PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

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

PLAN DE NEGOCIO HOGAR DEL ADULTO MAYOR TIPO RESORT

JONATHAN ISMAEL LEMA RODRÍGUEZ

DIRECTOR: MGTR. CHRISTIAN FAJARDO

QUITO, JUNIO - 2022

DIRECTOR:

MGTR. CHRISTIAN FAJARDO

LECTORES:

MBA RODRIGO SALTOS

MBA RAMIRO SORIA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a mis padres, Angel Lema y Sonia Rodríguez, por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional y como ser humano. A mi padre, por ser un ejemplo de superación, que sin duda me brindo fuerzas para seguir esforzándome. A mi madre, por brindarme el apoyo incondicional y ayudarme cada vez que corría algún riesgo académico. Y, por último, pero no menos importante, a mis compañeros por ser el motivo constante de motivación.

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto agradezco a mi familia, por ser mi inspiración y acompañarme en el transcurso de mi vida universitaria, brindándome apoyo y sabiduría para culminar con éxito mis estudios.

A mis padres por ser el pilar fundamental en mis metas y proyectos, pese a las distintas circunstancias de la vida.

Y por último agradezco a mi tutor de tesis Christian Fajardo quien con su guía y paciencia me oriento de la mejor manera en la investigación y desarrollo del proyecto.

ÍNDICE

1. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR 1

1.1 Planteamiento del problema 1

1.2 Objetivos 3

1.2.1 Objetivo general 3

1.2.2 Objetivos específicos 3

1.3 Justificación 3

1.4 Diseño Metodológico 5

1.4.1 Campo o universo de la investigación 5

1.4.2 Tipo de Estudio 5

1.4.3 Tipo de diseño 6

1.4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información 7

2. MARCO REFERENCIAL 9

2.1 Marco Teórico 9

2.2 Marco Conceptual 12

2.2.1 Administración 12

2.2.2 Casa hogar para el adulto mayor 12

2.2.3 Empresa 12

2.2.4 Resort 13

2.2.5 Profesionales de la salud 13

2.2.6 Análisis 13

2.2.7 Investigación 13

2.2.8 Emprendedor 14

2.2.9 Plan de negocio 14

2.2.10 Estrategia 14

2.2.11 Objetivo de Investigación 14

3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN 15

3.1 Levantamiento de información 15

3.1.1 Historia de la empresa 15

3.1.2 GENERALIDADES 17

3.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO 19

3.2 Análisis de datos 26

3.2.1 Planificación 26

3.2.2 Modelo del negocio (Plantilla CANVAS) 32

3.2.3 Planeación o Formulación Estratégica 33

3.2.4 ORGANIZACIÓN 39

3.2.5 CONTROL 44

4. ANÁLISIS FINANCIERO 46

4.1 Componente económico 46

4.1.1 ACTIVOS 46

4.1.2 COSTOS Y GASTOS 48

4.1.3 ESTADO DE SITUACIÓN 50

4.1.4 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL 51

4.1.5 PRESUPUESTO 52

4.1.6 ESTADOS FINANCIEROS 53

4.2 Análisis de resultados. 56

4.2.1 Valor actual neto (VAN) 56

4.2.2 Tasa interna de retorno 56

4.2.3 Tasa de descuento: 15,27% 56

4.2.4 Periodo de recuperación de inversión (PRI) 57

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 58

5.1 Conclusiones 58

5.2 Recomendaciones 60

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 61

Bibliografía 61

Índice de Tablas

Tabla 1. *Plantilla CANVAS*..... 32

Tabla 2. *Matriz de direccionamiento estratégico* 33

Tabla 3.*Visión* 33

Tabla 4. *Matriz de Valores* 34

Tabla 5. *Perspectiva financiera* 34

Tabla 6. *Perspectiva financiera* 35

Tabla 7. *Perspectiva de aprendizaje y crecimiento* 35

Tabla 8. *Matriz FODA*..... 36

Tabla 9. *Cadena de valor* 36

Tabla 10. *Acciones estratégicas*..... 37

Tabla 11. *Monitoreo administrativo*..... 44

Tabla 12. *Monitoreo administrativo de empleados*..... 44

Tabla 13. *Monitoreo administrativo de clientes* 45

Tabla 14. *Monitoreo administrativo de proveedores* 45

Tabla 15. *Activos fijos* 46

Tabla 16. *Construcciones e instalaciones* 46

Tabla 17. *Maquinaria y Equipo* 47

Tabla 18. *Equipos de oficina* 47

Tabla 19. *Equipo de computo* 47

Tabla 20. *Muebles y enseres* 48

Tabla 21. *Costo de ventas* 48

Tabla 22. *Gastos Administrativos* 49

Tabla 23. *Gastos de ventas* 49

Tabla 24. *Estado de situación* 50

Tabla 25 *Estados de resultados integral* 51

Tabla 26. *Ventas* 52

Tabla 27. *Compras* 52

Tabla 29. *Estado de situación proyectado* 53

Tabla 28. *Estado de resultados integral* 54

Tabla 30. *Flujo de caja* 55

Tabla 31. *VAN* 56

Tabla 32. *PRI* 57

Índice de Figuras

Figura 1. Logo Casa hogar San Rafael 24

Figura 2. Logo Villa Cariño 24

Figura 3. Logo San Juan de Dios 25

Figura 4. Logo Años dorados 25

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo un plan de negocio, para la creación de un hogar del adulto mayor tipo resort, con un servicio de residencia y guardería para personas de la tercera edad, el cual se ubicará en el Valle de los Chillos ubicada en la parte sur oriental de la Ciudad de Quito. El proyecto cuenta con tres capítulos los cuales explicará los aspectos esenciales para poner en funcionamiento el plan.

En el primer capítulo se enfoca en la teoría de las herramientas que se van a llevar a cabo para el respectivo análisis del entorno, puesto que será necesario conocer y comprender todas las características de los siguientes capítulos.

Una vez analizado y entendido el tema, se examina el análisis de mercado en donde principalmente se toma como indicador los resultados de la encuesta realizada a un grupo de personas, priorizando aspectos culturales y económicos de todos los encuestados, para de esa manera analizar y crear un servicio que se acople a las necesidades y alcance de la mayoría de las personas. Se realiza un estudio enfocado en factores políticos, económicos, sociales y culturales, para de esa manera comprender de mejor manera el entorno tanto interno, como externo.

El análisis FODA es un aspecto fundamental que forma parte del proyecto, gracias a esta herramienta se logra reconocer las fortalezas y oportunidades que se aprovecharán para así

combatir las amenazas y contrarrestar las debilidades del negocio. De esta forma, logramos comprender de manera más detallada el proyecto y sobre todo la población la cual buscamos satisfacer sus necesidades en este caso de los adultos mayores.

A continuación, se presenta características y generalidades del plan de negocio, como; la razón social, tipo de compañía o empresa, logo institucional, misión, visión y objetivos. Se revisa aspectos internos y externos de la empresa, cuyo objetivo es reconocer de manera más clara los servicios que serán ofertados y sobre todo al público que será guiado.

Para terminar, se realiza un análisis financiero con valores futuros esperados, tomando en cuenta el número de inversionistas, capital necesario, gastos en adecuaciones e implementaciones, es decir costos, gastos e ingresos año tras año, para así posteriormente elaborar un flujo de caja, con el objetivo de llegar a la conclusión que el negocio es viable.

ABSTRACT

The objective of this project is a business plan for the creation of a resort-type home for the elderly, with a residence and nursery service for the elderly, which will be located in the Valle de los Chillos located in the southeastern part of the city of Quito. The project has three chapters which will explain the essential aspects to put the plan into operation.

The first chapter focuses on the theory of the tools that will be carried out for the respective analysis of the environment, since it will be necessary to know and understand all the characteristics of the following chapters.

Once the subject has been analyzed and understood, the market analysis is examined where the results of the survey carried out on a group of people are mainly taken as an indicator, prioritizing cultural and economic aspects of all the respondents, in order to analyze and create a service that fits the needs and scope of most people. A study focused on political, economic, social and cultural factors is carried out, in order to better understand the internal and external environment.

The SWOT analysis is a fundamental aspect that is part of the project, thanks to this tool it is possible to recognize the strengths and opportunities that will be used in order to combat threats and counteract business weaknesses. In this way, we managed to understand the project in a more detailed way and especially the population which we seek to satisfy their needs in this case of the elderly.

Next, characteristics and generalities of the business plan are presented, such as; the company name, type of company or company, institutional logo, mission, vision and objectives. Internal and external aspects of the company are reviewed, whose objective is to recognize more clearly the services that will be offered and especially the public that will be guided.

Finally, a financial analysis is carried out with expected future values, taking into account the number of investors, necessary capital, expenses in adaptations and implementations, that is, costs, expenses and income year after year, in order to subsequently prepare a cash flow, with the aim of reaching the conclusion that the business is viable.

INTRODUCCIÓN

La falta de centros de cuidado para el adulto mayor que tengan todos los profesionales necesarios y aparte ofrezcan varias distracciones, es algo que evidentemente hace falta. A lo largo del tiempo, los centros de cuidado han ido evolucionando, pero únicamente en el ámbito profesional y no en el ámbito recreacional, a menudo vemos varios centros que ofertan beneficios de cuidado o hasta garantizan una mejora en su salud, pero muchas de las veces el adulto mayor no necesita tanto la inspección médica, sino aparte de ello necesitan relajación y recreación en su vida, para lograr tener una buena calidad de vida.

La idea del presente proyecto, es crear un "Hogar del Adulto Mayor tipo resort", enfocado en personas de la tercera edad, el cual tengan cualquier tipo de patología y que necesiten de ayuda de profesionales y que a la vez disfruten de varios servicios de recreación, para así lograr que tengan una vida mucho más digna, por lo tanto, hemos analizado varios factores, principalmente el sector donde vamos a desarrollar el proyecto.

