuál es el parentesco que tiene con el adulto mayor?

- ☐ Papá
- ☐ Mamá
- ☐ Tíos
- ☐ Hermanos
- ☐ Primos/Sobrinos
- ☐ Abuelos
- ☐ Otro_____

4. ¿Qué condición tiene respecto a su motricidad?

- ☐ Independiente
- ☐ Moderadamente dependiente
- ☐ Totalmente dependiente

5. ¿Qué tipo de ayuda y/o cuidados necesita?

- ☐ Control de medicación
- ☐ Asistencia médica
- ☐ Recuperación funcional
- ☐ Atención sanitaria
- ☐ Acompañamiento social e integral
- ☐ Ninguna

6. Con relación a la pregunta anterior, ¿Qué persona se encarga de realizar dichos cuidados?

- ☐ Hijos
- ☐ Otros familiares
- ☐ Profesionales

Otro_____

7. ¿Con quién vive la persona mayor actualmente?

- ☐ Solo, en su domicilio
- ☐ En casa con mi familia
- ☐ Con familiares cercanos
- ☐ Con amigos
- ☐ Residencias para adultos mayores

Otro_____

8. ¿El adulto mayor ha requerido alguno de los siguientes servicios?

- ☐ Centros sociales, club de mayores
- ☐ Residencias para adultos mayores
- ☐ Ayuda a domicilio
- ☐ Centros de día
- ☐ Estancias temporales en residencias

Otro_____

9. ¿Ha escuchado de la asistencia domiciliaria a adultos mayores?

- ☐ Si
- ☐ No

Asistencia domiciliaria: es un programa individualizado, en el que se brindan un conjunto de servicios profesionales, que consisten en atención en recuperación médica y funcional, asistencia sanitaria, apoyo doméstico, ayuda psicosocial, entre otros; prestados en el domicilio de una persona mayor, con el objetivo favorecer el incremento de la autonomía personal.

10. Si el adulto mayor, llegara a necesitar cuidados profesionales, ¿estaría dispuesto a optar por la opción de asistencia domiciliaria?

- ☐ Si
- ☐ No

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuidado y/o acompañamiento de un profesional a su adulto mayor?

- ☐ $10 a $15 por hora
- ☐ $16 a $20 por hora
- ☐ $21 a $25 por hora
- ☐ $26 a 30 por hora
- ☐ Más de $30 por hora

12. ¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de este servicio?

- ☐ Redes sociales
- ☐ Mail
- ☐ Llamada telefónica
- ☐ Volante

Otro_____

3.1.2. Corrida de la encuesta

Para el cálculo de la muestra se tomó la población del cantón Quito de acuerdo con los resultados del Censo Poblacional 2010. El crecimiento anual se obtuvo en base a proyecciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, como resultado se obtuvo un 2% de crecimiento anual poblacional. La determinación de la muestra fue mediante la siguiente fórmula:

$$n = k^{\wedge 2} * p * q * N$$

$$(e^{\wedge 2} * (N-1)) + k^{\wedge 2} * p * q$$

Figura 3: Fórmula para calcular la muestra

Donde:

N: tamaño de la población o universo.

k: valor obtenido mediante el nivel de confianza.

Tabla 2: Valores según nivel de confianza

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Fuente: Feedback Network https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html

p: probabilidad de éxito, o proporción esperada.

q: probabilidad de fracaso.

e: precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

n: tamaño de la muestra.

Demostración de cálculo:

N: 37.588,12

k: 95% = 1,96

p: 0.5

q: 0.5

e: 5%

$$n = \frac{1.96^{\wedge 2} * 0.5 * 0.5 * 1.934.356,58}{(5\%^{\wedge 2} * (1.934.356,58-1)) + 1.96^{\wedge 2} * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 384$$

Figura 4: Cálculo de muestra

De acuerdo con el cálculo de la muestra, como resultado se determina realizar un total de 384 encuestas, que se aplicarán en diferentes sectores del cantón Quito, como urbanizaciones, centros comerciales, parques y otros lugares de gran afluencia de personas.

3.1.3. Tabulación de la encuesta

Con el objetivo de comprender los resultados arrojados por la aplicación de encuestas, se elaboró un gráfico pastel, en el cual se pueden visualizar los porcentajes obtenidos de cada pregunta del cuestionario.

3.1.4. Representación gráfica de los resultados e interpretación

- **Edad**

Tabla 3: Edad

Edad		
Rango edad	**Cantidad**	**Porcentaje**
20 a 30 años	36	9%
31 a 40 años	122	32%
41 a 50 años	116	30%
51 a 60 años	76	20%
61 a 70 años	30	8%
71 a 80 años	4	1%
Total encuestados	384	100%

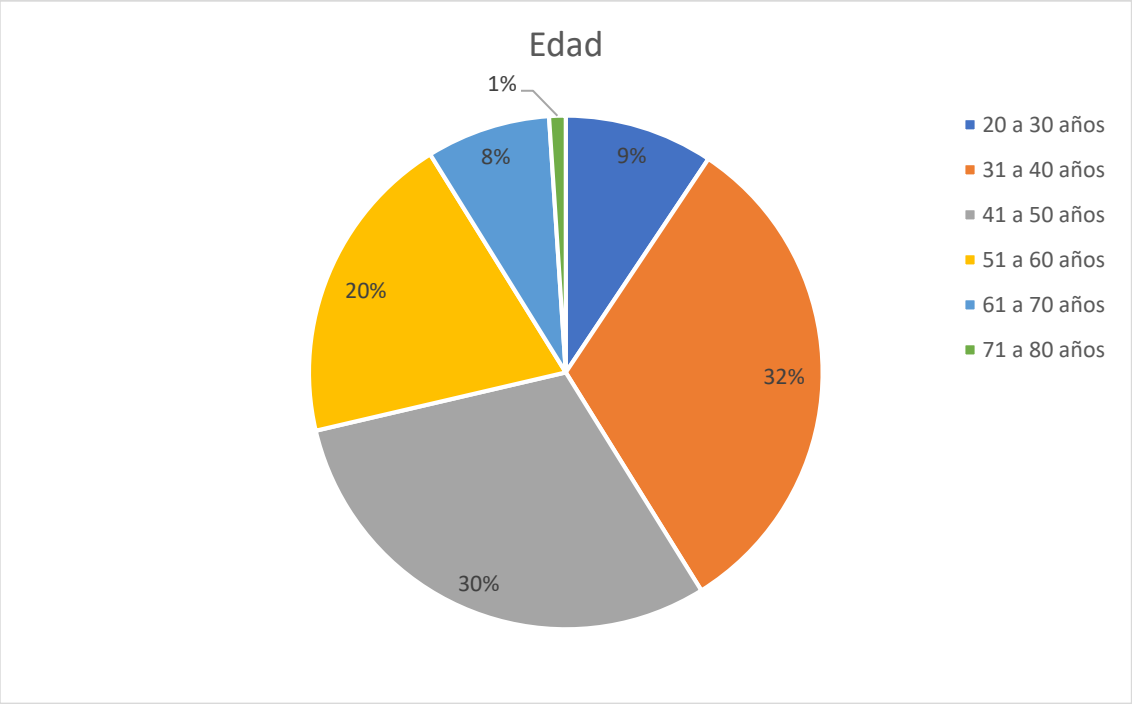


Figura 5: Edad

De un total de 380 personas que respondieron la encuesta, el 32% se encuentra entre los 31 a 40 años, seguido del 30% que pertenece al rango de 41 a 50 años, además el 20%

pertenece a la edad de 51 a 60 años, continuo por el 9% correspondiente a los 20 a 30 años, posterior esta el 8% que compete a un rango de 61 a 70 y finalmente el 1% de encuestados tiene una edad mayor a los 71 años.

- **Sexo**

Tabla 4: Sexo

Sexo		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Masculino	209	54%
Femenino	169	44%
No responde	6	2%
Total encuestados	384	100%

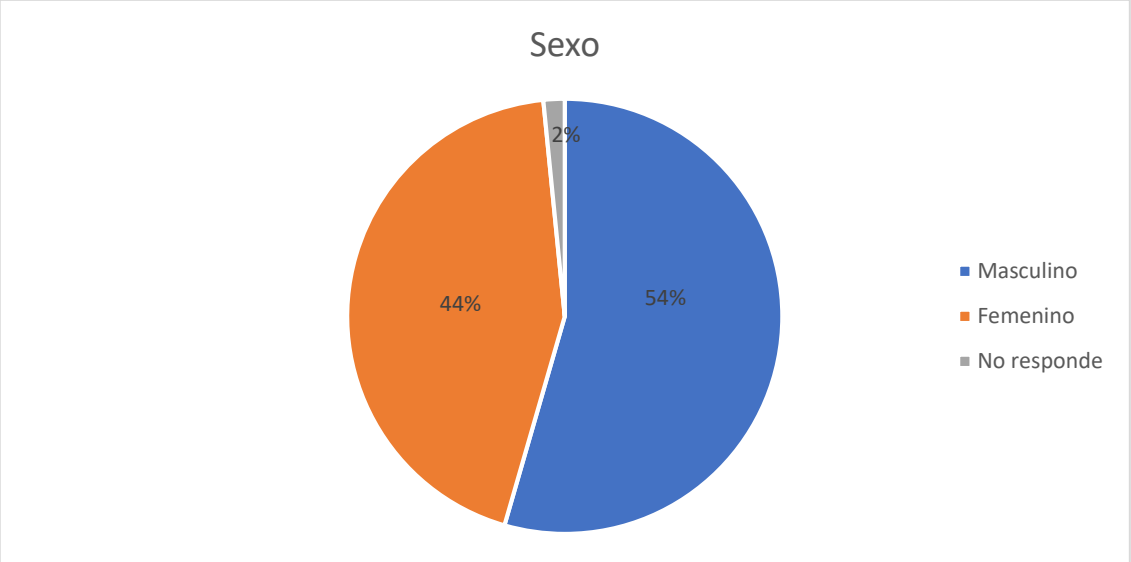


Figura 6: Sexo

Del total de encuestados el 54% pertenece a sexo masculino, mientras que el 44% corresponde al género femenino. Es importante mencionar que el 2% de los encuestados no respondió a ninguna alternativa.

- **Pregunta 1:** ¿Existe un adulto mayor dentro de su núcleo familiar que necesite cuidados?

Tabla 5: Pregunta 1

Pregunta 1		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Si	355	92%
No	29	8%
Total encuestados	384	100%

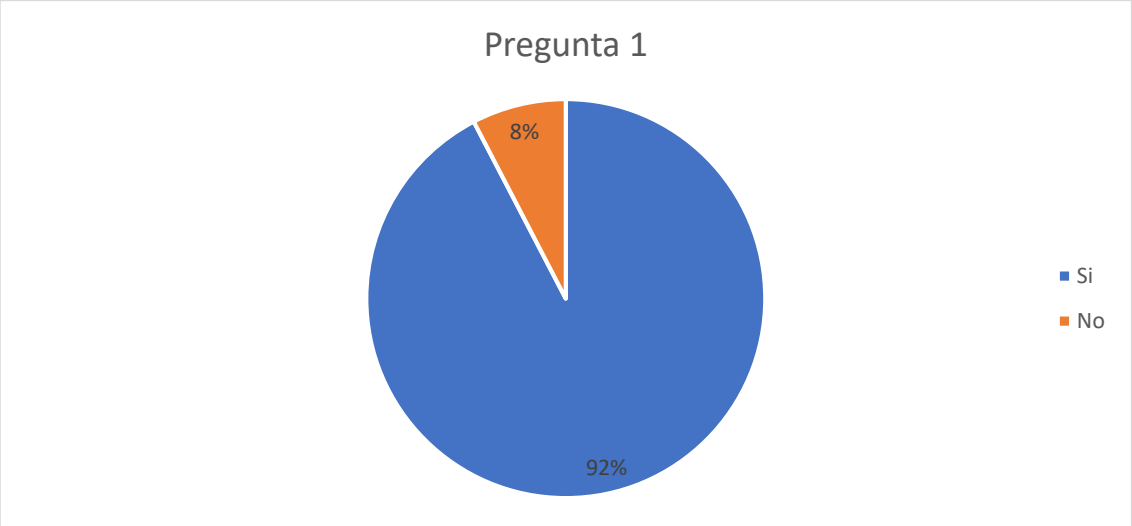


Figura 7: Pregunta 1

Del total de los encuestados, el 92% afirma que tiene un pariente adulto mayor dentro de su núcleo familiar que necesita cuidados, asimismo, el 8% indica que no lo tiene. Cabe recalcar, que, en algunos casos, quienes no tienen un adulto mayor en su familia, también respondieron el resto del cuestionario.

- **Pregunta 2:** Seleccione el rango de edad del adulto mayor

Tabla 6: Pregunta 2

Pregunta 2		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
65 a 69 años	67	17%
70 a 74 años	84	22%
75 a 79 años	42	11%
80 a 84 años	105	27%
85 a 90 años	41	11%
Mayor a 90 años	35	9%
No responde	10	3%
Total encuestados	384	100%

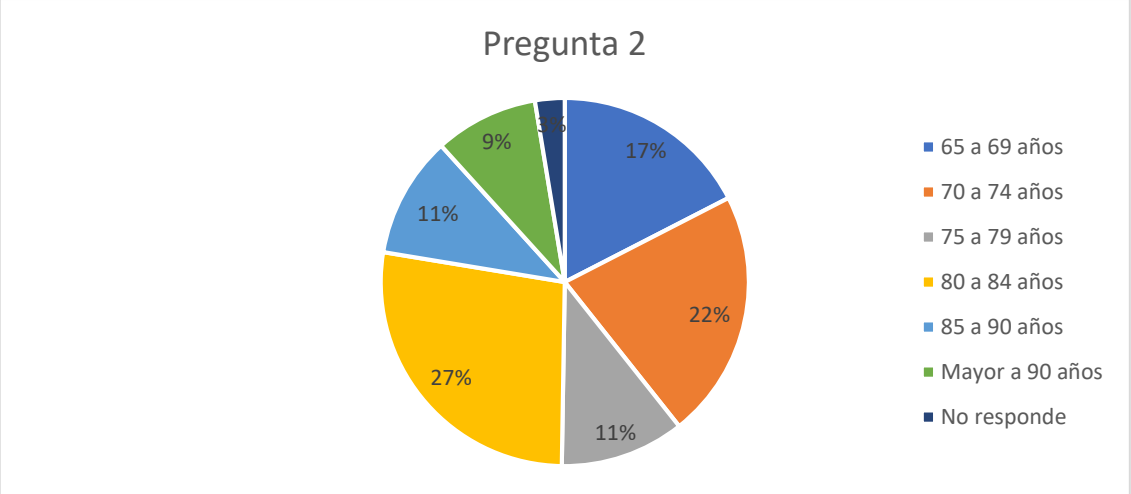


Figura 8: Pregunta 2

Del total de encuestados, se afirma que el adulto mayor se encuentra entre los siguientes rangos de edad, el 27% entre los 80 a 84 años, consecuente el 22% en un rango de 70 a 74 años, el 17% son menores a 69 años, seguido por el 11% con edades de 75 a 79 años, posterior el 11% están en los 85 a 90 años, por último, los mayores de 90 años representan al 9%. El 3% no responde la pregunta.