El Valle de los Chillos, está ubicado en la parte sur oriental de la ciudad de Quito en Ecuador, es considerada la "ciudad dormitorio", puesto que es un sector muy tranquilo, el cual las personas prefieren establecer como sector de vivienda o descanso. Debido a esto se tomó como primera opción el Valle de los Chillos, para establecimiento del proyecto y al mismo tiempo para aprovechar las oportunidades que el sector nos ofrece, ya que, al contar con varias oportunidades, el riesgo de rentabilidad, no es tan alto.

El plan de negocio tiene como guía, el marketing estratégico, en donde podemos obtener datos e información importante el cual nos permita desarrollar el proyecto con mayor eficiencia y adicionalmente manejamos un estudio cuantitativo, el cual nos permite analizar mediante aspectos financieros, el cual nos ayuda a verificar la viabilidad del negocio.

1. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

1.1 Planteamiento del problema

Sangolquí, ubicado en El Valle de los Chillos se encuentra al sur oriente de la ciudad de Quito. Es una ciudad cálida, con no mucha población y con atractivos turísticos.
Las casas hogares para el adulto mayor es considerado una opción para mejorar la calidad de vida de estos.

> La población objetivo para este proyecto, son las personas adultas mayores a partir de los 65 años, que necesitan ayuda de profesionales en la salud y que necesiten residir de forma permanente en un centro de cuidado por su condición de salud. Para así mejorar su estado cognitivo y garantizar los mejores años de vida, mediante cuidados y servicios como terapia ocupacional, terapia física, nutrición, revisión médica diaria, cuidado las 24 horas del día por auxiliares de enfermería, psicólogo, entre otros (social, 2018).

La población de sangolquileños y quiteños se caracterizan por disfrutar de sus tiempos libres con su familia o amigos en feriados, vacaciones, festividades y al mismo tiempo de precautelar y cuidar su estado de salud y de su familia, sobre todo de los mayores o niños de la familia. Es así que buscan mantener un estado de vida acogedor, en familia o amigos.

Principalmente acuden a lugares donde ofrezcan un completo servicio de atracción turística con comida, piscinas, bailo-terapia, áreas verdes, centro médico en caso de emergencias, etc. La ciudad de Quito, Valle de los Chillos es una zona urbana de clima caliente, Según (EL COMERCIO, 2015) "El valle de los Chillos es un sector atractivo para crear centros especializados en atención y cuidado de personas. Hay dos factores: el clima y la tranquilidad del sector", misma que por ser una zona un tanto lejos de Quito no cuenta con hogares de ancianos con infraestructura apropiada, ni con profesionales aptos para el cuidado al adulto mayor, para así promover un hogar de ancianos tipo resort.

Igualmente se puede evidenciar que en la gran mayoría de hogares para el adulto mayor existe una monotonía en sus instalaciones y actividades las cuales no permiten el desarrollo y entretenimiento de los adultos mayores. Tomando en cuenta la información tomada de (COMERCIO, 2015) "En los valles Tumbaco y los chillos, existe 60 centros de cuidado para adultos mayores , para el cuidado de estos"

Por último, se puede observar otra problemática, enfocada a la manera de pensar de las personas. La mayoría de la población tiene una manera de pensar errónea de los ancianatos, ahora llamado casa hogar para el adulto mayor. Lo cual creen que son centros, aburridos, que no cuidan al adulto mayor, o que abusan de su integridad física. Esto se puede ver reflejado, con escasos adultos mayores en ancianatos o centros de cuidado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Desarrollar un plan de negocios para la creación de una casa hogar tipo resort para el adulto mayor en la ciudad de Quito, Valle de los Chillos.
- Plan de Negocios para la creación de una casa hogar tipo resort para el adulto mayor en la ciudad de Quito, Valle de los Chillos.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Analizar la situación actual de las casas hogares específicos para el adulto mayor.
- Elaborar un plan de negocios para una casa hogar del adulto mayor tipo resort en la ciudad de Quito.
- Establecer la viabilidad económica financiera para la inversión en el proyecto de la casa hogar.

1.3 Justificación

En el Ecuador, según (INEC, 2008) existe en el país 1.049.824 personas adultas mayores de 65 años que representan el 6,5% de la población total del Ecuador. Entre la ciudad de Quito, Valle de los Chillos y Valle de Tumbaco existen 90.628 personas adultas de 65 años.

El presente proyecto se va a realizar debido a la búsqueda de ofrecer un servicio digno y diferencial para el adulto mayor en toda zona de Quito, Valle de los Chillos, a la vez crear una concientización basada en la calidad de vida, en no tan solo cuidar el estado de salud, sino también de disfrutar la tercera edad y acudir a una casa hogar tipo resort donde se pueda precautelar su salud y al mismo tiempo de disfrutar su vida de la mejor manera, para así garantizar una vida activa y saludable.

Es necesario devolver y premiar el esfuerzo de los adultos de la tercera edad que se sacrificaron cuando eran jóvenes, creando un lugar diferente donde las personas puedan ingresar de manera permanente o diaria para la recreación de cada uno de ellos, así mismo se creará plazas de empleo para moradores de la zona, que al mismo tiempo ayudarán a disminuir el desempleo en el Valle de los Chillos.

Al contar con un espacio así, podremos mejorar la calidad de vida y la comodidad de las personas adultas, al igual que daremos un paso gigante en la innovación en el cuidado a los adultos mayores.

Finalmente, esta investigación servirá para aplicar todos los conocimientos recibidos a lo largo de mi carrera que me permitirán obtener mi título de Licenciado en Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

1.4 Diseño Metodológico

1.4.1 Campo o universo de la investigación

La presente investigación se va a desarrollar en base al sector de la salud en adultos mayores, de la ciudad de Quito, Valle de los Chillos, con personas que residan en la zona, hospitales, centros médicos, centros de reposo y de cuidado quienes proporcionaran la información necesaria para el estudio.

1.4.2 Tipo de Estudio

El tipo de estudio que se propone es el exploratorio ya que la pregunta fundamental es ¿Qué beneficios y características diferenciadoras son el determinante para escoger una casa hogar para el adulto mayor tipo resort? Con la respuesta a esta pregunta se podrá explorar las diferentes necesidades que tienen los adultos mayores hacia una casa hogar y a un resort.

Según "La investigación exploratoria tiene como objetivo la indagación a fenómenos característicos, siendo su objetivo principal recolectar información que permita analizarlos mejor, aunque posteriormente esta no sea tan relevante" (Arias, s.f.).

Se realizará la investigación de los aspectos necesarios relacionados con la salud y espacios de recreación, puesto que tienen un papel importante en una casa de cuidado y más siendo tipo resort, ya que, al reconocer estos aspectos, se lograr ofrecer un servicio que llame la atención del cliente por su excelencia en la salud, área de cuidado y distracción.

De igual forma el tipo de estudio es descriptivo, puesto que, después de la exploración se obtendrá datos que ayude y permita reconocer las características que describan los adultos mayores, y así podremos utilizar la información obtenida mediante el marketing estratégico y su aplicación de los métodos.

Según "La investigación descriptiva se encarga de recolectar las características más importantes de la población que se está analizando. Esta metodología se centra más en el "qué", en lugar del "por qué" del sujeto de investigación" (QuestionPro, s.f.).

1.4.3 Tipo de diseño

El estudio se *basará* en datos cualitativos, puesto que se deberá recolectar datos del Valle de los Chillos. Se obtiene la muestra de adultos y adultos mayores en el rango de 45 años en adelante, ya que se necesita realizar el análisis de datos de personas adultas que estén en posibilidades de pagar una estadía para ellos o el familiar en un centro de cuidado. Según "Los datos cualitativos se pueden resumir con imágenes o textos y así poder recopilar datos más contundentes y específicos con menos personas" (ONU MUJERES, 2020).

La recolección de datos e información será a partir de encuestas al grupo de habitantes del Valle de los Chillos, para así poder diseñar las estrategias de marketing, las cuales convengan de la mejor manera a los resultados obtenidos de la encuesta.

Así mismo, es de suma importancia en el marketing, como sabemos la mejor manera de obtener clientes fieles, es ofreciendo un servicio diferenciador. Para un centro de cuidado es

importante saber entender al adulto mayor, reconociendo sus necesidades y sabiendo que es lo que les gusta al igual que sus intereses, es por ello que el análisis cualitativo ayudara al estudio a cumplir de mejor manera lo objetivos planteados.

1.4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

En la presente investigación es importante recalcar que tenemos dos tipos de técnicas de recolección de datos e información, fuentes primarias y secundarias que *ayudarán* a obtener datos seguros y precisos durante el lapso de estudio.

1.4.4.1 Técnicas primarias

Las fuentes primarias se obtendrán, de las personas que hacen uso de centros de cuidado y hospitales, por medio de sondeos, encuestas y entrevistas, que son métodos para obtener datos valiosos durante el análisis. Según "Las encuestas es un tipo de recolección de datos a partir de un muestreo de un grupo de personas, con el objetivo de generalizar los resultados para un grupo de población más grande" (qualtrics.xm, 2022).

1.4.4.2 Técnicas secundarias

Según "Esta proporciona información selecta e importante, producto de análisis de un grupo de perdonas terceras o de la reorganización de una información obtenida de una fuente primaria" (Morales, 2021). Utilizaremos información de libros, páginas web, artículos, que *ayudarán* a proporcionar datos necesarios para el desarrollo de la investigación.

1.4.4.3 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos de toda la información, que se obtenga será por medio de las encuestas y entrevistas, se lo realizara a través de los programas de Microsoft Office, que nos permiten trabajar con textos, tablas y gráficos.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

Un plan de negocio es una entrega formal de un conjunto de ideas o iniciativas empresariales, que se constituye como una fase de proyección y lección. Se emplea internamente por los directivos para la planificación de tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a financiamiento, para que esto ayude al aporte del negocio (Olivares, 2019).

Como mencionamos debemos identificar una idea principal de negocio y para ello debemos tomar en cuenta sucesos del pasado, para así evidenciar las diferentes oportunidades en cuanto al método de negocios, así podremos fijar las diferentes problemáticas y necesidades que posiblemente en su tiempo no se pudieron resolver. Con todo ello surge el plan de emprender, con el objetivo de dar solución, ofertando un servicio diferenciador y correcto,

Según (Guaicha, s.f.), mediante el plan de negocios se crea el análisis del entorno de la empresa, estudiando y analizando los posibles resultados, para así observar si se lograran los objetivos fijados en el proyecto. Es de suma importancia que el plan de negocio conlleve en sus páginas las distintas variables tienen sus objetivos, al igual que sus recursos que serán necesarios tomar en cuenta para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos fijados.

Si nos referimos a la composición del plan, pueden encontrarse generalmente los siguientes puntos de análisis:

- Visión general del proyecto
- Productos o servicios
- Descripción del modelo de proyecto
- Estados de flujo de efectivo
- Proyecciones y estimaciones financieras del proyecto
- Conocimiento de la dirección ejecutiva y el equipo directivo (Guaicha, s.f.).

Una vez dentro del plan de negocios, podremos encontrar distintas alternativas que la empresa posiblemente plasme y esto se menciona con la idea de analizar su factibilidad tanto técnica como económica.

- Un buen plan de negocio debe llevar todo lo necesario para así abarcar con la totalidad de los aspectos y factores principales que tiene el proyecto a analizar con todas las características, también deberá estar correctamente ordenado para su mejor consulta y mejora. Recoge el funcionamiento de varias áreas de la empresa que podemos dividir en:
- Estructura de la administración de la empresa
- Estructura jurídica y mercantil
- Estructura económica de la empresa
- Plan de marketing
- Planificación de las ventas
- Gestión de recursos humanos
- Plan financiero y contable (Guaicha, s.f.).

Con todo lo mencionado, cabe recalcar que un plan de negocios abarca de manera global la planificación de esta y no debemos confundirnos con un plan de marketing, lo cual es solamente una parte de todo el plan general o de negocio, que es lo que muestra verdaderamente una visión más grande y general del proyecto.

Por otro lado, según (Quiroa, s.f.) "La planificación estratégica es el método utilizado por las compañías, como un proceso sistemático que ayuda al desarrollo, al igual que su implementación de planes, con el propósito de efectuar los objetivos que se han propuesto".

La planificación estratégica para (Kaplan, 2015) es algo realmente importante en la toma de decisiones, puesto que determina su manera de funcionar o actuar frente a los objetivos propuestos, es por ello por lo que la planificación es una pauta o guía para saber "qué hacer" en un tiempo próximo, para así mejorar sus objetivos y alcanzar algo más grande.

Para (Best, 2007). El proceso de planeación estratégica lleva muy de la mano la planeación en específico, respecto a la ejecución y elaboración de una estrategia apta para la empresa, de forma general, por lo tanto, las etapas del proceso de Planeación Estratégica son:

- Crear la estrategia
- Planear la estrategia
- Alinear la organización con la estrategia
- Planear la operación de la organización

- Controlar y aprender de la operación
- Probar y adaptar la estrategia
- Ejemplos de Modelos de Planeación Estratégica

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Administración

Para (Porter, 2007) “La administración realiza toda planificación, organización, ejecución y control de los recursos, para así darles un uso más eficiente para de esa manera alcanzar los objetivos de una empresa”.

2.2.2 Casa hogar para el adulto mayor

Una residencia para personas adultas mayores (también llamadas centros de cuidado o centros gerontológicos), el cual tienen alguna patología y necesitan permanecer en constante cuidado y vigilancia médica, pero que necesitan cuidados especiales (Medline Plus, 2020).

2.2.3 Empresa

Para (Chiavenato, 2006) la empresa es una organización de personas, el cual tienen recursos o conocimiento que ayuda al desarrollo de un beneficio económico con el trabajo en una actividad en particular.

2.2.4 Resort

Resort es un establecimiento que ofrece varias actividades el cual cubre las necesidades de un turista mientras permanece en aquel lugar (Landman, 2020).

2.2.5 Profesionales de la salud

Llamamos profesional de la salud a toda persona que ha realizado un curso de estudio en el campo de la salud (medicina, fisioterapia, enfermería, terapia ocupacional) (Clinic Cloud, 2021).

2.2.6 Análisis

Un análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o acontecimiento con el objetivo de conocer, sus bases y motivos de su aparición, creación o causas primarias (Concepto Definicion, 2022).

2.2.7 Investigación

La investigación es un proceso de análisis o experimental que comprende un conjunto de pasos aplicados de modo ordenado, con la finalidad de consultar sobre un asunto o tema, así como de desarrollar su conocimiento, basado en interés científico, geográfico, social o tecnológico (Coelho, 2021).

2.2.8 Emprendedor

Según (Best, 2007) "Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de crear y identificar algún tipo de oportunidad de negocios, el cual sea productivo y beneficioso".

2.2.9 Plan de negocio

Un plan de negocios es un documento que enseña la factibilidad de un nuevo proyecto el cual sea prospectivo y que proporcione una hoja de ruta para sus primeros años de operación (Computer Weekly, 2017).

2.2.10 Estrategia

Para (Westreicher, s.f.) " La estrategia es un elemento que ayuda a la toma de decisiones o también para actuar frente a un determinado escenario o circunstancia".

2.2.11 Objetivo de Investigación

Un objetivo de investigación es la meta que se pretende llegar en un proyecto o trabajo de análisis. También indica lo esperado en una investigación (Significados, 2022).

3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.1 Levantamiento de información

En la actualidad existen alrededor de 40 centros de cuidado para el adulto mayor, entre Quito y Valle de los Chillos. Los sectores en los que se registra la mayoría de los centros son en Capelo (cantón Rumiñahui), Playa Chica (Alangasí), centro de Conocoto y La Armenia (Conocoto), y en el valle de Tumbaco están de Tumbaco y Cumbayá, entre otros. Estos centros cuentan en su mayoría con los mismos servicios que son Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Medicina General, Nutrición donde se ofrecen de igual manera habitaciones individuales y compartidas y existe estadía diaria que lo llaman "guardería" y estadía mensual, el cual varia su precio entre 200$ a 1000$.

Como podemos observar, en los últimos años ha existido un crecimiento de hogares a nivel nacional y es el resultado del crecimiento poblacional de las personas en la tercera edad, al igual que ha cambiado la cultura del pensamiento respecto a los asilos, ahora llamados "casas hogares para el adulto mayor".

3.1.1 Historia de la empresa

En el año de 1980 existía únicamente 2 asilos en el Valle de los Chillos, el uno se llamaba "San Rafael" ubicado en el sector de San Rafael, el cual era un centro particular y el otro llamado "Villa la Esperanza", ubicado en el fuerte militar San Jorge, el cual pertenecía a las Fuerzas Armadas.

En aquella época los hogares del adulto mayor eran considerados como “albergues”, después de varios años pasaron a llamarse “asilos” o “ancianatos”, donde eran atendidos por personas no profesionales, que por ende no sabían darles una mejor calidad de vida, permanecían sin ninguna actividad, al igual que no tenían una correcta nutrición, esto hacía que los pacientes tengan un deterioro rápido de motricidad al igual que en su área cognitiva.

Mi padre Ángel Lema, el cual es Tecnólogo en Terapia Ocupacional trabajaba en uno de esos centros, en el cual permaneció más de 5 años desarrollando actividades de todo tipo, cocinar, planchar, limpiar, cuidar a los pacientes, realizar terapia, etc. Fue allí donde mis padres se dieron cuenta que era necesario mejorar el servicio de los “asilos” y deseaban formar su propio centro.

En el año de 1990 el “Hogar del Adulto Mayor Copitos de Nieve”, se creó en la Urbanización San Rafael gracias a la visión de mis padres y fue el tercer centro en aparecer en el Valle de los Chillos. Fue creado con la intención de mejorar y de ofrecer algo distinto, no solo “cuidado”, sino también terapia, juegos, nutrición, psicología, todos los servicios que vieron necesarios para el cuidado al adulto mayor.

Con esta experiencia, mis padres se dieron cuenta que se podría entregar algunos servicios con profesionales capacitados en cada una de las áreas y de esta manera brindar un mejor estilo de vida al adulto mayor.

Según las propias palabras de mis padres fue “fundar un centro que no solamente brinde un servicio, sino una calidad de vida para el adulto mayor”.

Por lo tanto, este proyecto se centra, una vez más en crear un centro para el adulto mayor, pero ahora, no solamente teniendo profesionales multidisciplinarios sino también ofreciendo un servicio tipo resort para personas de la tercera edad.

Copitos de Nieve, es un hogar de adultos mayores, donde personas de la tercera edad son cuidados por diferentes profesionales de manera diaria, al igual que residen en un espacio apto para el adulto mayor. Ahora es la oportunidad de dar un giro al negocio y no solamente ofreciendo un servicio de alojamiento con profesionales, sino también ofertando diferentes actividades con servicios profesionales y alojamiento donde se asemeje más a un "resort" y mejore mucho más el estilo de vida de los adultos mayores que trabajaron toda su vida por sacar adelante a su familia.

3.1.2 GENERALIDADES

3.1.2.1 Nombre o Razón social

Copitos de Nieve CIA.LTDA

La idea de creación de esta empresa parte de la humanidad de mis padres, al notar la necesidad de los adultos mayores que no tienen los cuidados necesarios, ni los cuidados aptos para velar por sí mismos. Y actualmente mi meta a cumplir es modernizar la empresa, sin perder la esencia de la misma, creando un hogar del adulto mayor que maximice sus servicios y cuidados.

El nombre Copitos de Nieve, nace esencialmente del tipo de cabello que por lo general mantienen las personas adultas mayores, que es de color blanco o cenizo y obviamente por la forma de la cabeza que es redonda y se lo asemeja con un “copo” de nieve.

3.1.2.2 Tipo de empresa y Línea(s) de Productos

Hogar del adulto mayor Copitos de Nieve CIA. LTDA, cuyo significado es una sociedad de responsabilidad limitada según la (Super Intendencia de compañías, 2022) Es un tipo de compañía que se constituye entre dos o más personas, las que responden únicamente por sus obligaciones sociales en cuanto a sus aportaciones individuales, por lo cual hacen al comercio ante una razón social, en la que siempre se añade “Compañía Limitada” o “CIA. LTDA.”