- **Pregunta 3:** ¿Cuál es el parentesco que tiene con el adulto mayor?

Tabla 7: Pregunta 3

Pregunta 3		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Papá	89	23%
Mamá	99	26%
Tíos	14	4%
Hermanos	4	1%
Primos/Sobrinos	3	1%
Abuelos	117	30%
Otros	48	13%
No responde	10	3%
Total encuestados	384	100%

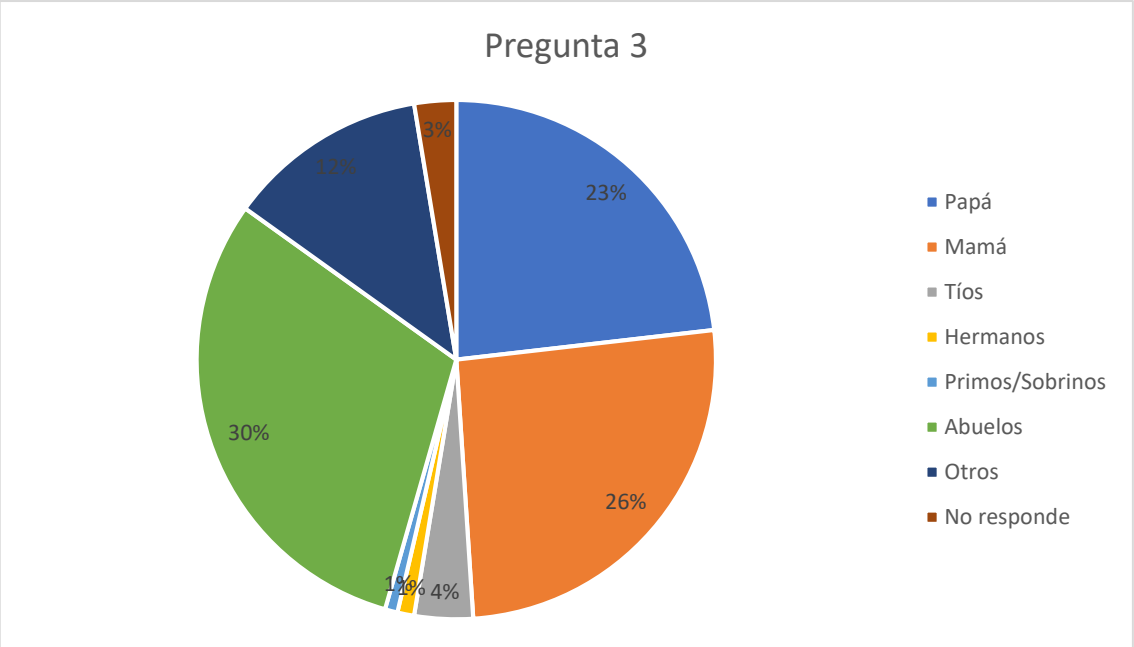


Figura 9: Pregunta 3

Del total de encuestados el 30% afirman que el adulto mayor que requiere cuidados corresponde a abuelos/as, en tanto, el 23% es su padre y el 26% es su madre. El 13% corresponde a otros, con respuestas como suegros/as. Las respuestas con menor porcentaje fueron de tíos, hermanos y primos/ sobrinos, correspondientes al 4%; 1%; y 1% respectivamente. Un 3% de los encuestados no respondió.

- **Pregunta 4:** ¿Qué condición tiene respecto a su motricidad?

Tabla 8: Pregunta 4

Pregunta 4		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Independiente	160	42%
Moderadamente dependiente	136	35%
Totalmente independiente	78	20%
No responde	10	3%
Total encuestados	384	100%

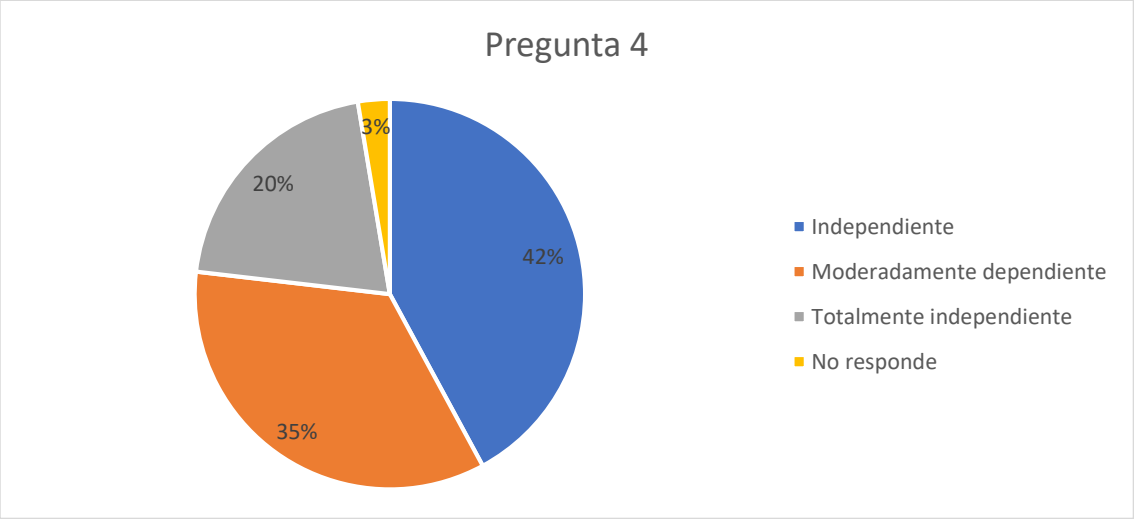


Figura 10: Pregunta 4

Respecto a la motricidad del adulto mayor, el 42% responde que es independiente, continuo, el 35% menciona que su condición es moderadamente dependiente y finalmente, el 20% dice que es totalmente dependiente. El 3% no responde a la pregunta.

- **Pregunta 5:** ¿Qué tipo de ayuda y/o cuidados necesita?

Tabla 9:Pregunta 5

Pregunta 5		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Control de medicación	163	28%
Asistencia Médica	118	20%
Recuperación funcional	54	9%
Atención sanitaria	66	11%
Acompañamiento social e integral	111	19%
Ninguna	55	9%
Otros	10	2%
No responde	10	2%
Total encuestados	587	100%

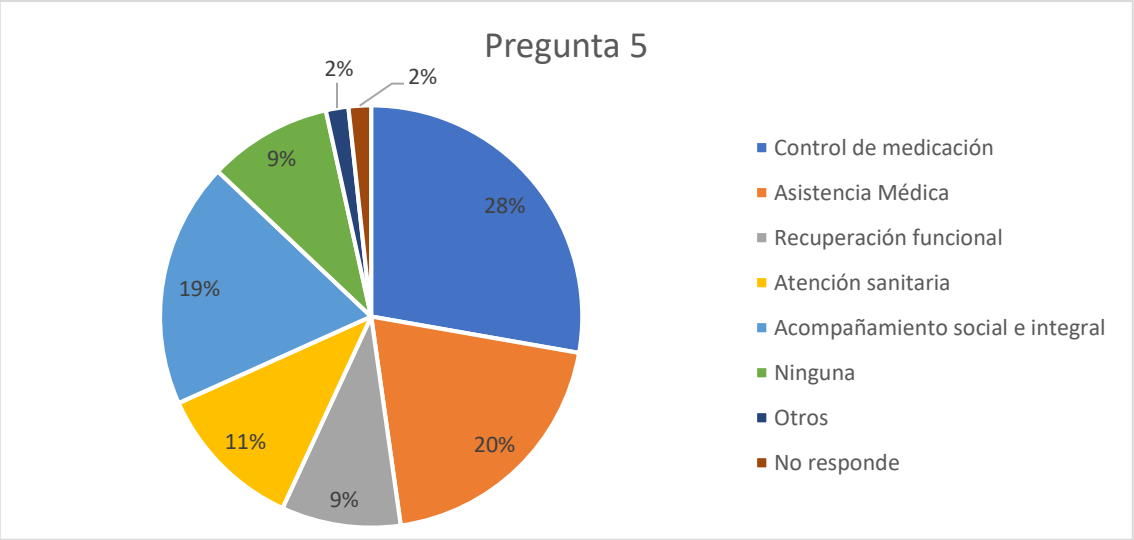


Figura 11: Pregunta 5

Del total de encuestados, el 28% menciona que el adulto mayor requiere un control de medicación, asimismo, el 20% precisa asistencia médica. Además, el 19% necesita acompañamiento social e integral, mientras que 11% precisa ayuda en atención sanitaria, y el 9% requiere cuidado en cuanto a su recuperación funcional. Por otro lado, el 9% no urgen de ningún cuidado. Por último, el 2% respondieron a otros tipos de cuidado, como también, no respondieron.

- **Pregunta 6:** Con relación a la pregunta anterior, ¿Qué persona se encarga de realizar dichos cuidados?

Tabla 10: Pregunta 6

Pregunta 6		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Hijos	213	55%
Otros familiares	72	19%
Profesionales	26	7%
Otros	53	14%
No responde	20	5%
Total encuestados	384	100%

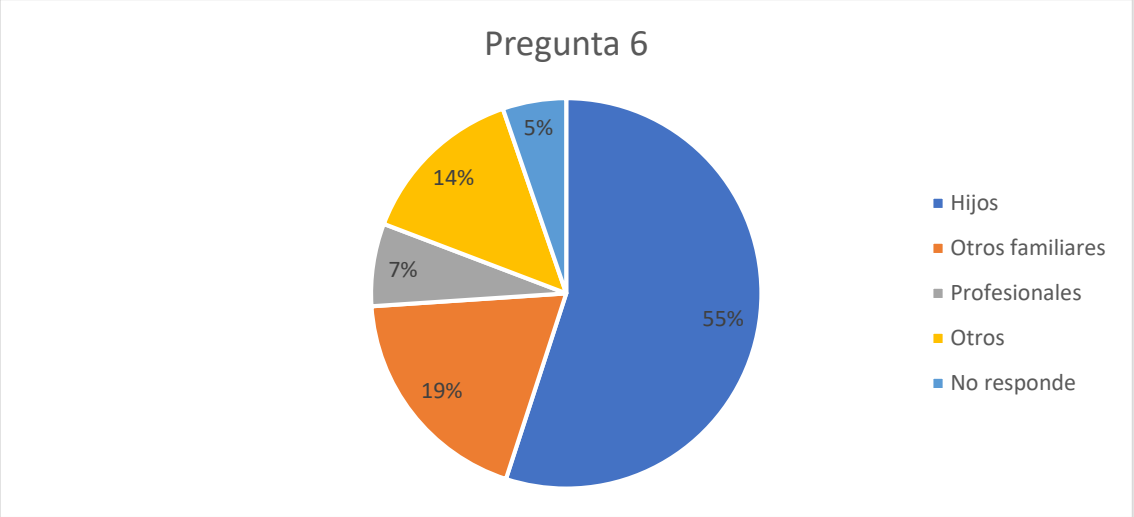


Figura 12: Pregunta 6

De total de encuestados, el 55% responde que son los hijos quienes realizan los cuidados al adulto mayor, mientras que, el 19% afirma que familiares en general lo realizan. Por otro lado, el 14% escoge la alternativa otros con respuestas como empleadas domésticas o esposos. El 7% atribuye la responsabilidad a profesionales y por último el 5% no responde a la pregunta.

- **Pregunta 7:** ¿Con quién vive la persona mayor actualmente?

Tabla 11: Pregunta 7

Pregunta 7		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Solo en su domicilio	71	18%
En casa con mi familia	174	45%
Con familiares cercanos	103	27%
Con amigos	4	1%
Residencias para adultos mayores	20	5%
Otros	0	0%
No responde	12	3%
Total encuestados	384	100%

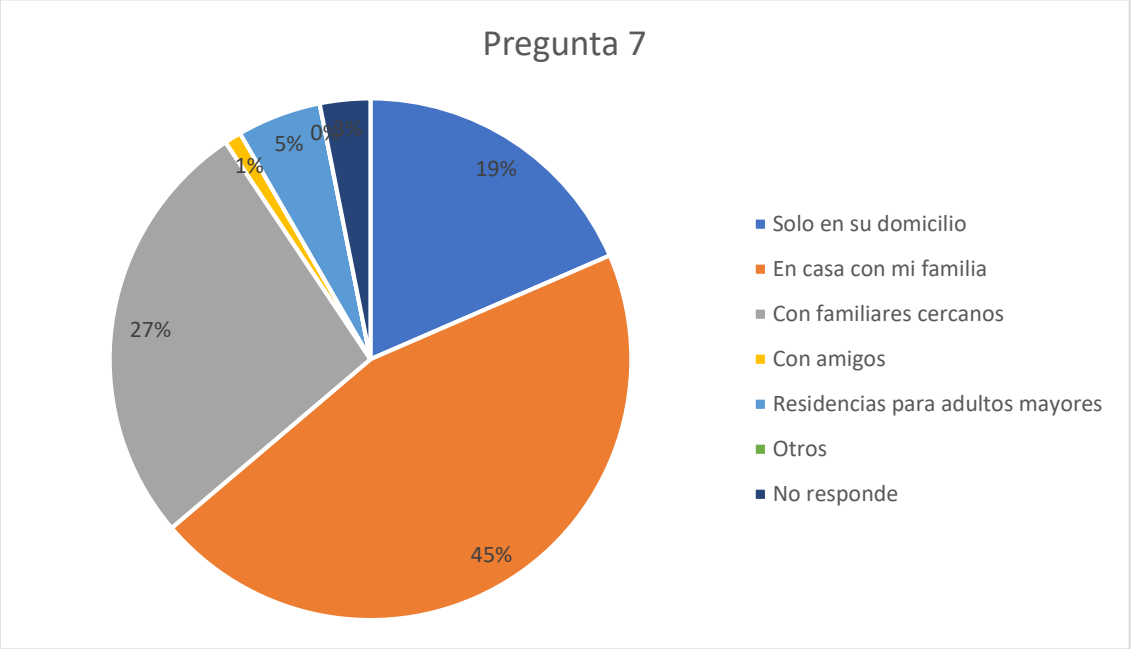


Figura 13: Pregunta 7

Con relación a los resultados se define que el 45% de los adultos mayores vive en el domicilio de la persona encuestada, mientras que el 27% en casa de sus familiares. Además, el 19% vive solo en su domicilio, consecuente el 5% en residencias para adultos mayores y el 1% con amigos. Un porcentaje correspondiente al 3% no responde a la pregunta.

- **Pregunta 8:** ¿El adulto mayor ha requerido alguno de los siguientes servicios?