Este tipo de compañía se crea con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, el cual debe registrarse y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada persona o socio, esta aportación se puede dar en dinero, especies o inclusos las dos a la vez (Super Intendencia de compañias, 2022).

La empresa buscará cubrir los sectores de Valle de los Chillos, Cumbayá, Quito y los servicios se especializarán en las distintas especialidades médicas que son necesarias para el cuidado al adulto mayor como; Terapia Ocupacional, Fisioterapia, Medicina General, Nutrición, Cuidado de auxiliares de enfermería, al igual que se *enfocará* en los gustos y preferencias del adulto mayor en cuanto a un resort como; piscina, turco, hidromasaje, bailo terapia, espectáculos en vivo, etc.

3.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1.3.1 Entorno General

3.1.3.1.1 Factores Políticos

Las personas adultas mayores tienen derecho a la preservación de su salud personal y física como también de tener una vida libre de todo tipo de violencia. El Estado adopta las precauciones necesarias para prevenir, todo tipo de discriminación, violencia o maltrato Art 34 **(MAYORES, 2019)**.

El artículo 36 de la Constitución de la República del Ecuador, determina que las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años;

El artículo 37 de la Constitución de la República del Ecuador, asegura que las personas adultas mayores tengan los siguientes derechos:

1. La atención gratuita y especializada de salud, así como también la entrega gratuita a medicinas.
2. El trabajo remunerado, en función a sus capacidades motrices e intelectuales
3. La jubilación

4. Rebajas en los servicios públicos y privados

5. Exenciones en el régimen tributario

6. Exoneración de ciertos pagos legales

7. El acceso a una vivienda que asegure una vida digna (MAYORES, 2020).

La Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo 56 menciona que los hogares de ancianos, gravan con tarifa cero de IVA (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, 2020).

3.1.3.1.2 Factores Económicos

En varios países de alrededor del mundo, los adultos mayores han logrado contar con suficientes recursos económicos, gracias a su ahorro y trabajo para asi mantener un nivel socioeconómico de vida aceptable (Camacho, 2013).

El desempleo en Ecuador en el mes de diciembre, al terminar el año 2021, tuvo una tasa de 4,1%, lo que equivale a una baja de 0,8 puntos, en comparación con el mismo mes del año pasado (Encuesta Nacional Empleo, 2021).

Esto quiere decir que, de cada 10 personas, 6 se encuentran con el empleo. Hay que tomar en cuenta que, en el año 2020, por motivos de pandemia el empleo inadecuado bajo en 2,3 puntos porcentuales. Lo que quiere decir que existe una pequeña mejora en relación en los años 2020 – 2021 en la obtención de un empleo.

3.1.3.1.3 Factores Sociales

El aumento de enfermedades en el adulto mayor incide en los últimos años, por lo tanto, incrementa la dependencia de cuidados en personas de la tercera edad y esto sucede en un escenario de hogares donde no tienen lo necesario, ni el tiempo para el cuidado de este. También existe otro factor que es la creciente incorporación de la mujer al trabajo remunerado, lo cual, en la antigüedad, quien se quedaba en casa eran las mujeres y aquella situación ha cambiado, al igual que la cultura de las amas de casa.

El dato más reciente señala que las personas adultas mayores de 65 años suman 1.341.664. Esta cifra se ha incrementado, puesto que, en el año 2011, eran 1.229.089 personas, localizadas principalmente en Sierra y Costa (INEC, 2014).

En el año 2020 en Ecuador, los adultos mayores representan el 7,4% de la población total que es 17,64 millones de personas habitantes (MUNDIAL, 2020).

En septiembre de 2020, 894.189 personas mujeres trabajaron 40 horas a la semana, lo cual ganaron únicamente el salario básico, que en 2020 equivale a USD 400 al mes (Primicias, 2020).

El presidente del Directorio del Consejo del IESS informo que existe 2.874.171 personas aseguradas, lo cual corresponden afiliados tanto activos como pensionistas, y la afiliación sin relación de dependencia paso de 42.817 a 82.903, lo cual indica que existe mayor cantidad de personas que acceden a un seguro de vida y cuidan de su estado de salud (IESS, 2021).

3.1.3.1.4 Factores Tecnológicos

La transformación digital ha incrementado en el ámbito de la salud, como; hospitales, centros de cuidado, residencia para adultos mayores, etc. Esto se debe a la necesidad de mejorar los procedimientos médicos al igual que las técnicas de diagnóstico y cuidado. Es por ello que se implementado algunas máquinas como la robotización de algunos procedimientos, impresoras 3D, medicamentos inteligentes, terapia genérica (Medpass, 2020).

El Ecuador reconoce oficialmente 35.416 personas fallecidas por Covid-19, la razón por la cual la letalidad del virus (CFR) es del 4.1% del total de casos confirmados mientras que la tasa de mortalidad es 202.3 por cada 100.000 habitantes (Observatorio Social del Ecuador, 2022).

Esto dejó al descubierto una serie de carencias en el país, entre ellas la poca innovación en la salud pública, lo cual en el último año se está intentado mejorar la digitalización y el sistema de salud, bajo la innovación.

3.1.3.1.5 Factores Ambientales

El Valle de los Chillos, cuenta con un clima subtropical que a lo largo del año va entre 10 °C a 29 °C, lo cual es un clima bueno, sobre todo cálido y no tan inestable en relación con las distintas provincias y sectores del Ecuador. Es una zona geográfica que está ubicada en la parte sur oriental de la Ciudad de Quito a 2500 msnm, lo cual tiene un tipo de terreno sin

elevaciones grandes y por lo tanto permite la construcción de casas o edificios más seguros (Wikiwand, 2020).

En el año 2015, parte del Valle de los Chillos fue declarada zona de emergencia a causa de la posible erupción del volcán Cotopaxi, se habilitaron rutas de escape y simulacros a gran escala en las zonas que podían verse afectadas por los lahares y el lodo, el riesgo fue alto en la zona, sin embargo existe ciertas zonas del Valle de los Chillos, que no tienen riesgo de ser afectado por alguna posible erupción (Wikiwand, 2020).

Respecto al turismo, el Valle de los Chillos es considerado como uno de los lugares con más atractivos turísticos, con alrededor de 16 atractivos entre cascadas, parques, áreas verdes, etc. (Andrango, 2018).

3.1.3.2 Entorno Específico

3.1.3.2.1 Competidores

El Valle de los Chillos cuenta con alrededor 21 casas de cuidado para adultos mayores, entre ellos están:

- Casa Hogar San Rafael



Figura 1. Logo Casa hogar San Rafael

Residencia y guardería para adultos mayores, ubicado en San Rafael, vía al Tingo, Sector Huertos Familiares, cerca del parque de la mujer.

- Villa Cariño



Figura 2. Logo Villa Cariño

Club residencial del adulto mayor, ubicado en Conocoto, Ontaneda, Valle de los Chillos.

- San Juan de Dios

Figura 3. Logo San Juan de Dios

Hospital especializado en salud mental, geriatría, ubicado en Valle de los chillos, Sector San Carlos, calle Argentina.

- Hogar gerontológico Años Dorados

Figura 4. Logo Años dorados

Hogar Gerontológico, ubicado en el Cantón Rumiñahui, Calle Carihuarazo No 98 y Calle, Quito, etc.

Por otra parte, la competencia más fuerte es “San Juan de Dios”, porque es un centro que trabaja con el IESS, lo cual le garantiza el envío de pacientes y el estado se encarga de pagar por los servicios, por lo tanto, es el centro con más pacientes en el mercado actual. Sin embargo, no cuenta con todos los servicios de innovación necesarios.

3.1.3.2.2 Clientes

Los clientes van a ser adultos mayores que necesiten cuidado profesional, sobre todo que requieran cuidados por parte de médicos, terapistas, nutricionistas, auxiliares de enfermería. Y también personas que busquen entretenimiento y una alternativa de distracción en su tercera edad. Así mismo será guiado a familias que no requieran el tiempo y experiencia necesaria para cuidar a su familiar.

3.1.3.2.3 Proveedores

Para el servicio de alimentación, se buscará realizar contrato con Pronaca para el abastecimiento de carnes y se acudirá a mercado locales para la adquisición de frutas, hortalizas, granos, productos lácteos y pan. Buscando así los mejores precios en el mercado, evitando intermediarios. De este modo conseguiremos precios justos y productos de calidad.

3.2 Análisis de datos

3.2.1 Planificación

3.2.1.1 Análisis Interno

3.2.1.1.1 Segmentación del mercado

Para la segmentación del mercado se tomará en cuenta la población del Valle de los Chillos. A lo que se refiere segmentación pictográfica se encuentran los adultos mayores, que necesiten de cuidado y vigilancia médica las 24 horas o únicamente que busquen distraerse. La segmentación demográfica será en el rango de la tercera edad, es decir a partir de los 65 años en adelante, se busca un nivel de ingresos medio-alto, por lo que será guiado a personas mayores, el género no tendrá relevancia, ya que será guiado para cualquier tipo de persona. En conclusión, el tamaño de la segmentación será grande, que el mercado es amplio y contará con altas posibilidades de demanda.

3.2.1.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor se define como la satisfacción a las necesidades del mercado, de tal manera que beneficie y solucione al cliente, sus requerimientos o problemas de una forma distinta y diferente al resto, con servicios o productos de calidad.

Es por eso que, Casa Hogar Copitos de Nieve CIA LTDA ofrece la mezcla de un servicio de cuidado, alojamiento y distracción para el adulto mayor.

La principal característica de diferenciación a los demás competidores es la temática de "resort" y profesionales "multidisciplinarios", el cual es un negocio que aún no existe en el

país, específicamente en Quito, Valle de los Chillos, por lo que es una alternativa de negocio llamativa e ingeniosa para personas de la tercera edad.

3.2.1.1.3 Canales y medios de comunicación

Son los medios que se utilizan para llegar a una mayoría de personas y clientes posibles y así dar a conocer de manera más rápida y eficiente el servicio que ofrece la empresa.

Los canales para utilizar son los siguientes:

- Publicidad mediante redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, por medio de mensajería y publicaciones.
- Rotulación publicitaria, en diferentes sectores estratégicos de la ciudad.
- Correos electrónicos por envió masivo.
- Publicidad física en diferentes sectores estratégicos, como trípticos, flyers, pancartas.

3.2.1.1.4 Relaciones con los clientes

Es necesario mencionar que los clientes van a ser personas de la tercera edad, que necesiten de cuidado por profesionales de la salud o que busquen entretenimiento en su tiempo libre de manera mensual o diaria.

Se buscará tener comunicación directa con los clientes, muy aparte del marketing mencionado, como por ejemplo con la realización de citas personalizadas con distintos

grupos de personas, en hospitales, clínicas, laboratorios, etc. Ya que de esta manera se logrará dar la información de los diferentes servicios a futuros clientes y consumidores.

3.2.1.1.5 Fuentes de ingreso

La fuente de ingreso principal va a ser la venta de planes de residencia en Copitos de Nieve con habitaciones individuales o compartidas, de manera mensual y diaria, en el cual los precios variaran entre 550$ a 1100$ mensuales y 35 a 45$ diarios.

Los precios variarán, tomando en cuenta 3 aspectos:

- Estado de salud: tomando en cuenta que existe personas que necesitan de mayor o menor tiempo de cuidado.
- Habitación elegida: dependiendo el tamaño y condiciones de la habitación como; tv, conexión a internet, muebles, tamaño de cama, mini refrigeradora, etc.
- Necesidades de la persona: realizando un análisis si el paciente necesita material de aseo, pañales, silla de ruedas, andador, etc.

Por lo tanto, los precios se manejarán por medio de negociación de mutuo acuerdo, tomando en cuenta todos estos aspectos.

3.2.1.1.6 Recursos clave

- Áreas verdes amplias: áreas con zonas de descanso, de juego y comedores externos.
- Profesionales multidisciplinarios: diversos profesionales, especializados en el adulto mayor.
- Piscinas y áreas de entretenimiento: áreas específicas de distracción y juego, con alrededor de 2 piscinas, 2 turcos, 3 hidromasajes.
- Instalaciones apropiadas: instalaciones con pasillos que tengan manijas, baños amplios con duchas teléfono, camas cuna, áreas de terapia, enfermería, etc.

3.2.1.1.7 Actividades clave

- Negociación con proveedores.
- Marketing estratégico.
- Capacitación a profesionales de la empresa.
- Mantenimiento de todas las instalaciones.
- Servicio de limpieza diario.
- Alianzas estratégicas con hospitales, clínicas y laboratorios.

3.2.1.1.8 Asociaciones clave

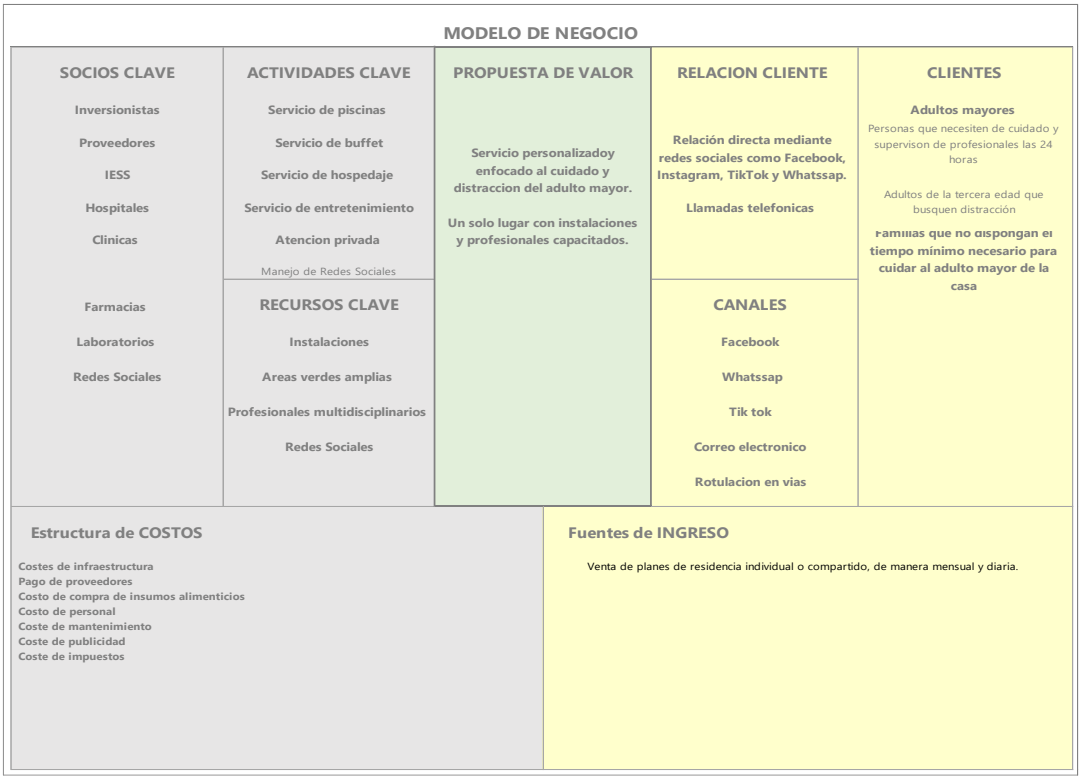
- Hospitales y clínicas interesados en el negocio, que apoyen al cuidado y protección del adulto mayor, estos aportaran con la recomendación de estos, direccionando a clientes hacia Copitos de Nieve.
- La principal asociación es el IEES, ya que es el seguro de Ecuador y con su ayuda podremos llegar a gran cantidad de personas y *generará* mucho más reconocimiento y confianza por parte de posibles clientes.
- Laboratorios que estén interesados en un apoyo mutuo con el negocio y busquen de igual manera llegar a más personas, mediante análisis y obtención de clientes.

3.2.1.1.9 Estructura de costos

- Costes de mantenimiento: valores para mantener las instalaciones de la empresa.
- Pago de proveedores: cancelación de proveedores que nos ayuden con productos de la alimentación.
- Costos de compra de insumos alimenticios.
- Costes de personal.
- Costes de publicidad.
- Obligaciones tributarias.

3.2.2 Modelo del negocio (Plantilla CANVAS)

Tabla 1. *Plantilla CANVAS*



3.2.3 Planeación o Formulación Estratégica

3.2.3.1 Misión

Tabla 2. *Matriz de direccionamiento estratégico*

Direccionamiento Estratégico		
Misión		
Componentes	Definición	Redacción de Misión
Negocio	Casa Hogar del Adulto Mayor Copitos de Nieve	Somos un resort para adultos mayores donde ofrecemos a nuestros clientes vivir una experiencia con un servicio innovador y de calidad con las mejores instalaciones, equipos, tecnología y profesionales de la salud.
Razón de ser	Ofrecer un servicio de calidad, basado en satisfacer las necesidades de los adultos mayores.	
Cliente	Adultos Mayores	
Productos / Servicios	Cuidado al adulto mayor	
Ventaja competitiva	Casa de cuidado tipo resort	
Valores o Filosofía	Interes por el bienestar de los adultos mayores	
Principios organizacionales	Especialización, coordinación, eficiencia.	

3.2.3.2 Visión

Tabla 3.*Visión*

Direccionamiento Estratégico		
Misión		
Componentes	Definición	Redacción de Misión
Negocio	Casa Hogar del Adulto Mayor Copitos de Nieve	Somos un resort para adultos mayores donde ofrecemos a nuestros clientes vivir una experiencia con un servicio innovador y de calidad con las mejores instalaciones, equipos, tecnología y profesionales de la salud.
Razón de ser	Ofrecer un servicio de calidad, basado en satisfacer las necesidades de los adultos mayores.	
Cliente	Adultos Mayores	
Productos / Servicios	Cuidado al adulto mayor	
Ventaja competitiva	Casa de cuidado tipo resort	
Valores o Filosofía	Interes por el bienestar de los adultos mayores	
Principios organizacionales	Especialización, coordinación, eficiencia.	
VISIÓN		
Componentes	Definición	Redacción de Visión
Negocio ¿Qué es lo que queremos crear? ¿Hacia donde vamos?	Una casa hogar para el adulto mayor con las mejores instalaciones y los mejores profesionales de la salud.	Ser para el 2027 el mejor resort de cuidado para el adulto mayor en el Ecuador.
Horizonte de tiempo	5 años	
Posicionamiento en el mercado	Ser el mejor centro de cuidado para el adulto mayor.	
Ámbito de acción	Quito - Ecuador	

3.2.3.3 Valores

Tabla 4. *Matriz de Valores*

VALORES	Definición
1.Honestidad	Respeto a las buenas costumbres, principios y bienes ajenos.
2.Compromiso	Acuerdo que se debe realizar con responsabilidad a un hecho o situación.
3.Cariño	Sentimiento de amor o afecto hacia una persona de manera natural.
4.Responsabilidad	Dar cumplimiento a las obligaciones y compromisos que se tiene con alguien o algo.
5.Comprensión	Capacidad para entender, justificar y contener a alguien o algo.