Tabla 12: Pregunta 8

Pregunta 8		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Centros sociales, club de mayores	82	20%
Residencias para adultos mayores	86	21%
Ayuda a domicilio	65	16%
Centro de día	32	8%
Estancias temporales en residencias	21	5%
Otros	76	19%
No responde	39	10%
Total encuestados	401	100%

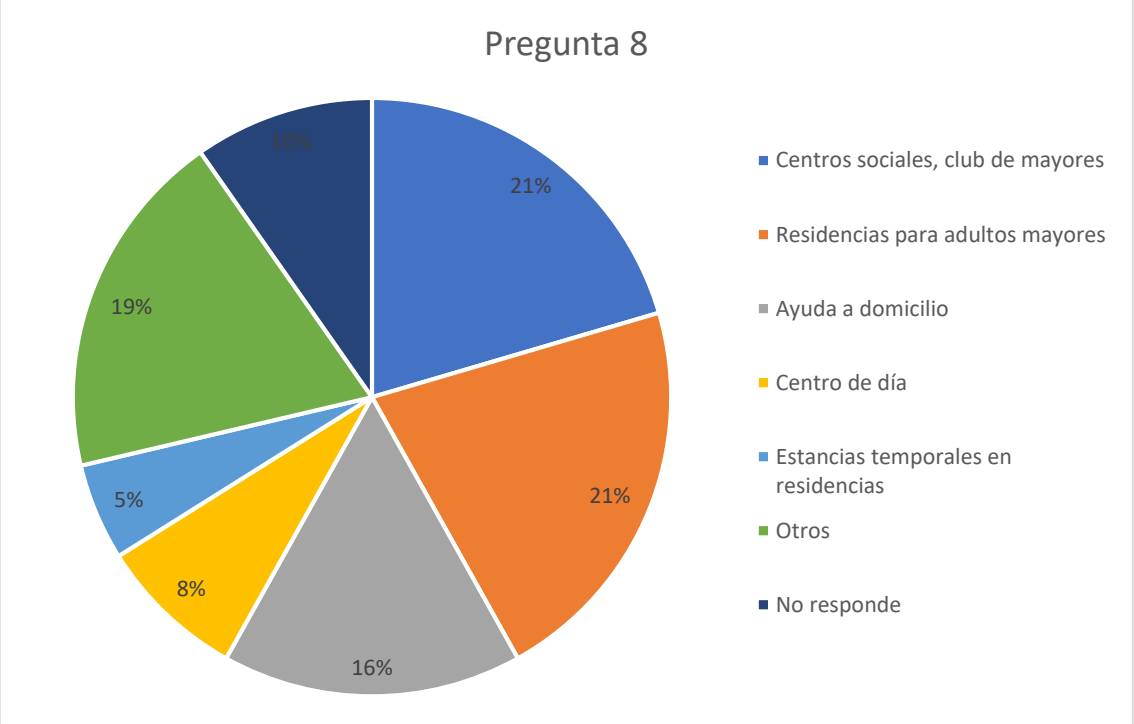


Figura 14: Pregunta 8

De total de encuestados, el 21% afirma haber requerido Residencias para adultos mayores, así como el 20% precisa centros sociales o club para mayores y un 19% menciona ocupar otros servicios. Además, el 16% solicita ayuda a domicilio y quienes

visitan los centros de día para personas mayores, representan el 8%, finalmente el 5% acude a estancias temporales. El 10% de encuestados no respondió a la pregunta.

- **Pregunta 9:** ¿Ha escuchado de la asistencia domiciliaria a adultos mayores?

Tabla 13: Pregunta 9

Pregunta 9		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Si	151	39%
No	223	58%
No responde	10	3%
Total encuestados	384	100%

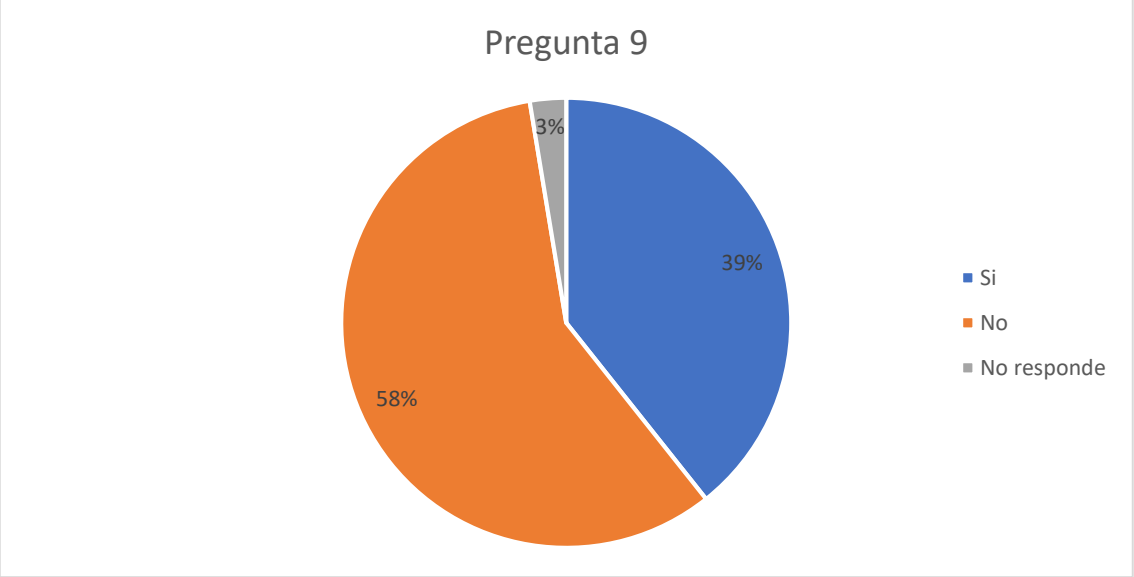


Figura 15: Pregunta 9

Del total de los encuestados el 58% tiene una referencia sobre la asistencia domiciliaria, mientras que el 39% jamás ha escuchado sobre este término. El 3% de los encuestado no respondió a la interrogante.

- **Pregunta 10:** Si el adulto mayor, llegara a necesitar cuidados profesionales, ¿estaría dispuesto a optar por la opción de asistencia domiciliaria?

Tabla 14: Pregunta 10

Pregunta 10		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Si	353	92%
No	19	5%
No responde	12	3%
Total encuestados	384	100%

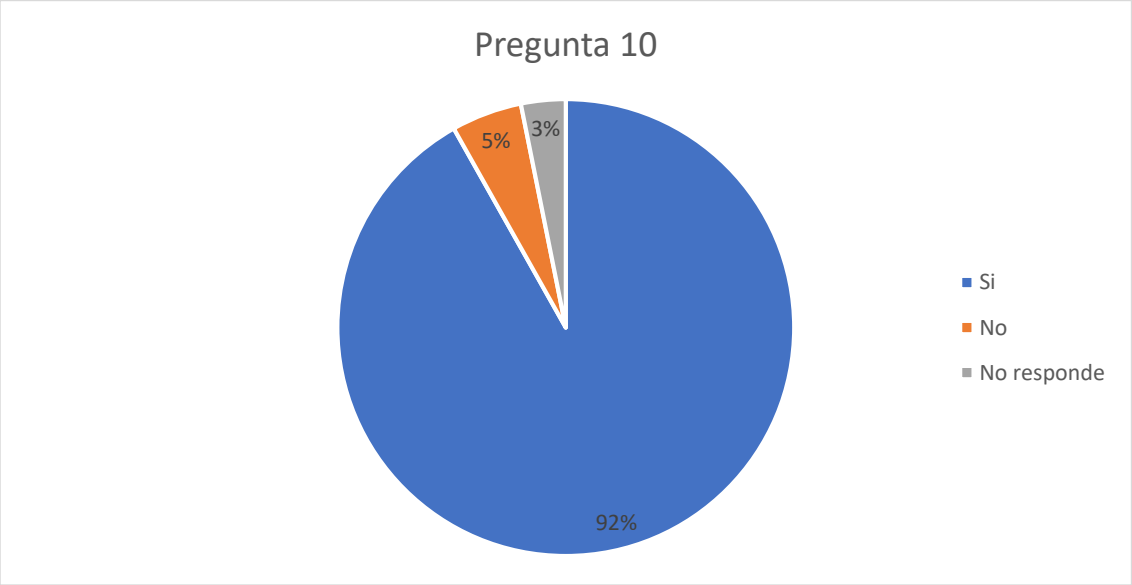


Figura 16: Pregunta 10

Del total de los encuestados, el 92% afirmó que, en caso de requerir asistencia domiciliaria, estarían dispuestos a contratarla, mientras que el 5% mencionó que no está interesado. El 3% de los encuestados no respondió a la interrogante.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el cuidado y/o acompañamiento de un profesional a su adulto mayor?

Tabla 15: Pregunta 11

Pregunta 11		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
10 a $15 por hora	76	20%
$16 a $20 por hora	75	20%
$21 a $25 por hora	133	35%
$26 a 30 por hora	45	12%
Más de $30 por hora	33	9%
No responde	22	6%
Total encuestados	384	100%

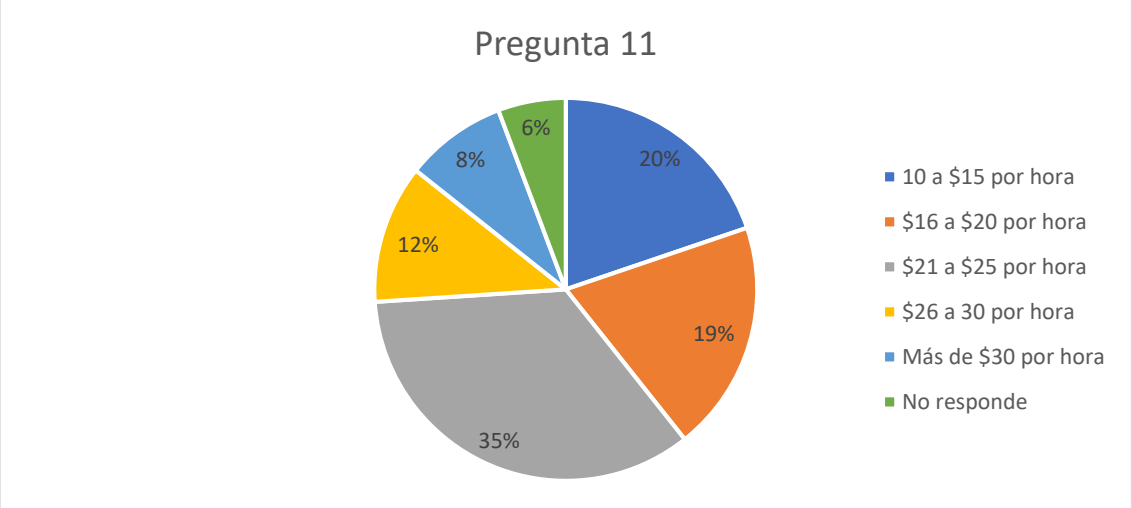


Figura 17: Pregunta 11

Del total de los encuestados, el 35% manifestaron que estarían dispuestos a pagar un precio de $21 a $25 por hora del servicio, en otro caso, el 20% estuvo de acuerdo con un precio de $10 a $15 por hora mientras que otra parte mencionó correcto un valor entre los $16 a $20 por hora. Así mismo la menor parte de los encuestados correspondiente al 12% le pareció adecuado un monto de $26 a $30 por hora mientras que, el 9% seleccionó la opción de más de $30 por hora. Un 6% no respondió a la cuestión.

Pregunta 12: ¿Por cuál medio le gustaría recibir información acerca de este servicio?

Tabla 16: Pregunta 12

Pregunta 12		
Descripción	**Cantidad**	**Porcentaje**
Redes sociales	196	43%
Mail	161	35%
Llamada telefónica	60	13%
Volante	16	4%
Otros	6	1%
No responde	18	4%
Total encuestados	457	100%

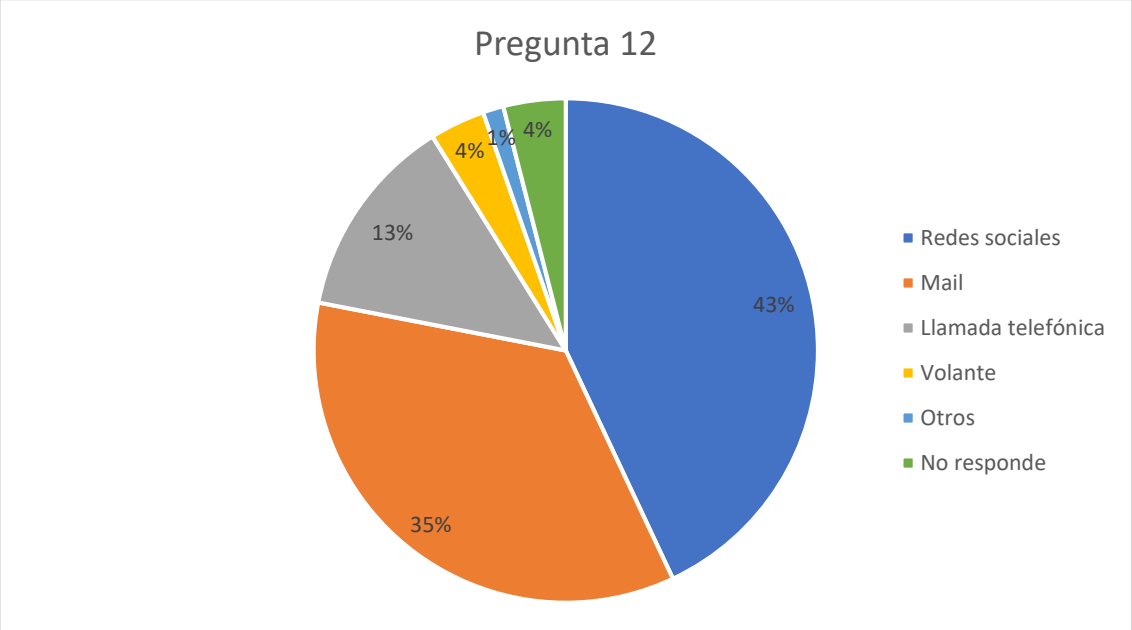


Figura 18: Pregunta 12

Del total de encuestados, el 43% afirmó que preferiría recibir información a través de redes sociales, consecuente, el 35% mencionó que su mejor opción era por medio de mails. En relación con 13% aludió que prefiere las llamadas telefónicas, continuo, el 4% se inclina por la información mediante volantes y finalmente el 1% opta por otras opciones. El 4% no respondió a la interrogante.

3.2. Valores empresariales

Los valores empresariales son la base para una cultura organizacional con identidad, reflejan el compromiso de la empresa con la sociedad, motivan a los empleados y generan la diferencia con la competencia. En cuanto a lo mencionado, los servicios de asistencia a domicilio se fundamentan bajo los siguientes valores:

Confianza. – determinación en brindar servicios que generen satisfacción al cliente y seguridad a los colaboradores.

Integridad. – relacionarse con las personas de una manera auténtica, defender los derechos tanto de las familias como de los cuidadores día tras día.

Actitud de servicio. - cooperación, generosidad y amabilidad en el trato a los clientes.

Innovación. – mejor continua en la calidad de los servicios y requerimientos del cliente., así como también en las necesidades de los cuidadores.

3.2.2. Misión

Somos una empresa que ofrece servicios especializados de asistencia domiciliaria para adultos mayores con la finalidad de facilitar el cuidado, autonomía; y el mejoramiento de la calidad de vida de sus seres queridos.

3.2.3. Visión

Ser para el 2023 la empresa líder en servicios especializados de asistencia domiciliaria en la ciudad de Quito.

3.2.4. Código de ética de la empresa

3.2.4.1.Ética con los clientes

a) Enfoque al cliente

Los colaborados de la empresa, trabajarán teniendo en cuenta los valores empresariales y brindando un servicio exclusivo con calidad y confianza para el cliente. Estarán pendientes de la implementación de un plan de acción previamente trabajado en cuanto a las desconformidades o requerimientos con el fin de mejorar los procesos y la atención por parte de la organización.

b) Respeto y confidencialidad de datos personales

La compañía exige el respeto al secreto profesional y la conservación de información personal prestada por el cliente. Tiene obligación de no compartirla dentro de sus actividades laborales o bien sea en conversaciones sociales fuera de su horario de trabajo.

Se usarán los datos personales únicamente para las siguientes finalidades contractuales:

1. Brindar el servicio y derivaciones de este, acordadas en el contrato por las partes interesadas.

2. Gestionar y facilitar información en caso de una emergencia que ponga en riesgo la integridad del cliente.

3. Responder a solicitudes de reclamos requeridas exclusivamente por el cliente.

4. Enviar información de interés sobre actualizaciones en los servicios, vía electrónica o llamadas telefónicas.

5. Solicitar encuestas de satisfacción y calidad de los servicios.

3.2.4.2.Ética con los empleados

a) Orientación al colaborador

La organización está comprometida con el colaborador al brindarle un empleo estable y un ambiente laboral apropiado para el desarrollo de sus actividades. Tiene en cuenta el respeto a los derechos inherentes de cada trabajador en cuanto al trato responsable, libertad y dignidad de estos. Asimismo, defiende la inclusión a la diversidad de razas y género.

b) Integridad y salud del personal

El lugar de trabajo contará con el cumplimiento de todas las directrices de Salud y seguridad ocupacional con el fin de ofrecer al empleado un espacio de trabajo libre de riesgos y saludable. Además, garantizará la salud del empleado en primera instancia y lo exentará de cualquier actividad que ponga en peligro su salubridad.

3.3. Políticas organizacionales

3.3.2. Para empleados

a) Información de cliente

- No está permitida la divulgación de la información personal del cliente bajo ningún caso, excluyendo lo establecido en el código de ética.

- El intercambio de información de contacto, como número telefónicos, correos personales o redes sociales está completamente restringido.

- No está autorizado la aceptación de cualquier obsequio o donación que el cliente de buena fe quiera hacerle al colaborador, así mismo.

- Se restringe el tomar objetos deliberadamente del lugar de trabajo sin consentimiento de la empresa.

b) Compensación laboral

La compensación laboral se asignará de acuerdo con el código de trabajo vigente y las responsabilidades determinadas a cada labor. Igualmente, se considerará el esfuerzo y dedicación en el trabajo anualmente que conlleven al incremento del estipendio.

c) Consumo de bebidas alcohólicas y/o drogas

El consumo de bebidas alcohólicas y/o drogas incluido el tabaco está terminantemente prohibido durante horarios de trabajo o tiempos de descanso.

3.3.3. Para clientes

a) Contratación del servicio

Para registro del cliente y prestación del servicio, es necesario contar con los siguientes datos personales:

c) Datos de identidad;
d) Información médica y estado de la salud;
e) Hábitos y costumbres personales;
f) Información económica.

- La empresa tiene la obligación de eliminar inmediatamente los datos personales del cliente a la finalización del contrato o si este solicita la cancelación del mismo antes de su culminación.

- Para el acceso al domicilio en el que se prestará el servicio, en ninguna circunstancia el empleado puede recibir una copia de llaves de la residencia.

3.3.4. Para proveedores

a) Selección del proveedor

El proveedor deberá cumplir un procedimiento de evaluación y selección de acuerdo con los estándares de valoración con el fin de garantizar la calidad tanto de sus productos como servicios que sean requeridos por la organización.

b) Subcontratación

Los empleados que formen parte de la empresa proveedora deberán cumplir legalmente un contrato en base a la ley de trabajo vigente.

c) Política de pagos

La empresa se acogerá a las políticas de pagos presentadas por cada proveedor, el periodo de pago de facturas será discutido teniendo en cuenta el beneficio de las dos partes.

3.4. Planeación

3.4.2. Objetivos a Largo Plazo

- Adquirir una oficina como activo de la empresa para el año 2024.
- Ganar una participación de mercado del 10% para el año 2023.
- Incrementar las ventas en un 15% para el año 2023.

3.4.3. Objetivos a Corto y Mediano Plazo

- Departamento Administrativos

  - Establecer estrategias de mejora por área de acuerdo con indicadores de cumplimiento de objetivos.
  - Contratar personal capacitado y necesario para cumplir con requerimientos de la empresa.
  - Mantener la documentación del cliente al día en caso de requerirla para situaciones de emergencia.

- Departamento Contabilidad y Finanzas

  - Evaluar al final del primer periodo de trabajo la situación de la empresa mediante índices financieros;
  - Realizar el presupuesto financiero para el siguiente periodo.
  - Incrementar la venta de servicios en un 5% para el segundo periodo de funcionamiento
  - Cumplir con los pagos de impuestos puntualmente.
  - Cumplir con pagos a proveedores y personal de la empresa en fechas establecidas.

- Departamento Comercial

  - Generar una cartera de clientes amplia en los primeros 6 meses de marcha.
  - Establecer estrategias comerciales para atraer a nuevos clientes.
  - Plantear estrategias de mejora de acuerdo con indicadores de satisfacción del cliente, al final del periodo.
  - Brindar un servicio personalizado de calidad.
- Departamento de coordinación y logística

  - Informar semanalmente al cuidador el plan de visita domiciliaria y servicios a brindar a cada cliente.
  - Realizar un plan de contingencia en caso de suscitarte una emergencia en el domicilio del cliente.
  - Reportar mensualmente eficacia del servicio mediante indicadores.

3.4.4. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

1. Poder de negociación de los clientes

De acuerdo con las encuestas realizadas, el número de personas interesadas representa a potenciales clientes lo que establece que la empresa tendría gran captación de los mismo en el mercado, por lo cual el poder de negociación se daría en beneficio para el ofertante más no para el cliente. Así mismo, el establecimiento de precios puede ser fijado de acuerdo con una rentabilidad esperada.

2. Poder de negociación de los proveedores

Al ser una empresa de servicios, no requiere mayor número de proveedores en comparación a compañías productivas que dependen en gran parte de sus proveedores para abastecimiento de materias primas. En el caso de la empresa de servicios, su proveeduría tiene una gran oferta con la que se podría negociar en ventaja de la compañía.

3. Amenaza de los nuevos competidores entrantes

A menudo ingresan al mercado gran cantidad de empresas que brindan servicios al adulto mayor, en su mayoría son residencias para adultos mayores, o centro sociales y club de entretenimiento. Si bien es cierto, no son competidores directamente relacionado al objeto de una empresa que brinda servicios de atención a domicilio, sin embargo, su nicho de mercado es similar, por lo cual, es importante la constante innovación y evaluación de servicios que generen preferencia y fidelidad del cliente.

4. Amenaza de servicios sustitutos

Como servicios sustitutos se puede mencionar a profesionales que brindan atención a domicilio de forma independiente, como pueden ser, enfermeras; auxiliares de enfermería; especialistas en gerontología; entre otros.

5. Rivalidad entre competidores existentes

Se pueden mencionar como competidores a las empresas privadas de asistencia médica a domicilio, asilos o residencias para ancianos, clubs o establecimiento de servicios

sociales, entre otros. Para minimizar el riesgo de que la demanda prefiera a la competencia se plantean las siguientes estrategias:

- Invertir en marketing y publicidad, especialmente que refieran la diferenciación del servicio.

- Brindar un servicio de calidad a un precio justo.

- Ofrecer un valor añadido junto con la prestación de servicios.

- Estructurar correctamente los procesos con el objetivo de que generen costes del servicio bajos y permitan ofertarlos a un precio adecuado.

3.4.5. FODA

El análisis FODA permitirá comprender la situación actual del emprendimiento en cuanto a su entorno externo e interno, mismo que, tiene como objetivo plantear estrategias que posibiliten la mejora continua de la empresa.

3.4.5.1.Análisis FODA

Tabla 17: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Oferta de diversos servicios tales como, control de medicación, acompañamiento médico y auxiliar, atención sanitaria y recuperación funcional, teleasistencia, entre otros. - Personalización en la prestación del servicio. - Es la única empresa en la ciudad, constituida como tal para prestar asistencia domiciliaria. - Tiene su base en valores como integridad y respeto al cuidado del adulto mayor. - La oferta de servicio promueve la autonomía del adulto mayor y el envejecimiento digno dentro de sus hogares. - Cuenta con profesionales formados en geriatría, enfermería y medicina terapéutica. - Alto índice de dependencia del adulto mayor para realizar actividades cotidianas. (Encuesta aplicada a la población)	- Dificultad para brindar un trato y cuidado de calidad a la persona mayor por parte de familiares. - Falta de tiempo de parientes para atender necesidades de sus mayores. - Tasa de envejecimiento creciente de acuerdo con datos estadísticos. - Amplio mercado interesado en contratar servicios de asistencia domiciliaria. (Encuesta aplicada a la población) - Inexistencia de competidores directos en la ciudad. - Carencia de formación geriátrica de sustitutos. - Segmento de mercado a enfocarse, insatisfecho por servicios existentes. - Alianzas estratégicas con clínicas de salud, centros de día alternativos, demás centros de atención al adulto mayor.

DEBILIDADES	AMENAZAS
- Falta de fuentes de financiamiento para constitución de la empresa. - Costo por hora elevado del servicio, no exequible para todo el mercado. - El mercado potencial no conoce sobre la existencia de la empresa y sus servicios, debido a que, es un nuevo proyecto. - Carencia de fondos para campañas publicitarias que permitan captar a posibles clientes.	- Centros sustitutos de atención a mayores brinda servicios similares de forma directa o indirecta que satisfacen necesidades del mercado. - Posible existencia de nuevos competidores entrantes. - Proyectos de Gobierno que ofertan servicios semejantes a bajo o ningún costo.

3.4.5.2.Matriz de Estrategias FODA

Tabla 18: Matriz de Estrategias FODA

ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Enfoque en la prestación de servicios personalizados y de calidad que brinden una experiencia única al cliente final.	Determinar un nicho de mercado que cumpla con características económicas suficientes para contratar servicios de cuidado integral.
ESTRATEGIA FA	**ESTRATEGIA DA**
Constante innovación de los servicios de acuerdo con necesidades que vayan surgiendo de las labores diarias.	Buscar inversionistas interesados en invertir sus fondos en el sector geriátrico, con ello constituir la empresa y darla a conocer al mercado.

Tabla 19:Matriz de Factores Externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS	**OPORTUNIDADES**		**PONDERACIÓN**	**CLASIFICACIÓN**	**PUNTUACIONES**
	1	Dificultad para brindar un trato y cuidado de calidad a la persona mayor por parte de familiares.	0,30	4	1,20
	2	Falta de tiempo de parientes para atender necesidades de sus mayores.	0,40	4	1,60
	3	Tasa de envejecimiento creciente de acuerdo con datos estadísticos.	0,40	4	1,60
	4	Amplio mercado interesado en contratar servicios de asistencia domiciliaria.	0,40	4	1,60
	5	Inexistencia de competidores directos en la ciudad.	0,30	3	0,90
	6	Carencia de formación geriátrica de sustitutos.	0,20	3	0,60
	7	Segmento de mercado a enfocarse, insatisfecho por servicios existentes.	0,30	3	0,90
	8	Alianzas estratégicas con clínicas de salud, centros de día alternativos, demás centros de atención al adulto mayor.	0,20	3	0,60
			2,50		9,00
	AMENAZAS		**PONDERACIÓN**	**CLASIFICACIÓN**	**PUNTUACIONES**
	1	Centros sustitutos de atención a mayores brinda servicios similares de forma directa o indirecta que satisfacen necesidades del mercado.	0,40	2	0,80
	2	Posible existencia de nuevos competidores entrantes.	0,20	3	0,60
	3	Proyectos de Gobierno que ofertan servicios semejantes a bajo o ningún costo.	0,30	2	0,60
			0,90		2,00

Tabla 20:Matriz de Factores Internos (EFI)

FACTORES INTERNOS		**FORTALEZAS**	**PONDERACIÓN**	**CLASIFICACIÓN**	**PUNTUACIONES**
	1	Oferta de diversos servicios tales como, control de medicación, acompañamiento médico y auxiliar, atención sanitaria y recuperación funcional, teleasistencia, entre otros.	0,40	4	1,60
	2	Personalización en la prestación del servicio.	0,35	4	1,40
	3	Es la única empresa en la ciudad, constituida como tal para prestar asistencia domiciliaria.	0,25	2	0,50
	4	Tiene su base en valores como integridad y respeto al cuidado del adulto mayor.	0,35	3	1,05
	5	La oferta de servicio promueve la autonomía del adulto mayor y el envejecimiento digno dentro de sus hogares.	0,30	2	0,60
	6	Cuenta con profesionales formados en geriatría, enfermería y medicina terapéutica.	0,40	4	1,60
	7	Alto índice de dependencia del adulto mayor para realizar actividades cotidianas.	0,15	1	0,15
			2,20		6,90
		DEBILIDADES	**PONDERACIÓN**	**CLASIFICACIÓN**	**PUNTUACIONES**
	1	Falta de fuentes de financiamiento para constitución de la empresa.	0,4	4	1,60
	2	Costo por hora elevado del servicio, no exequible para todo el mercado.	0,2	1	0,20
	3	El mercado potencial no conoce sobre la existencia de la empresa y sus servicios, debido a que, es un nuevo proyecto.	0,3	3	0,90
	4	Carencia de fondos para campañas publicitarias que permitan captar a posibles clientes.	0,1	2	0,20
			1,00		2,90

De acuerdo con el análisis FODA, dentro de las oportunidades, se puede destacar la lata tasa de envejecimiento de acuerdo con datos estadísticos y así mismo, la falta de tiempo de familiares para brindar cuidados, lo que da apertura al ingreso a un mercado no satisfecho.

De igual modo, se presenta una fortaleza que es de gran interés, al ofrecer un cuidado por medio de profesionales especializados en el área geriátrica y auxiliares de enfermería, que cuentan con los conocimientos y experiencia necesaria para solventar necesidades del consumidor, así como también capacidad para brindar un servicio de excelencia.

Por otro lado, una debilidad a tomar en cuenta es que, al ser una empresa entrante, el mercado desconoce de sus servicios, por lo tanto, es importante suplir esta fragilidad con oportunidades de creación de campañas publicitarias para captar la atención del cliente.

Por lo mencionado anteriormente y el análisis realizado, se determina que la empresa podrá emerger aprovechando sus oportunidades y fortalezas y así enfrentarse al posible impacto de sus debilidades y amenazas.