3.2.3.4 Objetivos estratégicos

3.2.3.4.1 Perspectiva financiera

Tabla 5. *Perspectiva financiera*

LÍDER DE PROYECTO:	Ismel Lena			ÁMBITO:	Financiero y Cliente													ESTRATEGIAS:	3				
APOYO DEL PROYECTO:	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez																	AVANCE DE ESTRATEGIAS:	0%				
No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:				
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%							
1	Ser la mejor casa hogar y resort para el adulto mayor a nivel nacional para el año 2025.	1	Contratar al personal indicado	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -22	dic -25	X					X					0%	Recurso Propio					
		2	Otorgar poder de decision a los distintos departamentos	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -23	dic -25	X					X					0%	Recurso Propio					
		3	Retroalimentar y capacitar al personal de manera continua	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -22	dic -25	X					X					0%	Recurso Externo					
		4	Elegir a los clientes adecuados	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -22	dic -25	X					X					0%	Recurso Propio					
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%						
2	Facturar para el año 2028, 1 millón de dólares.	5	Implementar las correctas estrategias de marketing y publicidad	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -23	dic -28	X					X					0%	Recurso Propio					
		6	Buscar nuevas líneas de negocio	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -28	X					X					0%	Recurso Propio					
		7	Definir muy bien los clientes	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -28	X					X					0%	Recurso Propio					
		8	Determinar en que me voy a diferenciar con los otros competidores	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -28	X					X					0%	Recurso Propio					
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%						
3	Abrir una nueva sucursal en la ciudad de Guayaquil para el año 2028.	9	Realizar un buen estudio de mercado	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -31	X					X					0%	Recurso Propio					
		10	Definir con claridad el modelo de crecimiento	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -31	X					X					0%	Recurso Propio					
		11	Implementar un sistema de control de sucursales	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -31	X					X					0%	Recurso Externo					
		12	Posicionar la marca empresarial	Ismel Lena, Angel Lena, Sonia Rodriguez	ene -25	dic -31	X					X					0%	Recurso Propio					
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%						
3	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%						

3.2.3.4.2 Perspectiva de procesos

Tabla 6. *Perspectiva de procesos*

LÍDER DE PROYECTO: Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO: Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez
ÁMBITO: Financieros y Clientes
ESTRATEGIAS: 3
AVANCE DE ESTRATEGIAS: 0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Ser la mejor casa hogar y resort para el adulto mayor a nivel nacional para el año 2025.	1	Contratar al personal indicado	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Otorgar poder de decision a los distintos departamentos	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Retroalimentar y capacitar al personal de manera continua	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-25	X					X					0%	Recurso Externo	
		4	Elegir a los clientes adecuados	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-25	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Facturar para el año 2028, 1 millón de dólares.	5	Implementar las correctas estrategias de marketing y publicidad	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-25	dic.-28	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Buscar nuevas lineas de negocio	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-25	dic.-28	X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Definir muy bien los clientes	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-25	dic.-28	X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Determinar en que me voy a diferenciar con los otros competidores	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-25	dic.-28	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Abrir una nueva sucursal en la ciudad de Guayaquil para el año 2028.	9	Realizar un buen estudio de mercado	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-28	dic.-31	X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Definir con claridad el modelo de crecimiento	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-28	dic.-31	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Implementar un sistema de control de sucursales	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-28	dic.-31	X					X					0%	Recurso Externo	
		12	Posicionar la marca empresarial	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-28	dic.-31	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

3.2.3.4.3 Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

Tabla 7. *Perspectiva de aprendizaje y crecimiento*

LÍDER DE PROYECTO: Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO: Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez
ÁMBITO: Aprendizaje y Crecimiento
ESTRATEGIAS: 4
AVANCE DE ESTRATEGIAS: 0%

No.	OBJETIVOS:	No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	FECHA INICIO	FECHA FIN	% APORTE					% AVANCE ACTIVIDAD					% AVANCE DE ESTRAT.	TIPO DE RECURSO:	DETALLE:
							0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
1	Desarrollar un programa de software para la mejor atención al cliente.	1	Automatización de toda la empresa	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		2	Relación más personalizada con el ciente	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		3	Creación y análisis de la Big Data	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		4	Inmediatez en la toma de deciciones	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
2	Entregar todas las herramientas necesarias para un trabajo eficaz en la empresa.	5	Reuniones frecuentes con el personal	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		6	Organizacion de la empresa	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		7	Crear un control de inventario	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		8	Implantar un modelo organizativo	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
3	Tener una buena commicación en la empresa, destinando un tiempo especifico para trabajadores.	9	Demostrar liderazgo, mas no superioridad	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		10	Generar motivación en el personal	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		11	Establecer plan de metas	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		12	Generar ganancias económicas por medio de metas	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Elaborar un sistema de control de personal, para saber que tan eficientes son en el trabajo.	13	Medir su consecución	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		14	Observar sus carencias	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		15	Detectar problemas	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
		16	Conocer sus tareas en el trabajo	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez	ene.-22	dic.-22	X					X					0%	Recurso Propio	
	Número de actividades en la estrategia:	4				% DE AVANCE ESTRATÉGICO:											0%		
4	Número total de actividades:	12				% DE AVANCE TOTAL:											0%		

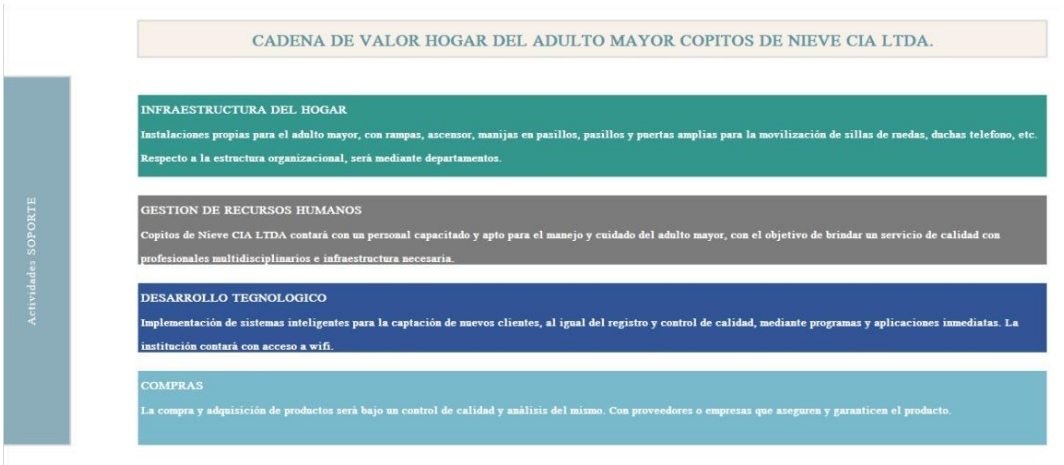
3.2.3.5 Matriz FODA

Tabla 8. *Matriz FODA*

FODA	Oportunidades	Amenazas
	Apoyo gubernamental Econonomia del sector media-alta Crecimiento de la poblacion Facil acceso a la tegnologia Necesidad de expansion Pocos centros especializados Aumento en la poblacion de la tercera edad	Crecimiento de competencia Desempleo Aumento de impuestos Cambio de preferencias de los clientes Cambios climaticos Aumento en productos alimenticios Cambio de leyes Inestabilidad politica Precios bajos de residencia Alta compentencia de marketing
Fortalezas	**Estrategias OFENSIVAS**	**Estrategias DEFENSIVAS**
Idea de negocio unica en el mercado Espacio fisico propio Amplia experiencia Nivel alto de marketing Nivel alto de investigacion Formacion academica alta Apoyo por parte de socios Diversificacion de servicios Profesionales multidisciplinarios Ubicación geografica privilegiada	1 ofrecer servicios de calidad a los futuros clientes los cuales se ubican en una clase social media alta 2 Aprovechar las constante necesidad de servicios medicos, para asi diversificar los servicios y obtener mayor fuentes de ingreso 3 posibles oportunidades en el mercado y adelantarnos a hechos que beneficien a la empresa	1 Mediante la idea unica en el negocio llegar a alianzas estrategicas para asi contrarestar el poder de los competidores 2 Con el apoyo de los socios del negocio crear un fondo el cual permita ser usado en emergencias como el caso de aumento de impuestos. 3 Gracias al nivel alto en marketing realizar campañas de publicidad la cual permita bloquear la entrada de nuevos competidores
Debilidades	**Estrategias REORIENTACIÓN**	**Estrategias SUPERVIVENCIA**
Nueva idea de negocio Pocas alianzas estrategicas Pocos proveedores seguros Alta inversion Costos elevados	1 Gracias al facil acceso a distintas opciones de compra, optar por tecnologia nueva no tan costosa las cuales reduzcan la alta inversión 2 Debido a la poca competencia directa ofrecer en el mercado un nivel de costos mas bajos para asi poder vender el servicio 3 Aprovechar el apoyo gubernamental para formar alianza estrategicas con el gobierno.	1 Buscar alianzas estrategicas para asi contrarestar el crecimiento de competencias 2 Fomentar una relacion directa con los proveedores para poder luchar contra el aumento de la demanda de alimentos 3 Dirigir el uso de recursos a la inversión de marketing debido al poco conocimiento de los futuros clientes, puesto que la idea de negocio es nueva y necesita un alto nivel de marketing

3.2.3.6 Cadena de valor

Tabla 9. *Cadena de valor*



3.2.3.7 Acciones estratégicas

Tabla 10. *Acciones estratégicas*



3.2.3.8 Políticas

3.2.3.8.1 Administrativas

- Los descuentos se realizarán periódicamente, dependiendo la temporada.
- Las realizará encuestas de satisfacción al cliente se realizará de manera individual y periódica.
- Se mantendrá controles de calidad de productos y servicios de manera mensual.
- Se desarrollará concursos de desempeño de empleados para ascensos cada 6 meses.
- Se buscará optimizar los recursos de la empresa.
- Se analizará de manera mensual el aumento o disminución de personal.
- Se registrará de manera diaria todas las transacciones de la empresa.
- Se revisará de manera mensual los balances y situación financiera de la empresa.
- Se archivará todos los documentos financieros desde 3 años pasados.
- Se realizará capacitaciones al personal cada 3 meses.
- Se efectuará reuniones de integración con todo el personal periódicamente.

3.2.3.8.2 Empleados

- Se registrará todas las personas que entren y salgan del establecimiento.
- Los empleados dentro de la institución, deberán usar el respectivo uniforme de la empresa.
- Los empleados tendrán 2 turnos a la semana.
- Se tendrá control de seguridad de manera diaria a todo el personal.
- Los empleados deberán informar a su superior, su cronograma de actividades diaria.
- Para la contratación de un nuevo empleado, se deberá seguir 3 pasos de aprobación
- Se revisará maletas de los empleados al momento que entren y salgan del establecimiento.