3.5. Planificación Estratégica

Para el desarrollo de la planificación estratégica se definirán objetivos por área y diferentes actividades que se llevarán a cabo para alcanzar los objetivos propuestos. Esto será desarrollado por el gerente general y gerentes de cada área en específico.

Tabla 21:Planificación Estratégica

LÍDER DE PROYECTO:	Gerente General	**ÁMBITO:** Gerente General	**ESTRATEGIAS:** 3
APOYO DEL PROYECTO:	Fernanda Caiza, Nicole Cajas, Jean Mascaró, Manuela Se		**AVANCE DE ESTRATEGIAS:** 0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Adquirir una oficina como activo de la empresa para el año 2024.	1	Cotizar compra de oficina.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Conseguir medios de financiamiento a largo plazo.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Contratar personal administrativo.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		4	Realza análisis de localización de una empresa.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Ganar una participación de mercado del 10% para el año 2023.	5	Aplicar una encuesta de preferencias y necesidades del cliente.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Implementar nuevos servicios e innovaciones a los existentes.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Crear una campaña de marketing en redes sociales para lograr un amyor alcance.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Analizar la venta de servicios el mercado, tanto de la empresa como de competidores indirectos.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Incrementar las ventas en un 15% para el año 2023.	9	Establecer un valor agragado a nuentros servicios.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Optimizar costos del servicio como movilización y logística.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Ampliar la cartera de clientes en una misma zona.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		12	Contratar personal suficiente que cubra las necesidades de la empresa.	Gerente General	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	N° de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	N° total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:
Lady Monar
Gerente General

Revisado por:
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:
Lady Monar - Gerente General
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.5.1 Planificación Operativa (POA) y Táctica

La planificación operativa y táctica es desarrollada por los gerentes de cada departamento, mismos que tienen establecidos objetivos a cumplir durante un periodo y requieren establecer actividades para alcanzar dichas metas.

A continuación, se presenta un POA por cada departamento de la organización.

3.5.1.1 Departamento Administrativo

Tabla 22:POA Departamento Administrativo

LÍDER DE PROYECTO:	María Fernanda Caiza	**ÁMBITO:** Administrativo	**ESTRATEGIAS:** 3
APOYO DEL PROYECTO:	Lady Monar		**AVANCE DE ESTRATEGIA** 0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Establecer estrategias de mejora por área de acuerdo con indicadores de cumplimiento de objetivos.	1	Establecer objetivos medibles por área.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Definir indicadores a evaluar eventualmente.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Analizar resultados de KPI´s establecidos.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		4	Determinar estrategias para mejora de objetivos.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrateg	4					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%		
2	Contratar personal capacitado y necesario para cumplir con requerimientos de la empresa.	5	Analizar los servicios de atención integral más demandados	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Reclutar personal capacitado en atención geriátrica.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Realizar entrevistas de selección.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Implementar filtros de pruebas de conocimiento en gereatría	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrateg	4					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%		
3	Mantener la documentación del cliente al día en caso de requerirla para situaciones de emergencia.	9	Establecer parámetros información requerida al momento de	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Solicitar exámenes de estado de salud física y mental del c	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Pedir actualización de datos semestral.	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		12	Reporte mensual de incovenientes en la salud del consumid	Departamento Administrativo	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	N° de actividades en la estrategia:	4					% DE AVANCE ESTRATÉGICO:										0%		
	N° total de actividades:	12					% DE AVANCE TOTAL:										0%		

Elaborado por:
María Fernanda Caiza
Gerente Administrativo

Revisado por:
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:
Lady Monar - Gerente General
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.5.1.2 Departamento de Contabilidad y Finanzas

Tabla 23: POA Departamento Financiero

LÍDER DE PROYECTO:	Nicole Cajas	**ÁMBITO:**	Contabilidad y Finanzas	**ESTRATEGIAS:**	5
APOYO DEL PROYECTO	Lady Monar			**AVANCE DE ESTRATEGIAS:**	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Evaluar al final del primer periodo de trabajo la situación de la empresa mediante índices	1	Analizas estados financieros.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Analizar balance general de la empresa.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Interpretar los resultados obtenidos durante el ejercicio.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20												0%		
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Realizar el presupuesto financiero para el siguiente periodo.	4	Analizar la situación fiananciera actual de la empresa.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		5	Considerar aumento de recurso humano en la organizacio	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Fijar gastos anuales por área.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Establecer reservas de efectivo en casos de contingencia	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Incrementar la venta de servicios en un 5% para el segundo periodo de funcionamiento	8	Reducción de costos innecesarios de la empresa.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		9	Optimizar los procesos de logística y comercial.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Realizar análisis de precios ofertados y posible increme	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		11	Analizar el mercado y su posible crecimiento.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Cumplir con los pagos de impuestos puntualmente.	12	Realizar declaraciones de IVA según lo estipulado por la	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		13	Llevar registro diario de retenciones.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		14	Revisar la fechas de pagos establecidos por el SRI.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		15		Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
5	Cumplir con pagos a proveedores y personal de la empresa en fechas establecidas.	16	Revisar política de pagos con proveedores.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		17	Preparar nómina hasta el 21 de cada mes.	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		18	Enviar información de pago de nómina al banco hasta el	Departamento de Contabilidad y Finanzas	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	N° de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
	N° total de actividades:	18				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:
Nicole Cajas
Gerente de Contabilidad y Finanzas

Revisado por:
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:
Lady Monar - Gerente General
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.5.1.3 Departamento Comercial y de Servicios

Tabla 24: POA Departamento Comercial y Servicios

LÍDER DE PROYECTO:	Jean Mascaró	**ÁMBITO:** Comercial y Servicios	**ESTRATEGIAS:** 4
APOYO DEL PROYECTO	Lady Monar		**AVANCE DE ESTRATEGIAS:** 0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Generar una cartera de clientes amplia en los primeros 6 meses de marcha.	1	Crear base de datos de clientes potenciales.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Ofrecer servicios que se adapten a necesidades del clien	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		4	generar clientes mediante telemarketing.	Departamento Comercial	jun.-20												0%		
		5	Repartir volantes promocionales en puntos estratégicos	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	5				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Establecer estrategias comerciales para atraer a nuevos clientes.	7	Establecer promociones de acuerdo con el número de se	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Brindar facilidades de pago de servicios.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		9	Disminuir precio del servicios por contrataciones mensu	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Plantear estrategias de mejora de acuerdo con indicadores de satisfacción del cliente, al final del periodo.	11	Aplicar encuestas de satisfacción del cliente.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		12	Establecer KPI´s de servicio, logística, personal y empre	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		13	Analizar adecuadamente resultados de encuestas.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Externo	
		14	Plantear estrategias con cada área de la organización.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Brindar un servicio personalizado de calidad.	16	Tener un abastecimieto suficiente de materiales de traba	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		17	Coordinar geográficamente los puntos de recepción del s	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		18	Conocer el servicio que requiere el consumidor.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		19	Establecer normas de trabajo con cada cliente.	Departamento Comercial	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	N° de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
	N° total de actividades:	16				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:
Jean Mascaró
Gerente Comercial

Revisado por:
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:
Lady Monar - Gerente General
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.5.1.4 Departamento de Coordinación y Logística

Tabla 25: POA Departamento de Coordinación y Logística

LÍDER DE PROYECTO:	Manuela Sepúlveda	**ÁMBITO:**	Coordinación y Logística	**ESTRATEGIAS:**	5
APOYO DEL PROYECT	Lady Monar			**AVANCE DE ESTRATEGIAS:**	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Informar semanalmente al cuidador el plan de visita domiciliaria y servicios a brindar a cada cliente.	1	Elaborar planeación semanal de puntos de servicio de clientes.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Determinar geográficamente puntos de servicio cercanos para un mismo cuidador.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Enviar cronograma de visitas a cuidadores.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20												0%		
		4	Dar a conocer servicios y normas del cliente, a brindar cada semana.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Realizar un plan de contingencia en caso de suscitarte una emergencia en el domicilio del cliente.	4	Capacitar a cuidadores sobre acciones a tomar en caso de emergencia.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		5	Consolidar información del cliente con el área administrativa.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Dar a conocer el plan de contigencia a familiares del adulto mayor.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Reportar mensualmente eficacia del servicio mediante indicadores.	9	Analizar reportes de actividades diarias de cuid	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Crear indicadores de calidad del servicio y predisposición de cuidadores.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Analizar productividad vs tiempo del servicio.	Departamento de Coordinación y Logística	jun.-20		X					X					0%	Recurso Propio	
	N° de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
	N° total de actividades:	9				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

Elaborado por:
Manuela Sepúlveda
Gerente de Coordinación y Logística

Revisado por:
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:
Lady Monar - Gerente General
María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Jean Mascaró - Gerente Comercial
Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.5.2 Planificación de Contingencia

Tabla 26: Plan de Contingencia

LÍDER DE PROYECTO:	Lady Monar	**ÁMBITO**	Gerente General
APOYO DEL PROYECTO:	Fernanda Caiza, Nicole Cajas, Jean Mascaró, Manuela Sepúlveda	**ESTRATEGIAS:**	3
		AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO*	FECHA FIN*	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Contar con un fondo de reserva económico para mantener el negocio en marca ante la posibilidad de un riesgo.	1	Asignar un fondo a cada departamento de la empresa.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Depositar el dinero de la provisión en una cuenta bancaria.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Utilizar el fondo en caso de que ocurra la contingencia.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Modificación del segmento de mercado potencial.	4	Rrealizar un estudio de mercado.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
		5	Modificar el enfoque de mercado potencial.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Externo	
		6	Implementar campañas de captación publicitarias.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Aplicación de medidas correctivas al primer trimestre de resultados negativos en ventas del servicio.	7	Verificar presupuesto.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Incrementar la inversión publicitaria.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Propio	
		9	Reducción de costes del servicio.	Gerente General			X					X					0%	Recurso Externo	
	N° de actividades en la estrategia:	3				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
	N° total de actividades:	9				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

*** Fecha de inicio y finalización se determinaran en caso de que ocurra la contigencia.**

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Lady Monar	María Fernanda Caiza - Gerente Administrat	Lady Monar - Gerente General
Gerente General	Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Fi	María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo
	Jean Mascaró - Gerente Comercial	Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas
	Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinaci	Jean Mascaró - Gerente Comercial
		Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.6. Estructura organizacional

3.6.1. Organigrama estructural

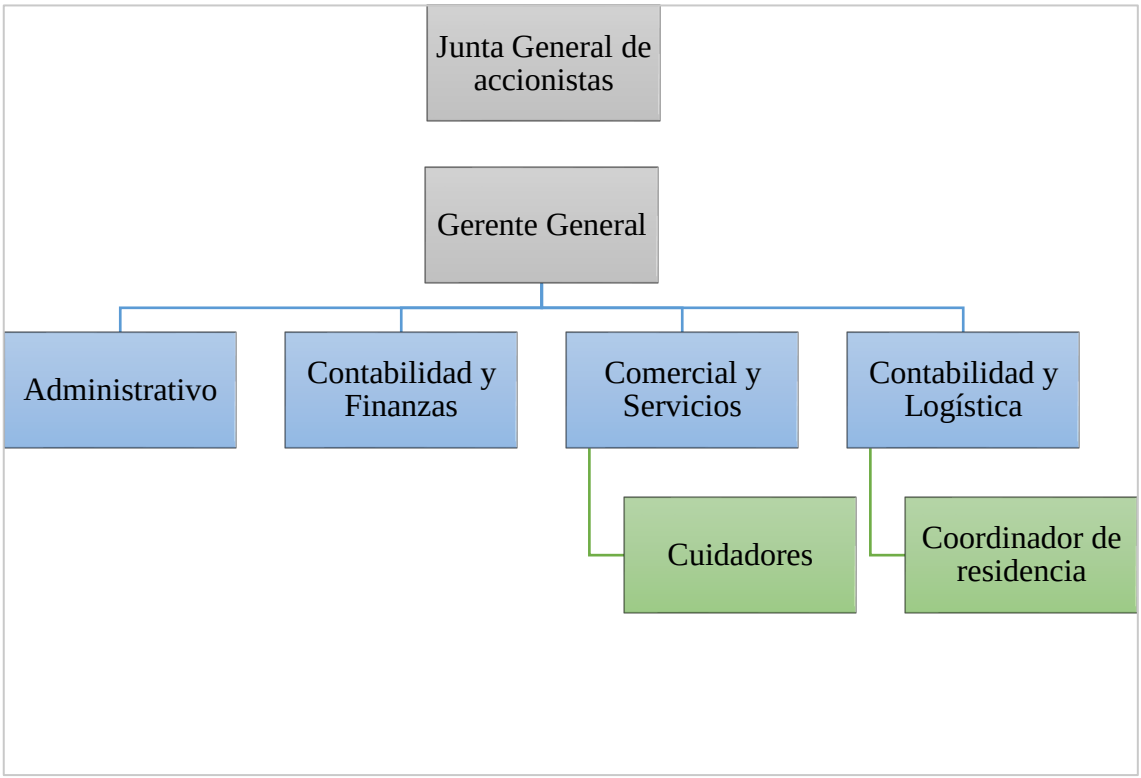


Figura 19: Organigrama estructural

3.6.2. Organigrama Funcional

3.6.2.1.Junta General de Accionistas

Siendo la JGA el órgano social de mayor jerarquía, se encarga de tomar decisiones trascendentales para la empresa en función del cumplimiento de sus leyes y estatutos. Así mismo, en detalle asumirá las siguientes responsabilidades en relación con:

- Estatuto de la compañía;

  - Revisión y reforma del estatuto de la empresa;
  - Aumentar o reducir el capital social autorizado y suscrito;
  - Intervenir en asuntos de interés social que el estatuto o la ley misma dispongan;
  - Elegir a los miembros del Directorio o removerlos y colocar reemplazantes;
  - Autorizar gravámenes, prendas o enajenación de bienes muebles e inmuebles de la compañía;
  - Autorizar la fusión, venta, división o ampliación de la sociedad;

- Gerencia General;

  - Elección del Gerente general de la compañía;
  - Autorizar el otorgamiento de poderes generales al Gerente general;
  - Revisión y aprobación de informe de Gerencia en relación con el negocio en marcha;

- En relación con el año fiscal;

  - Revisión, aprobación o negación de los resultados financieros del ejercicio fiscal;
  - Disponer de la distribución de utilidades;
  - Establecer la constitución de reservas especiales y facultativas;

- Actividades generales;

  - Nombramiento de auditor externo;

- Respuesta y representación frente a auditoría externa realizada;
- Investigación de casos o auditorías especiales;

3.6.2.2.Gerente General

El Gerente General rige como el representante legal de la sociedad, velando por el cumplimiento de requisitos legales y las operaciones de la empresa mediante la coordinación y regulación funciones de la planificación estratégica.

- Obligaciones con la JGA

  - Presentar un plan estratégico, operacional anual y sus modificaciones en caso de existir.
  - Presentar propuestas de metas financieras anuales a la JGA.
  - Garantizar que las normar, políticas y reglamentos constitucionales se cumplan.
  - Exponer para la aprobación el informe financiero del ejercicio fiscal.
  - Participar con voz y no voto en las reuniones del Directorio y JGA y emitir criterios sobre proyectos de inversión.

- Estrategias Comerciales;

  - Definir objetivos de corto, mediano y largo plazo en beneficio de la empresa.
  - Elaborar análisis de rentabilidad de servicios existentes y aprobación de nuevos proyectos.
  - Autorizar precios de servicios que brinde la organización.
  - Comprender estados financieros y hacer análisis comparativo con el sector.
  - Estar al tanto de estrategias que impulsen la imagen y marca de la empresa en el mercado.

- Departamentos de la compañía;

  - Coordinar que cada departamento trabaje de manera eficiente.
  - Garantizar el cumplimiento de objetivos propuestos por los líderes de cada departamento.
  - Aprobación de presupuesto de gastos por área.
  - Ejecutar planes de acción semestrales con el encargado de cada departamento, para la mejora continua del funcionamiento de la empresa.

- Responsabilidad financiera y Contable;

  - Controlar la actualización y valoración de activos fijos para la respuesta correcta a depreciación.
  - Verificar el pago puntual y oportuno de impuestos.
  - Cerciorar el cumplimiento de obligaciones legales con el SRI.
  - Autorizar la adquisición de obligaciones bancarias.
  - Administración de cuentas bancarias en cuanto a apertura, movimientos y cierre de las mismas.

- Compromiso con el personal;

  - Asegurar una infraestructura idónea y ambiente de trabajo adecuado para el desarrollo del personal.
  - Aprobar la contratación de trabajadores.
  - Determinar si los planes estratégicos establecidos por Recursos Humanos son adecuados tanto en costos y beneficio para el personal de la organización.

3.6.2.3.Departamento Administrativo

- Colaboración con otras áreas

  - Verificación de cumplimiento de funciones y eficiencia en actividades;
  - Ejecución de planes estratégicos para mejora de operaciones;
  - Apoyo y verificación de funciones de control interno;
  - Registro de información y documentación de las áreas de trabajo.
  - Manejo de indicadores de cumplimiento de metas por área.

- Recursos Humanos

  - Reclutamiento y selección del personal de las diferentes áreas;
  - Realización de finiquitos de los colaboradores;
  - Implementación de capacitaciones para los empleados;
  - Evaluación del desempeño del personal;
  - Mantener actualizada la información personal y médica de los empleados.

- Captación del cliente

  - Contratación de campanas de marketing para promoción de servicios;
  - Análisis de mercado y competidores;
  - Firma y elaboración de contratos con el cliente;
  - Recepción de información y documentos requeridos para prestación del servicio;
  - Evaluar la satisfacción y/o inconformidad del cliente.

- Funciones Generales

  - Organizar y administrar los recursos de la empresa;
  - Planificar, organizar, dirigir y controlar planes estratégicos;
  - Supervisión de abastecimiento y servicios de terceros brindados a la empresa.

3.6.2.4.Departamento de contabilidad y Finanzas

- Presupuesto

  - Preparación de presupuestos de operaciones corrientes, así como también de inversión, endeudamiento y actividades financieras a mediano y largo plazo;
  - Realizar pronósticos de ventas.

- Procesos Contables y tributarios

  - Control diario de libros contables, organización y registro de cuentas;
  - Preparación de nómina mensual a los empleados de la compañía, verificación de horas extra y demás beneficios sociales;
  - Dirección y control en el movimiento de fondos;
  - Elaboración de estados financieros como balance general, estado de pérdidas y ganancias, flujos de caja y estados de cambios en el patrimonio;
  - Preparación, seguimiento, pago y control de gestión tributaria, así como impuestos de estado.

- Tesorería

  - Establecimiento de políticas de cobros y pagos tanto con clientes y proveedores;
  - Realizar procesos de pagos de facturas a tiempos y cobranzas a proveedores;
  - Asesoría y control de caja chica;
  - Custodia y supervisión de movimiento bancarios de cuenta empresarial;
  - Búsqueda y gestión fuentes de financiamiento para nuevos proyectos de emprendimiento.

3.6.2.5.Departamento Comercial y Servicios

El departamento comercial tiene como función principal atender las solicitudes del cliente final, brindando un servicio integro de acuerdo con las políticas y estándares de la empresa.

- Captación de Nuevos Clientes

  - Búsqueda de clientes potenciales.
  - Promoción de servicios que brinda la empresa.
  - Apoyo en gestión de cartera de clientes.
  - Consolidar información requerida por la empresa, para la prestación de un servicio a un nuevo cliente.
  - Planteamiento de estrategias comerciales.

- Prestación de servicios

  - Brindar servicios de cuidado y atención integral al cliente.

- Resguardar la seguridad del usuario final durante su horario de trabajo.
- Elaborar reportes de trabajo diarios de acuerdo con el servicio brindado.
- Aplicar encuestas de satisfacción del servicio.

3.6.2.6.Departamento de logística

El departamento de logística tiene como objetivo distribuir a los empleados de acuerdo con sus capacidades y entrenamiento a los diferentes puntos de servicio contratados.

- Organización del personal

- Receptar información de domicilio donde se brindará el servicio.
- Analizar geográficamente las residencias de clientes interesados.
- Direccionar a los cuidadores a los diferencies puntos de trabajo.
- Velar por la seguridad física de los cuidadores durante su movilización al lugar de trabajo.
- Realizar informes mensuales de acuerdo con los reportes diarios de los cuidadores.
- Medir la conformidad de los cuidadores en su lugar de trabajo.
- Recepción de quejas por parte de los cuidadores, así como también, de los clientes.
- Actuar con rapidez en caso de emergencia reportada por el cuidador.

3.7. Control y Monitoreo

3.7.1. Monitoreo Administrativo de Empleados

Tabla 27: Monitoreo Administrativo de Empleados

LÍDER DE PROYECTO:	Lady Monar
APOYO DEL PROYECTO:	María Fernanda Caiza

MONITOREO:	Empleados

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Firmar un acuerdo de confidencialidad de información personal del cliente.	María Fernanda Caiza	X		X				
2	Establecer cláusulas de restricción de intercambio de información en el contrato.	María Fernanda Caiza	X		X				
3	Aplicar encuestas de satisfacción de cliente.	María Fernanda Caiza	X		X				
5	Mantener datos actualizados sobre código de trabajo.	María Fernanda Caiza	X		X				
6	Realzar pruebas de alcoholemia eventualmente.	María Fernanda Caiza	X		X				

Elaborado por:

Lady Monar

Gerente General

Revisado por:

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:

Lady Monar - Gerente General

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.7.2. Monitoreo Administrativo de Clientes

Tabla 28: Monitoreo Administrativo de Clientes

LÍDER DE PROYECTO:	Lady Monar
APOYO DEL PROYECTO:	Jean Mascaró

MONITOREO:	Clientes

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Solicitar información de registro a clientes.	Jean Mascaró	X		X				
2	Actualización de bases de datos mensuales.	Jean Mascaró	X		X				
3	Establecer acuerdo de seguridad personal del cliente.	Jean Mascaró	X		X				
5	Contar con un cliente en cubierto para evaluar el cumplimiento de políticas y calidad del servicio.	Jean Mascaró	X		X				

Elaborado por:

Lady Monar

Gerente General

Revisado por:

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:

Lady Monar - Gerente General

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

3.7.3. Monitoreo Administrativo de Proveedores

Tabla 29: Monitoreo Administrativo de Proveedores

LÍDER DE PROYECTO:	Lady Monar
APOYO DEL PROYECTO:	Nicole Cajas

MONITOREO:	Proveedores

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Establecer estándares de selección de proveedores.	Nicole Cajas	X		X				
2	Solicitar certificados de calidad a proveedores.	Nicole Cajas	X		X				
3	Exigir la presentación del contrato de un empleado externo.	Nicole Cajas	X		X				
5	Conocer la política de pagos de empresas proveedoras-	Nicole Cajas	X		X				
6	Compartir política de pago al departamento fianciero.	Nicole Cajas	X		X				

Elaborado por:

Lady Monar

Gerente General

Revisado por:

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

Aprobado por:

Lady Monar - Gerente General

María Fernanda Caiza - Gerente Administrativo

Nicole Cajas - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Jean Mascaró - Gerente Comercial

Manuela Sepúlveda - Gerente de Coordinación y Logística

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realizará un análisis financiero monetario que permitirá conocer la factibilidad económica de la implementación del presente proyecto, mediante el estudio proyectado a 5 años sobre la inversión, ingresos, egresos, y gastos anuales. Para efectos de desarrollo del ejercicio financiero se considerará una inflación de anual de 1,04%.

4.1. Inversión Inicial

Para el desarrollo del plan financiero, se iniciará con la inversión inicial que incurre en la compra de algunos activos fijos necesarios para la prestación del servicio, asimismo, activos diferidos que son necesarios para constituir legalmente la organización en el país y por último el capital de trabajo que determina la cantidad de dinero que necesitará la empresa para continuar con sus operaciones.

Tabla 30: Inversión Inicial

INVERSION TOTAL	VALOR
Activos Fijos	$ 3.274,00
Activos Diferidos	$ 500,00
Capital de Trabajo	$ 2.726,00
TOTAL INVERSIÓN	**$ 6.500,00**

4.1.1. Activos fijos

Entre los activos fijos requeridos para la implementación del proyecto, se encuentran la maquinaria y equipo, equipo de oficina, equipos de computación y muebles y enseres. La suma total es de $3.274.

Tabla 31: Activos Fijos

DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 384,00
EQUIPO DE OFICINA	$ 540,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$ 2.000,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 350,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 3.274,00**

Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo está conformada por todos los equipos que se requieren para tomar signos vitales al momento de llegar al domicilio del cliente y asegurarse de la perfecta salud diaria. Además, se cuenta con un botiquín de primeros auxilios en caso de emergencia.

Tabla 32: Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Monitor de presión arterial	2	$ 90,00	$ 180,00
Termómetro	2	$ 40,00	$ 80,00
Pulsioxímetro	2	$ 32,00	$ 64,00
Botiquín de primeros auxilios	2	$ 30,00	$ 60,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**$ 384,00**

Equipo de oficina

El teléfono móvil será necesario para el constante contacto con los clientes y con los cuidadores. También se cuenta con un data fast para recepción de pagos con tarjeta y un extintor en caso de incendios.

Tabla 33: Equipo telefónico

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Celulares	1	$ 400,00	$ 400,00
Equipo data fast	1	$ 115,00	$ 115,00
Exintor 10 libras	1	$ 25,00	$ 25,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			**$ 540,00**

Equipo de computación

Estará compuesto por una computadora portátil y una impresora multifunción para el área administrativa y coordinación logística y contabilidad.

Tabla 34: Equipo de cómputo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
OFICINA			
Computadora	3	$ 600,00	$ 1.800,00
Impresora Multifunción	1	$ 200,00	$ 200,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			**$ 2.000,00**

Muebles y enseres

Se contará con un escritorio estándar para trabajo de los administrativos y sillas giratorias especiales para trabajo de oficina.

Tabla 35: Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
OFICINA			
Sillas Giratoria	3	$ 50,00	$ 150,00
Muebles de Oficina (Escritorio)	1	$ 200,00	$ 200,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**$ 350,00**

4.1.2. Activos intangibles

Los activos intangibles están constituidos por los gastos de constitución que son desembolsos legales para poder empezar su funcionamiento, así mismo también el capital de trabajo que refiere al dinero que necesita la empresa para continuar operando.

Gastos de Constitución

Tabla 36: Gastos de constitución

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL	VALOR EN LIBROS AÑO 1
Gastos de Constitución	$ 800,00	1 año	$ 800,00	$ 800,00
Permisos de funcionamiento	$ 900,00	1 año	$ 900,00	$ 900,00
Patente	$ 300,00	1 año	$ 300,00	$ 300,00
TOTAL	**$ 2.000**		**$ 2.000**	**$ 2.000**

4.2. Financiamiento

El proyecto será financiado mediante recursos propios y préstamo bancario a 5 años plazo, esto permitirá a la empresa adquirir los activos fijos necesarios para prestar los servicios.

Para los porcentajes establecidos en el costo de capital, se tomó referencias del Banco Central del Ecuador sobre la tasa activa y pasiva promedio.

Tabla 37: Financiamiento

FUENTE	APORTACIÓN	%	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS				
Aporte socios	$ 3.000,00	50%	6,17%	3,09%
RECURSOS AJENOS				
Préstamo bancario	$ 3.000,00	50%	8,78%	2,91%
TOTAL INVERSIÓN	**$ 6.000,00**	**100%**		**6,00%**

4.3. Costos y gastos

4.3.1. Costos del servicio

Puesto que la atención se realiza en el domicilio del cliente, no se incurre en ningún costo para la empresa.

Tabla 38: Costos del servicio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de servicio		$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**

4.3.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos corresponden el desembolso de efectivo más fuerte de la organización, el mayor egreso compete a sueldos y salarios que representa el 87% de los gastos totales.

Tabla 39: Gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Suministros de Oficina	$ 1.658,50	$ 1.725,67	$ 1.795,56	$ 1.868,28	$ 1.943,94
Sueldos y Salarios	$ 45.362,60	$ 47.227,01	$ 49.168,04	$ 51.188,84	$ 53.292,70
Servicios Básicos	$ 1.320,00	$ 1.373,46	$ 1.429,09	$ 1.486,96	$ 1.547,19
Depreciaciones	$ 794,07	$ 794,07	$ 794,07	$ 127,40	$ 127,40
Gastos Constitución	$ 500,00				
Gasto Arriendos	$ 2.400,00	$ 2.497,20	$ 2.598,34	$ 2.703,57	$ 2.813,06
TOTAL	**$ 52.035**	**$ 53.617**	**$ 55.785**	**$ 57.375**	**$ 59.724**

4.3.3. Gastos de ventas

Los gastos de ventas refieren a desembolsos publicitarios, mismos que, la empresa debe incurrir para dar a conocer sus servicios al mercado y captar la atención de clientes potenciales.

Tabla 40: Gastos de ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tarjetas de presentación	$ 100,00	$ 104,05	$ 108,26	$ 112,65	$ 117,21
POP	$ 450,00	$ 468,23	$ 487,19	$ 506,92	$ 527,45
Redes Sociales	$ 540,00	$ 561,87	$ 584,63	$ 608,30	$ 632,94
TOTAL	**$ 1.090,00**	**$ 1.134,15**	**$ 1.180,08**	**$ 1.227,87**	**$ 1.277,60**

4.4. Presupuesto

4.4.1. Ingresos

El proyecto establece un servicio de atención integral a domicilio para personas mayores que sería la única fuente de ingresos de la organización. Al mismo, se estableció un crecimiento del 5% anual.

Tabla 41: Ingresos

SERVICIO	% CRECIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS DE SERVICIOS	5%	$ 51.840,00	$ 54.432,00	$ 57.153,60	$ 60.011,28	$ 63.011,84
TOTAL INGRESOS POR VENTA DE SERVI(		**$ 51.840,00**	**$ 54.432,00**	**$ 57.153,60**	**$ 60.011,28**	**$ 63.011,84**

4.4.2. Egresos

Los egresos refieren a la suma total de los costos y gastos en los que la empresa incurrirá durante los primeros 5 años de funcionamiento.

Tabla 42: Egresos

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2020	2021	2022	2023	2024
Costo del servicio	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos administrativos	$ 52.035,17	$ 53.617,40	$ 55.785,08	$ 57.375,05	$ 59.724,30
Gastos de ventas	$ 1.090,00	$ 1.134,15	$ 1.180,08	$ 1.227,87	$ 1.277,60
TOTAL EGRESOS	**$ 53.125,17**	**$ 54.751,55**	**$ 56.965,16**	**$ 58.602,93**	**$ 61.001,90**

4.5. Estados financieros

4.5.1. Balance General Proyectado

El estado de situación financiera muestra detalladamente los activos, pasivos y patrimonio del presente proyecto. El aumento de cuentas en los años posteriores se debe al aumento de efectivo y generación de utilidades.

Tabla 43: Balance General Proyectado

DETALLE CUENTA	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS						
CORRIENTES	**$ 7.910,00**	**$ 6.934,63**	**$ 6.937,85**	**$ 7.592,02**	**$ 8.669,72**	**$ 3.285,82**
Caja / Bancos	$ 2.726,00	$ 1.491,43	$ 1.222,49	$ 1.590,89	$ 2.368,54	$ 3.285,82
Anticipo de impuestos (rentafuente)	$ 5.184,00	$ 5.443,20	$ 5.715,36	$ 6.001,13	$ 6.301,18	$ -
NO CORRIENTES						
TANGIBLES	**$ 3.274,00**	**$ 2.479,93**	**$ 1.685,87**	**$ 891,80**	**$ 764,40**	**$ 637,00**
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 384,00	$ 384,00	$ 384,00	$ 384,00	$ 384,00	$ 384,00
EQUIPO DE OFICINA	$ 540,00	$ 540,00	$ 540,00	$ 540,00	$ 540,00	$ 540,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00	$ 2.000,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00	$ 350,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA		$ -794,07	$ (1.588,13)	$ (2.382,20)	$ (2.509,60)	$ (2.637,00)
TOTAL ACTIVOS	**$ 11.184,00**	**$ 9.414,57**	**$ 8.623,72**	**$ 8.483,82**	**$ 9.434,12**	**$ 3.922,82**
PASIVOS						
Amortización del Préstamo	$ 3.000,00	$ 2.500,14	$ 1.954,58	$ 1.359,15	$ 709,28	$ 0,00
15% Participación Trabajadores por pagar		$ -	$ -	$ 6,06	$ 197,21	$ 296,36
25% Impuesto a la Renta por pagar		$ -	$ -129,36	$ 8,59	$ 279,39	$ 419,85
Cuentas por pagar	$ 5.184,00	$ 5.443,20	$ 5.715,36	$ 6.001,13	$ 6.301,18	$ -
TOTAL PASIVOS	**$ 8.184,00**	**$ 7.943,34**	**$ 7.540,58**	**$ 7.374,92**	**$ 7.487,06**	**$ 716,21**
PATRIMONIO						
Capital Social	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00	$ 3.000,00
Utilidad Neta	$ -	$ (1.528,77)	$ (388,09)	$ 25,76	$ 838,16	$ 1.259,55
Utilidad Acumulada	$ -	$ -	$ (1.528,77)	$ (1.916,86)	$ (1.891,10)	$ (1.052,94)
TOTAL PATRIMONIO	**$ 3.000,00**	**$ 1.471,23**	**$ 1.083,14**	**$ 1.108,90**	**$ 1.947,06**	**$ 3.206,61**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$ 11.184,00**	**$ 9.414,57**	**$ 8.623,72**	**$ 8.483,82**	**$ 9.434,12**	**$ 3.922,82**

4.5.2. Estado de Resultados Integral

El Estado de Resultados Integral muestra una perspectiva de cómo se espera sean los resultados de cada periodo durante 5 años de proyección. La propuesta de proyecto comienza a tener utilidad a partir del tercer año de funcionamiento.

Tabla 44: Estado de Resultados Integral

	DETALLE	2020	2021	2022	2023	2024
(=)	**Ingresos por Ventas**	**$ 51.840,00**	**$ 54.432,00**	**$ 57.153,60**	**$ 60.011,28**	**$ 63.011,84**
(+)	VENTAS DE SERVICIOS	$ 51.840,00	$ 54.432,00	$ 57.153,60	$ 60.011,28	$ 63.011,84
(-)	**Costos del Servicio**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
(=)	**UTILIDAD BRUTA EN VENTAS**	**$ 51.840,00**	**$ 54.432,00**	**$ 57.153,60**	**$ 60.011,28**	**$ 63.011,84**
(-)	**GASTOS OPERACIONALES**	**$ 53.125,17**	**$ 54.751,55**	**$ 56.965,16**	**$ 58.602,93**	**$ 61.001,90**
	Gastos Administrativos	**$ 52.035,17**	**$ 53.617,40**	**$ 55.785,08**	**$ 57.375,05**	**$ 59.724,30**
	Suministros de Oficina	$ 1.658,50	$ 1.725,67	$ 1.795,56	$ 1.868,28	$ 1.943,94
	Sueldos y Salarios	$ 45.362,60	$ 47.227,01	$ 49.168,04	$ 51.188,84	$ 53.292,70
	Servicios Básicos	$ 1.320,00	$ 1.373,46	$ 1.429,09	$ 1.486,96	$ 1.547,19
	Gastos Arriendos	$ 2.400,00	$ 2.497,20	$ 2.598,34	$ 2.703,57	$ 2.813,06
	Depreciaciones	$ 794,07	$ 794,07	$ 794,07	$ 127,40	$ 127,40
	Gastos Constitución	$ 500,00	$ -	$ -	$ -	$ -
	Gastos de Ventas	**$ 1.090,00**	**$ 1.134,15**	**$ 1.180,08**	**$ 1.227,87**	**$ 1.277,60**
(=)	**UTILIDAD OPERACIONAL**	**$ (1.285,17)**	**$ (319,55)**	**$ 188,44**	**$ 1.408,35**	**$ 2.009,95**
(-)	Gasto Financiero (INTERES)	$ 243,60	$ 197,90	$ 148,03	$ 93,59	$ 34,18
(=)	**UTILIDAD ANTES PARTIC. TRAB.**	**$ (1.528,77)**	**$ (517,45)**	**$ 40,41**	**$ 1.314,76**	**$ 1.975,76**
(-)	15% Partic. Trabajadores	$ -	$ -	$ 6,06	$ 197,21	$ 296,36
(=)	**UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA**	**$ (1.528,77)**	**$ (517,45)**	**$ 34,35**	**$ 1.117,55**	**$ 1.679,40**
(-)	25% Impuesto a la Renta	$ -	$ -129,36	$ 8,59	$ 279,39	$ 419,85
(=)	**UTILIDAD NETA**	**$ (1.528,77)**	**$ (388,09)**	**$ 25,76**	**$ 838,16**	**$ 1.259,55**

4.5.3. Flujo de Efectivo Proyectado

El flujo de efectivo permite determinar y controlar la capacidad de liquidez del proyecto y de tal forma cumplir con las obligaciones adquiridas por la empresa. En este caso, desde el primer año la empresa proyecta mantener un flujo de caja positivo, lo que significa que no tendrá problemas de liquidez.

Tabla 45: Flujo de Caja Proyectado

	DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	**A. FLUJO DE BENEFICIOS**						
(+)	Flujo de efectivo inicial		$ 2.726,00	$ 1.491,43	$ 1.222,49	$ 1.590,89	$ 2.368,54
(+)	Venta de servicios		$ 51.840,00	$ 54.432,00	$ 57.153,60	$ 60.011,28	$ 63.011,84
(+)	Valor residual Activos						$ 637,00
	TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		**$ 54.566,00**	**$ 55.923,43**	**$ 58.376,09**	**$ 61.602,17**	**$ 66.017,38**
(-)	**B. FLUJO DE COSTOS**						
	Costos de Servucción		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
	Gastos Administrativos		$ 50.741,10	$ 52.823,34	$ 54.991,02	$ 57.247,65	$ 59.596,90
	Gastos de Ventas		$ 1.090,00	$ 1.134,15	$ 1.180,08	$ 1.227,87	$ 1.277,60
	Gastos Financieros		$ 243,60	$ 197,90	$ 148,03	$ 93,59	$ 34,18
	INVERSIONES						
	Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	$ 274,00					
	Gastos de Constitución		$ 500,00				
	APORTE SOCIOS	$ 3.000,00					
(-)	**TOTAL FLUJO DE COSTOS**	**$ 3.274,00**	**$ 52.574,71**	**$ 54.155,39**	**$ 56.319,12**	**$ 58.569,12**	**$ 60.908,68**
(=)	**(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS**	**$ -3.274,00**	**$ 1.991,29**	**$ 1.768,05**	**$ 2.056,96**	**$ 3.033,05**	**$ 5.108,70**
(+)	Préstamo	$ 3.000,00					
(+)	APORTE SOCIOS	$ 3.000,00					
(-)	Amortización de Préstamo		$ 499,86	$ 545,56	$ 595,43	$ 649,87	$ 709,28
(-)	15% Participación Trabajadores			$ -	$ -	$ 6,06	$ 197,21
(-)	25% Impuesto a la Renta			$ -	$ -129,36	$ 8,59	$ 279,39
(=)	**FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS**	**$ 2.726,00**	**$ 1.491,43**	**$ 1.222,49**	**$ 1.590,89**	**$ 2.368,54**	**$ 3.922,82**

4.6. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

4.6.1. Tasa de Descuento

La tasa de descuento determina la rentabilidad mínima que exige el proyecto de acuerdo con su riesgo.

Tabla 46: Tasa de descuento

FUENTE	APORTACIÓN	%	COSTO DE CAPITAL	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS				
Aporte socios	$ 3.000,00	50%	6,17%	3,09%
RECURSOS AJENOS				
Préstamo bancario	$ 3.000,00	50%	8,78%	2,91%
TOTAL INVERSIÓN	**$ 6.000,00**	**100%**		**6,00%**

CPPC / WACC	6,00%
Tasa R. País	9,29%
Tasa Infl.	0,17%
TMAR / Tasa de descuento	**15,46%**

La tasa de descuento está conformada por tres factores que son el CPPC, la tasa de riesgo país y la tasa de inflación.

El proyecto está conformado por 50%% de capital aportado por los socios y el 50%% es financiado a partir de obligaciones bancarias. Por lo que, la tasa de descuento se determinó tomando en cuenta la ponderación obtenida mediante el uso de la tasa activa y pasiva. (Banco Central del Ecuador al 12 de diciembre de 2019).

La tasa de riesgo país se obtuvo de datos del Banco Central del Ecuador, al 12 de diciembre de 2019.

4.6.2. Valor presente neto (VPN O VAN)

El valor actual neto correspondiente a $3.487,71, del proyecto es positivo, lo que significa que el valor actualizado de los ingresos y la salida de inversión brinda un beneficio adicional a la recuperación de la inversión, quiere decir que el proyecto es viable.

Tabla 47: Valor Actual Neto

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 1/(1+I)^n	VALOR ACTUAL
0	$ (3.000,00)	1,0000	$ (3.000,00)
1	$ 1.491,43	0,8661	$ 1.291,78
2	$ 1.222,49	0,7502	$ 917,10
3	$ 1.590,89	0,6498	$ 1.033,70
4	$ 2.368,54	0,5628	$ 1.332,97
5	$ 3.922,82	0,4874	$ 1.912,16
VAN =			**$ 3.487,71**

4.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno permite que el valor inicial de la inversión se igual con los flujos netos de caja futuros, es decir que el VAN del proyecto será 0.

Mediante la tasa interna de retorno, se puede conocer si el proyecto es rentable. En este caso, la TIR da como resultado 22,35% siento este indicador mayor que la tasa de descuento equivalente a 15,41%. Lo que quiere decir que el proyecto es rentable.

Tabla 48: Tasa Interna de Retorno

TIR	49,88%

Tabla 49: VAN Actualizado

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR ACTUALIZACIÓN (TIR=81,42)	VALOR ACTUAL
0	$ (3.000,00)	1,0000	$ (3.000,00)
1	$ 1.491,43	0,6672	$ 995,11
2	$ 1.222,49	0,4452	$ 544,22
3	$ 1.590,89	0,2970	$ 472,54
4	$ 2.368,54	0,1982	$ 469,40
5	$ 3.922,82	0,1322	$ 518,72
VAN			**$ 0,0**

4.6.4. Período de recuperación de inversión

Este método de evaluación financiera permite conocer el tiempo en el que la inversión realizada, será recuperable. En el caso del presente proyecto, se espera recuperar la inversión en un periodo de 3 años, 9 meses y 6 días, como se detalla a continuación:

Tabla 50: Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJOS ACUMULADOS
0	$ 3.000,00	
1	$ 1.291,78	$ 1.291,78
2	$ 917,10	$ 2.208,88
3	$ 1.033,70	$ 3.242,58
4	$ 1.332,97	$ 4.575,55
5	$ 1.912,16	$ 6.487,71

PRI = a + (b - c) / d

Figura 20: Fórmula PRI

Donde:

a: año en el cual el flujo acumulado no sobrepasa la inversión inicial o flujo de caja inicial del año 0.

b: inversión inicial.

c: flujo acumulado que no sobre pasa la inversión inicial.

d: flujo no acumulado que hace que el flujo acumulado sobre pase la inversión inicial.

Tabla 51: Datos cálculo PRI

a =	2
b =	$ 3.000,00
c =	$ 2.208,88
d =	$ 1.033,70

Tabla 52: Resultado PRI

Años	Meses	Días
3	9	6

4.6.5. Relación beneficio costo

La relación costo beneficio del presente proyecto, representa a un 3% mayor con relación a los egresos.

Tabla 53: Relación Costo Beneficio

AÑO	BENEFICIOS	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0			$ 3.274,00	$ 3.274,00
1	$ 54.566,00	$ 47.261,47	$ 52.574,71	$ 45.536,74
2	$ 55.923,43	$ 41.953,10	$ 54.155,39	$ 40.626,73
3	$ 58.376,09	$ 37.930,65	$ 56.319,12	$ 36.594,11
4	$ 61.602,17	$ 34.668,61	$ 58.569,12	$ 32.961,66
5	$ 66.017,38	$ 32.179,84	$ 60.908,68	$ 29.689,63
SUMA =		**$ 193.993,67**		**$ 188.682,88**
RELACIÓN B / C =			**$**	**1,03**

4.7. Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

4.8. Índices Financieros

Los índices detallados a continuación, permiten evaluar cómo se ha desarrollado financieramente una empresa y en cuanto a ello tomar decisiones sobre implementación de nuevas estrategias de mejora.

Tabla 54: Índices Financieros

INDICADORES	FÓRMULA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ							
Indice de Liquidez =	Activo Circulante / Pasivo Circulante	=	1,17	1,13	1,15	1,17	2,31
RENTABILIDAD							
Margen de Utilidad Bruta =	Utilidad Bruta / Ventas	=	100%	100%	100%	100%	100%
Margen de Utilidad Operacional =	Utilidad Operacional / Ventas	=	-2%	-1%	0%	2%	3%
Margen de Utilidad Neta =	Utilidad Neta / Ventas	=	-3%	-1%	0%	1%	2%
Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE) =	Utilidad Neta / Patrimonio	=	-104%	-36%	2%	43%	39%
Rendimiento Sobre Activos Totales =	Utilidad Neta / Total Activos	=	-16%	-5%	0%	9%	32%

4.9. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica la cantidad monetaria que debe percibir la empresa para no tener pérdidas ni ganancias. En este caso, durante el primer año se requieren $53.234,62 para tener un beneficio igual a 0. Para efectos de cálculo de toma en cuenta los ingresos, costos fijos y variables de la organización.

Tabla 55: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL			
PE en dólares =		49.056,67	
	1 -	4.068,50 / 51.840,00	
PE en dólares =	49.056,67 / 0,92		
PE en dólares =	**53.234,62**	**dólares**	

4.10. Análisis de sensibilidad

Para confirmar la viabilidad del proyecto, se calcula nuevamente el VAN y la TIR desde diferentes escenarios mediante un análisis de sensibilidad, dando como resultado una respuesta positiva a un proyecto viable.

Tabla 56: Análisis de sensibilidad

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
Flujo de efectivo inicial		$ 2.726,00	$ 1.491,43	$ 1.222,49	$ 1.590,89	**$ 2.368,54**
Venta de servicios		$ 57.024,00	$ 59.875,20	$ 62.868,96	$ 66.012,41	$ 69.313,03
Valor residual Activos						$ 637,00
Recuperación de Capital de Trabajo						
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS		**$ 59.750,00**	**$ 61.366,63**	**$ 64.091,45**	**$ 67.603,30**	**$ 72.318,57**
B. FLUJO DE COSTOS						
Costos de Servicio		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos Administrativos		$ 55.815,21	$ 58.105,67	$ 60.490,12	$ 62.972,42	$ 65.556,59
Gastos de Ventas		$ 1.199,00	$ 1.247,56	$ 1.298,09	$ 1.350,66	$ 1.405,36
Gastos Financieros		$ 243,60	$ 197,90	$ 148,03	$ 93,59	$ 34,18
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	$ 274,00					
Gastos de Constitución		$ 500,00				
APORTE SOCIOS	$ 3.000,00					
TOTAL FLUJO DE COSTOS	**$ 3.274,00**	**$ 57.757,82**	**$ 59.551,13**	**$ 61.936,23**	**$ 64.416,67**	**$ 66.996,13**
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	**$ -3.274,00**	**$ 1.992,18**	**$ 1.815,50**	**$ 2.155,21**	**$ 3.186,63**	**$ 5.322,44**
Préstamo	$ 3.000,00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
APORTE SOCIOS	$ 3.000,00					
Amortización de Préstamo		$ 499,86	$ 545,56	$ 595,43	$ 649,87	$ 709,28
15% Participación Trabajadores		$ -	$ -	$ -	$ 6,06	$ 197,21
25% Impuesto a la Renta		$ -	$ -	$ -129,36	$ 8,59	$ 279,39
FLUJO DE FONDOS FINANCIEROS	**$ 2.726,00**	**$ 1.492,32**	**$ 1.269,94**	**$ 1.689,14**	**$ 2.522,11**	**$ 4.136,56**

TASA DE DESCUENTO = 15,46%

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE FONDOS	$ (3.000,00)	$ 1.492,32	$ 1.269,94	$ 1.689,14	$ 2.522,11	$ 4.136,56
TASA DE DESCUENTO =	15,46%	Tasa Referencial				
VAN =	**$ 3.778,53**	Proyecto Viable				
TIR =	**51,90%**	Proyecto Viable				

CONCLUSIONES

- El decrecimiento e la tasa de mortalidad y aumento de tasa de natalidad en Ecuador generan una gran población de adultos mayores que a través del tiempo requieren cuidado de salud personalizados ocasionando una gran oportunidad en el mercado para establecer servicios de atención integral para personas mayores.

- Ecuador cuenta con una serie de residencias públicas y privadas para ancianos que por algún motivo no pueden recibir cuidados necesarios en su hogar. Sin embargo, no cuenta con servicios personalizados a domicilio que permitan al adulto mayor, envejecer dignamente dentro de su hogar con los cuidados necesarios.

- Al realizar el análisis FODA se pudo notar que el proyecto cuenta con más fortalezas y oportunidades que brindan el rápido crecimiento y rentabilidad del negocio, y pocas debilidades y amenazas que pueden ser mitigadas al implementar estrategias de mejora.

- Al aplicar la encuesta se pudo notar que el mercado objetivo del proyecto está dispuesto a pagar por los servicios ofertados, pues, prefieren que sus adultos mayores reciban cuidados bajo el calor de hogar.

- De acuerdo con los métodos de evaluación financiera, el proyecto es factible debido a que el VAN es positivo con un valor de USD.3.487,71 y su TIR es 49,88%.

- La TIR es alta debido porque el único costo que tiene el proyecto es la mano de obra del personal que va a trabajar cuidando a los pacientes.

RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar que el proyecto actualmente no tiene competencia directa y existe un amplio mercado al cual ofertar sus servicios. Además, es importante tomar en cuenta las necesidades crecientes de dicho mercado e ir adicionándolas a los servicios con el pasar del tiempo.

- En lo que respecta a la parte comercial y de servicios, es importante la capacitación de los cuidadores antes de iniciar sus funciones, dar a conocer la cultura empresarial, así como también las políticas, código de ética y forma en la que se espera brindar el servicio con el único objetivo de dar asistencia de calidad y acorde a las expectativas del consumidor final.

- Se deben aprovechar las oportunidades para minimizar el riesgo de las amenazas externas, con el control constante de estrategias planteadas en el análisis FODA, así como también sus fortalezas a sus debilidades.

- Aplicar las matrices de planificación estratégica de inmediato para cumplir con los objetivos de corto plazo planteados y mediante ellos llegar a los objetivos de largo plazo.

- Buscar los inversionistas inmediatamente para poner en marcha el proyecto porque como se puede apreciar en los indicadores financieros el proyecto es viable y con alta rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, M. J. (28 de Junio de 2017). *Revista Health Care.* Obtenido de Beneficios de las prácticas de ocio en el adulto mayor: https://geriatricarea.com/beneficios-de-las-practicas-de-ocio-en-el-adulto-mayor/

Amiel, H. (19 de 05 de 2019). *Saber envejecer es la obra maestra de la vida.* Obtenido de http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/830/2/98084%20%28Cap.1%29.pdf

Beaver, M. L. (1998). *La práctica clínica del trabajo social con personas mayores.* Buenos Aires: Paídos Ibérica S.A.

Blasco, M. d. (2015). *Nuevas Finanazas para nuevos negocios.* Barcelona: Editorial UOC.

CEPAL. (2019). *Comisión Económica para Latinoamerica y el Caribe.* Obtenido de https://www.cepal.org/celade/sitdem/de_sitdemtransdemdoc00e.html

Club de la Vida. (27 de Mayo de 2019). *Club de la Vida*. Obtenido de http://www.clubdelavida.com/planes.html

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (20 de 05 de 2019). *La Transición Demográfica en América Latina*. Obtenido de https://www.cepal.org/celade/sitdem/de_sitdemtransdemdoc00e.html

De Zuani, E. (2005). *Introducción a la administración de organizaciones.* Florida: Valleta Ediciones.

Díaz de Santos. (1994). *El plan de negocios.* Madrid: Díaz de Santos S.A.

Duran et.al. (03 de Diciembre de 2007). *Integración social y habilidades funcionales en adultos mayores.* Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v7n1/v7n1a19.pdf

Duran, D., Laura, O., Uribe, F., & Juan, U. (3 de Diciembre de 2007). *Integración social y habilidades funcionales en Adultos Mayores.* Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v7n1/v7n1a19.pdf

Eglash, J. (2001). *Cómo preparar un plan de negocios.com.* Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A.

Fleitman, J. (31 de Agosto de 2019). *Como elaborar un plan de negocios.* Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

Flores, J. A. (2012). *Plan de negocios para pequeñas empresas.* Bogotá: Ediciones de la U.

Fondo de Población de las Naciones Unidas. (20 de Junio de 2017). *Una mirada sobre el evejecimiento.* Obtenido de https://lac.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Una%20mirada%20sobre%20el%20envejecimiento%20FINAL21junB.pdf

Fred, D. (01 de Septiembre de 2003). *Administración estratégica.* México: Pearson Educación. Obtenido de https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf

Freire, W., & William, W. (2012). *Condiciones de Salud en los Adultos Mayores en el Ecuador: Desafíos Presentes y Futuros*. Obtenido de http://www.alapop.org/Congreso2012/DOCSFINAIS_PDF/ALAP_2012_FINAL212.pdf

Gareth, J. (2009). *Admministración estratégica.* México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.

Gonzalez, N., Lopez, E., & Aceves, J. (29 de 08 de 2019). *La importancia de realizar un plan de negocios.* Obtenido de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no55/55plan.pdf

INEC. (2008). *La población del adulto mayor en la ciudad de Quito estudio de situación sociodemográfica y socioeconómica.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Economicos/Evolucion_de_la_indus_Alimen_Beb_2001-2006/Poblac_Adulto_Mayor.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2008). *La población adulto mayor en la ciudad de Quito estudio de situación sociodemográfica y socioeconómica*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Economicos/Evolucion_de_la_indus_Alimen_Beb_2001-2006/Poblac_Adulto_Mayor.pdf

Johnson et.al. (2010). *Fundamentos de estrategia* . Madrid: 2010 Educación S.A.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2010). *Fundamentos de estrategia.* Madrid: 2010 Educación S.A.

Lana, R. A. (2008). La administración estratégica como herramienta de gestión . *Visión de Futuro*, 5.

Lazarte Álvarez, C. (2007). *La protección d elas Personas Mayores.* Madrid: Editorial Tecnos.

Longenecker et.al. (2001). *Administración de pequeñas empresas.* México: International Thompson Editores S.A. de C.V.

Longenecker, J., Moore, C., & Petty, W. (2001). *Administración de pequeñas empresas.* México: International Thompson Editores S.A. de C.V.

Martinez, H., Mitchell, M., & Aguirre, C. (Abril de 2014). *SALUD DEL ADULTO MAYOR - GERONTOLOGÍA Y GERIATRÍA.* Obtenido de http://preventivaysocial.webs.fcm.unc.edu.ar/files/2014/04/Unidad-5-Salud-Adulto-Mayor-V-2013.pdf

Matinez et.al. (Abril de 2014). *Salud del adulto mayor, gerontología y gereatría.* Obtenido de http://preventivaysocial.webs.fcm.unc.edu.ar/files/2014/04/Unidad-5-Salud-Adulto-Mayor-V-2013.pdf

Medina Quintana, J. (2009). *Pensar, planificar, ejecutar y evaluar estrategicamente.* Iberia: CODEU.

MIES. (2019).

MInisterio de Inclusión Económica y Social. (30 de Mayo de 2019). *Gobierno Nacional prepara la implementación del Programa "Mis Mejores Años".* Ecuador. Obtenido de https://www.inclusion.gob.ec/gobierno-nacional-prepara-la-implementacion-del-programa-mis-mejores-anos/

Montero, I., & Matías, B. (30 de Junio de 2010). *Ocio, tiempo libre y voluntariado.* Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/polis/v9n26/art04.pdf

Morfi, S. R. (Diciembre de 2005). *Revista Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192005000300001

Moyano Castillejo, L. E. (2015). *Plan de Negocios.* Lima: Editora Macro EIRL.

Moyano et.al. (2011). *Administración de empresas: un enfoque teórico- práctico.* Madrid: Pearson Educación S.A.

Moyano, J., Bruque, S., Maqueira, M., Fidalgo, F., & Martinez, P. (2011). *Administración de empresas: un enfoque teórico- práctico.* Madrid: Pearson Educación S.A.

Munch, L. (2010). *Administración, gestión operacional, enfoqus y proceso administrativo.* México: Pearson Educación.

OMS. (2015). Obtenido de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf;jsessionid=61650061F2B31E8C1FE0C50C8603D46F?sequence=1

OMS. (05 de Febrero de 2018). Obtenido de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/envejecimiento-y-salud

OPS. (02 de Junio de 2019). *Evaluación social del adulto mayor.* Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/gericuba/modulo7.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2015). *Organización Mundial de la Salud.* Obtenido de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186466/9789240694873_spa.pdf;jsessionid=61650061F2B31E8C1FE0C50C8603D46F?sequence=1

Organización Mundial de la Salud. (05 de Febrero de 2018). *Envejecimiento y salud*. Obtenido de https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/envejecimiento-y-salud

Organización Panamericana de la Salud. (02 de Junio de 2019). *Evaluación Social del Adulto Mayor*. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/gericuba/modulo7.pdf

Residencia Villa Azul. (27 de Mayo de 2019). *Residencia Villa Azul*. Obtenido de Estancias Temporales: http://villazul.com.mx/estancia-temporal/

Revista 3ra Edad. (19 de Mayo de 2019). *Residencias de tercera edad*. Obtenido de http://www.tercera-edad.org/residencias/

Roque, M. (05 de Mayo de 2017). *Ministerio de Desarrollo Social Argentina.* Obtenido de Cuidados Cuidados y Servicios Sociales Cuidados: https://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/7/53017/MonicaRoque.pdf

Rubio et.al. (01 de Julio de 2015). Obtenido de Calidad de vida en el adulto mayor: https://www.redalyc.org/pdf/3606/360643422019.pdf

Rubio, O., Rivera, L., & Borges, L. (01 de Julio de 2015). *Universidad Pedagógica Enrique José Varona*. Obtenido de Calidad de vida en el adulto mayor: https://www.redalyc.org/pdf/3606/360643422019.pdf

Saenz, N., Aleixandre, M., & Meléndez, J. (1994). *Revista de Psicología de la Educación.* Obtenido de Actividad y tiempo libre en la tercera edad : https://www.uv.es/melendez/envejecimiento/Actividad%20tiempo%20libre.pdf

Sanitas. (30 de Mayo de 2019). *La importancia de los servicios sociales para el cuidado de las personas mayores*. Obtenido de https://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/tercera-edad/habitos-vida-saludable/servicios-sociales-mayores.html

Studenly, R. (2015). *Cómo elaborar un plan de negocios.* México: Trillas S.A. de C.V.

UNFPA. (2017). *Fondo de Población de las Naciones Unidas.* Obtenido de https://lac.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Una%20mirada%20sobre%20el%20envejecimiento%20FINAL21junB.pdf

Veras, M. (Septiembre de 2007). *Revista SCielo.* Obtenido de Significado de la calidad de vida del adulto mayor para sí mismo y para su familia: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832007000300012

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios.* Copyrigth.