3.2.3.8.3 Clientes

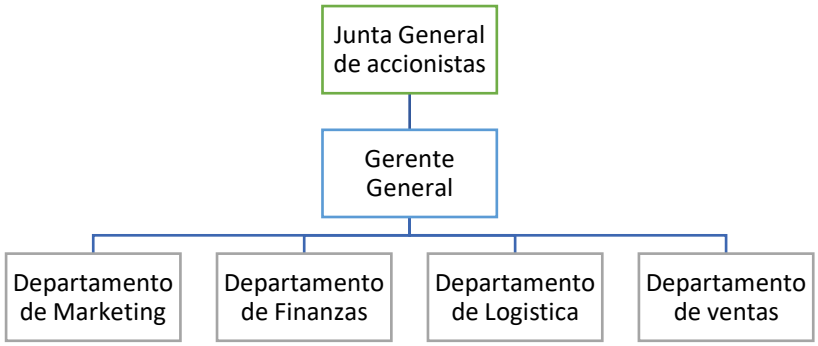
- Para el registro de clientes, se deberá utilizar los programas respectivos de Excel y guardar en la base de datos.
- Se mantendrá un buzón de sugerencias para clientes, en la recepción de la institución.
- Para le contacto de nuestro servicio se tendrá 1 número telefónico y un enlace web que llevará directo al WhatsApp del servicio al cliente de la empresa.
- Se realizará encuestas de satisfacción de nuestros servicios, de manera online y llamada hacia clientes.

3.2.3.8.4 Proveedores

- Se realizará controles de calidad cada vez que dejen productos los proveedores de la empresa.
- Se realizará controles nutricionales de la comida de manera semanal, por parte del profesional encargado.
- Se analizará el servicio de entrega de los proveedores de manera mensual.
- Se deberá registrar todos los productos recibidos, en el programa de Excel designado.
- Se visitará y se analizará los establecimientos de donde tenga los productos los proveedores contratados.
- Se deberá pagar de manera puntual a los proveedores.

3.2.4 ORGANIZACIÓN

3.2.4.1 Organigrama Estructural



3.2.4.2 Organigrama funcional

3.2.4.2.1 Junta General de Accionistas

- Toman decisiones entre los socios
- Deciden sobre la utilización de utilidades
- Seleccionan o remueven miembros del directorio
- Acuerdan la transformación, fusión, escisión, reorganización y disolución de la sociedad, así como resolver sobre su liquidación
- Emiten obligaciones
- Modifican los estatutos de la empresa
- Realizan reuniones obligatorias anuales de gestión y temas económicos
- Resuelven sobre la aplicación de utilidades
- Fijan retribución de directorio
- Designación de auditores internos y externos

3.2.4.2.2 Gerente General

- Optimiza los recursos de la empresa
- Evalúa el trabajo y resultados de los empleados
- Dialoga con empleados y clientes
- Mejora la productividad de los trabajadores y de la empresa
- Supervisa el trabajo

- Revisa estados financieros
- Responde a cuestiones de los accionistas
- Motiva, comunica, guía y alienta al personal
- Realiza planes de crecimiento a corto y largo plazo
- Distribuye el trabajo en distintos departamentos

3.2.4.2.3 Departamento de Marketing

- Desarrollan estrategias de marketing
- Investigan el mercado respecto al giro del negocio
- Mejoran el posicionamiento de la marca de la empresa
- Implementan nuevas ideas de desarrollo
- Analizan la productividad y eficiencia del marketing de la empresa
- Ayudan a la fijación de precios
- Buscan nuevos mercados
- Realizan planes de venta
- Crean relaciones públicas con clientes potenciales
- Realizan canales de venta

3.2.4.2.4 Departamento de Finanzas

- Elaboran presupuestos
- Registran todos los gastos e ingresos de la empresa

- Elaboran un modelo de organización financiera
- Pagan a los trabajadores
- Gestionan gastos con proveedores
- Encuentran nuevos espacios de inversión
- Mantienen al día la información de las cuentas financieras
- Gestionan problemas económicos
- Entregan informes financieros de la empresa a la Junta General de Accionistas
- Realizan auditorías internas y externas

3.2.4.2.5 Departamento de Logística

- Controlan el inventario
- Se encargan del transporte
- Realizan operativos de control de servicio
- Crean sistemas de información adecuados
- Se encargan de la adquisición de los productos
- Entregan y distribuyen bienes necesarios
- Analizan la demanda de productos y servicios
- Evalúan la disponibilidad de espacio para recepción de clientes
- Almacenan productos básicos
- Entregan productos requeridos por el cliente
- Controlan documentación de envió y entrega

3.2.4.2.6 Departamento de Ventas

- Establecen metas de crecimiento de la empresa
- Crean planes de bonificación, guiado a metas y desempeño
- Capacitan y motiva al equipo de trabajo
- Definen canales de desempeño
- Predicen posibles problemas a corto y largo plazo
- Modifican productos y servicios, según la necesidad del cliente
- Mejoran la atención al cliente
- Retienen información valiosa para la empresa
- Desarrollan comunicación efectiva entre clientes
- Promocionan la empresa
- Establecen medios de publicidad junto con el departamento de marketing

3.2.5 CONTROL

3.2.5.1 Monitoreo administrativo

Tabla 11. *Monitoreo administrativo*

LÍDER DE PROYECTO:	Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO:	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez.
MONITOREO:	Administrativo Empresarial

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Realizar estudios de mercado para saber la demanda de los clientes.	Ismael Lema	X					X	
2	Generar alianzas estratégicas con hospitales, clínicas y laboratorios.	Ismael Lema	X			X			
3	Realizar descuentos por temporadas.	Ismael Lema	X					X	
5	Revisión y aprobación del servicio.	Ismael Lema	X						X
6	Realizar encuestas de satisfacción del cliente.	Ismael Lema	X				X		
7	Medición del número de planes de residencia vendidos.	Ismael Lema	X				X		
8	Mantener un control de calidad de los servicios ofrecidos.	Ismael Lema	X						X
9	Desarrollar concursos de desempeño para ascender al personal.	Ismael Lema	X				X		
10	Optimizar nuestros recursos.	Ismael Lema	X				X		
11	Brindar un valor agregado con los multilples servicios.	Ismael Lema	X					X	
12	Ampliar nuestra infraestructura.	Ismael Lema	X			X			
13	Aumentar el personal de la empresa.	Ismael Lema	X			X			
14	Registro diario de las transacciones financieras.	Ismael Lema	X						X
15	Realizar arqueos de caja diario por la persona asignada.	Ismael Lema	X						X
16	Tener facturación electrónica al día.	Ismael Lema	X						X
17	Revisión y aprobación de los balances.	Ismael Lema	X					X	
18	Llevar un registro de las retenciones.	Ismael Lema	X						X
19	Archivar las facturas originales.	Ismael Lema	X						X
20	Realizar capacitaciones al personal.	Ismael Lema	X				X		
21	Realizar pruebas de eficiencia a los empleados.	Ismael Lema	X				X		
22	Realizar actividades deportivas fuera del horario de trabajo.	Ismael Lema	X				X		

3.2.5.2 Monitoreo administrativo de empleados

Tabla 12. *Monitoreo administrativo de empleados*

LÍDER DE PROYECTO:	Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO:	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez.
MONITOREO:	Empleados

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Registro de hora de ingreso y salida del personal en hojas de control.	Angel Lema	X						X
2	Uso de uniformes con el logo de la empresa.	Angel Lema	X						X
3	Informe de actividades para el personal.	Angel Lema	X						X
5	Trabajar 2 turnos de 24 hora a la semana.	Angel Lema	X						X
6	Las horas extras deben ser controladas y registradas bajo un sistema inteligente.	Angel Lema	X					X	
7	Establecer normas de seguridad interna para cada área de la empresa.	Angel Lema	X					X	
8	Establecer normas, para el consumo excesivo de las areas de la empresa.	Angel Lema	X					X	
9	Informar a los distintos departamentos sobre los trabajos realizados diariamente	Angel Lema	X					X	
10	Realizar evaluaciones periódicas del personal.	Angel Lema	X					X	
11	Para la contratacion de un empleado, se debera pasar por ciertos pasos de aprobacion.	Angel Lema	X				X		
12	Revisión de maletas del personal al ingreso y salida de la jornada de trabajo.	Angel Lema	X						X

3.2.5.3 Monitoreo Administrativo de clientes

Tabla 13. *Monitoreo administrativo de clientes*

LÍDER DE PROYECTO:	Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO:	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez.
MONITOREO:	Clientes

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Creación de una base de datos con información de los clientes	Sonia Rodriguez	X					X	
2	Tener un buzón de sugerencias en recepción.	Sonia Rodriguez	X						X
3	Generar un enlace web, que lleve directo a la atencion al cliente.	Sonia Rodriguez	X				X		
5	Realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente.	Sonia Rodriguez	X					X	
6	Tener un control de eficiencia en la venta de planes de residencia.	Sonia Rodriguez	X			X			
7	Contactar al cliente periodicmente, para saber sus comentarios sobre el servicio.	Sonia Rodriguez	X				X		

3.2.5.4 Monitoreo administrativo de Proveedores

Tabla 14. *Monitoreo administrativo de proveedores*

LÍDER DE PROYECTO:	Ismael Lema
APOYO DEL PROYECTO:	Ismael Lema, Angel Lema, Sonia Rodriguez.
MONITOREO:	Proveedores

No.	ACTIVIDADES:	RESPONSABLE:	CUMPLIMIENTO		% APORTE				
			SI	NO	0%	25%	50%	75%	100%
1	Control de calidad frecuente de productos que nos entregan los proveedores.	Angel Lema, Ismael Lema	X					X	
2	Vigilancia nutricional de los productos que nos entregan los proveedores.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X
3	Evaluación y calificación de proveedores.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X
5	Control de los desabastecimientos locales.	Angel Lema, Ismael Lema	X					X	
6	Control del tiempo de entrega de los productos.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X
7	Control de los medios de transporte utilizados por los proveedores.	Angel Lema, Ismael Lema	X					X	
8	Control semanal de cantidad de productos recibidos.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X
9	Tener un registro computarizado de la recepcion de productos.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X
10	Mantener al día los pagos de proveedores.	Angel Lema, Ismael Lema	X						X

4. ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Componente económico

4.1.1 ACTIVOS

4.1.1.1 Activos fijos

Los activos fijos tienen un valor de $ 28.566,62, los cuales son necesario para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Tabla 15. *Activos fijos*

DETALLE	VALOR
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	$ 5.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 6.079,92
EQUIPO DE OFICINA	$ 1.483,24
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$ 5.200,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 10.803,46
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**$ 28.566,62**

Tabla 16. *Construcciones e instalaciones*

CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES				
DESCRIPCIÓN	**UNIDAD**	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**PRECIO GLOBAL**
Adecuacion de oficinas	1	$ 1,00	$ 1.800,00	$ 1.800,00
				$ 0,00
Adecuacion de areas para atencion cliente	1	$ 1,00	$ 3.200,00	$ 3.200,00
			TOTAL:	**$ 5.000,00**

Tabla 17. *Maquinaria y Equipo*

MAQUINARIA Y EQUIPO			
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**TOTAL**
Nevera-congelador	2	$ 1.340,00	$ 3.023,72
Juego de salas	3	$ 300,00	$ 900,00
Licuadoras	2	$ 115,00	$ 230,00
Juego de ollas	2	$ 379,00	$ 758,00
Peladora de papas	2	$ 190,00	$ 380,00
Estantes	2	$ 43,00	$ 86,00
Basureros	4	$ 45,55	$ 182,20
Cilindros de gas	8	$ 50,00	$ 400,00
Carros de transporte de alimentos	2	$ 60,00	$ 120,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**$ 6.079,92**

Tabla 18. *Equipos de oficina*

EQUIPOS DE OFICINA			
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**TOTAL**
Archivador	2	$ 120,00	$ 240,00
Calculadoras	2	$ 15,50	$ 31,00
Grapadora	2	$ 19,99	$ 39,98
Perforadora	2	$ 25,94	$ 51,88
Dispensador de cinta adhes	2	$ 3,19	$ 6,38
Teléfono innalámbrico	3	$ 48,00	$ 144,00
TV plasma	1	$ 970,00	$ 970,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			**$ 1.483,24**

Tabla 19. *Equipo de computo*

EQUIPO DE COMPUTO			
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**TOTAL**
Servidor	1	$ 1.500,00	$ 1.500,00
Computadora HP icore3	1	$ 550,00	$ 550,00
Computadora HP icore7	2	$ 800,00	$ 1.600,00
Infocus HP	2	$ 150,00	$ 300,00
Maquina inteligente de regis	1	$ 20,00	$ 20,00
Caja registradora Casio SE-	1	$ 450,00	$ 450,00
Hercules kit equipo de dj	1	$ 240,00	$ 240,00
Datafast	1	$ 540,00	$ 540,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			**$ 5.200,00**

Tabla 20. ***Muebles y enseres***

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	**CANTIDAD**	**PRECIO UNITARIO**	**TOTAL**
Mesas de trabajo	2	$ 30,00	$ 60,00
Mesas de comedor	5	$ 30,00	$ 150,00
Mesas para exteriores	10	$ 25,00	$ 250,00
Sillas de comedor	30	$ 25,00	$ 750,00
Silla de oficina	6	$ 60,00	$ 360,00
Escritorio	3	$ 180,00	$ 540,00
Silla para exteriores	20	$ 25,00	$ 500,00
Platos	50	$ 0,90	$ 45,00
Vasos de plastico	20	$ 1,00	$ 20,00
Extintor 50 lbs para la cocir	2	$ 269,23	$ 538,46
tasas	20	$ 2,00	$ 40,00
Manaje de utensillos	1	$ 300,00	$ 300,00
Camas	20	$ 50,00	$ 1.000,00
Camas Hospitalarias	5	$ 530,00	$ 2.650,00
Colchones	20	$ 80,00	$ 1.600,00
Colchon antiescaras	5	$ 120,00	$ 600,00
Veladores	25	$ 20,00	$ 500,00
Mesedoras	10	$ 70,00	$ 700,00
Mesas de cama hospitalaria	5	$ 40,00	$ 200,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**$ 10.803,46**

4.1.2 COSTOS Y GASTOS

4.1.2.1 Costos de ventas

Tabla 21. *Costo de ventas*

Costo de ventas					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
SALDO INICIAL	**$ 1.679**	**$ 1.729**	**$ 1.781**	**$ 1.835**	**$ 1.890**
COMPRAS	$ 100.744	$ 115.856	$ 133.234	$ 146.557	$ 158.282
SALDO DISPONIBLE	**$ 102.423**	**$ 117.585**	**$ 135.015**	**$ 148.392**	**$ 160.172**
COSTO DE VENTAS	$ 123.098	$ 140.194	$ 158.302	$ 172.378	$ 184.877
MOD	$ 19.634	$ 21.536	$ 22.182	$ 22.848	$ 23.533
CIF	**$ 2.771**	**$ 2.854**	**$ 2.940**	**$ 3.028**	**$ 3.119**
SALDO FINAL	**$ 1.729**	**$ 1.781**	**$ 1.835**	**$ 1.890**	**$ 1.946**
COSTOS DE VENTAS	**$ 123.098,38**	**$ 140.194**	**$ 158.302**	**$ 172.378**	**$ 184.877**

4.1.2.2 Gastos administrativos

Tabla 22. *Gastos Administrativos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Suministros de Oficina	$ 406	$ 418	$ 431	$ 443	$ 457
Sueldos y Salarios	$ 39.514	$ 43.429	$ 44.731	$ 46.073	$ 47.456
Servicios Básicos	$ 10.488	$ 10.803	$ 11.127	$ 11.461	$ 11.804
Depreciaciones	$ 4.070	$ 4.070	$ 4.070	$ 2.337	$ 2.337
Arriendos	$ 21.600	$ 22.248	$ 22.915	$ 23.603	$ 24.311
Gastos Constitución	$ 450				
TOTAL	**$ 76.528**	**$ 80.967**	**$ 83.274**	**$ 83.917**	**$ 86.364**

4.1.2.3 Gastos de ventas

Tabla 23. *Gastos de ventas*

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
Redes Sociales	$ 3.816	$ 3.930	$ 4.048	$ 4.170	$ 4.295
Hosting y dominio	$ 2.000	$ 2.060	$ 2.122	$ 2.185	$ 2.251
Suelos y Salarios	$ 49.957	$ 54.958	$ 56.607	$ 58.305	$ 60.054
TOTAL	**$ 55.773,20**	**$ 60.948**	**$ 62.777**	**$ 64.660**	**$ 66.600**

4.1.3 ESTADO DE SITUACIÓN

Tabla 24. *Estado de situación*

DETALLE CUENTA	Año 0
ACTIVOS	
CORRIENTES	**$8.112,45**
Caja / Bancos	$6.433,38
Inventario mercaderia	$1.679,07
NO CORRIENTES	
TOTAL PPE	**$28.566,62**
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	$5.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$6.079,92
EQUIPO DE OFICINA	$1.483,24
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$5.200,00
MUEBLES Y ENSERES	$10.803,46
0	$0,00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	
TOTAL ACTIVOS	**$36.679,07**
PASIVOS	
PROVEEDORES	
IVA por pagar	
IESS por pagar	
15% Participación Trabajadores por pagar	
25% Impuesto a la Renta por pagar	
TOTAL PASIVOS	-
PATRIMONIO	
Capital Social	$36.679,07
Utilidad del Ejercicio	
Utilidad retenida	
TOTAL PATRIMONIO	**$36.679,07**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$36.679,07**

4.1.4 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

En el estado de resultados integral se demuestra el crecimiento sostenido de la empresa y por ende la sostenibilidad en el mercado.

Tabla 25 *Estados de resultados integral*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
DETALLE	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
VENTAS	$ 263.400,00	$ 302.910,00	$ 348.346,50	$ 383.181,15	$ 413.835,64
Costos de Ventas	**$ 123.098,38**	**$ 140.193,86**	**$ 158.302,35**	**$ 172.377,79**	**$ 184.876,99**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**$ 140.301,62**	**$ 162.716,14**	**$ 190.044,15**	**$ 210.803,36**	**$ 228.958,65**
GASTOS OPERACIONALES	**$ 132.300,75**	**$ 141.915,67**	**$ 146.051,04**	**$ 148.577,14**	**$ 152.964,35**
Gastos Administrativos	**$ 126.484,75**	**$ 135.925,19**	**$ 139.880,84**	**$ 142.221,84**	**$ 146.418,39**
Suministros de Oficina	$ 405,85	$ 418,03	$ 430,57	$ 443,48	$ 456,79
Sueldos y Salarios Admi	$ 39.513,70	$ 43.428,61	$ 44.731,47	$ 46.073,41	$ 47.455,62
Sueldos y Salarios Ventas	$ 49.957,20	$ 54.957,92	$ 56.606,65	$ 58.304,85	$ 60.054,00
Servicios Básicos	$ 10.488,00	$ 10.802,64	$ 11.126,72	$ 11.460,52	$ 11.804,34
Arriendos	$ 21.600,00	$ 22.248,00	$ 22.915,44	$ 23.602,90	$ 24.310,99
Depreciaciones	$ 4.070,00	$ 4.070,00	$ 4.070,00	$ 2.336,66	$ 2.336,66
Gastos Constitución	$ 450,00	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Ventas	**$ 5.816,00**	**$ 5.990,48**	**$ 6.170,19**	**$ 6.355,30**	**$ 6.545,96**
Redes Sociales	$ 3.816,00	$ 3.930,48	$ 4.048,39	$ 4.169,85	$ 4.294,94
Hosting y dominio	$ 2.000,00	$ 2.060,00	$ 2.121,80	$ 2.185,45	$ 2.251,02
Gasto financiero	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
Comisión de T/C	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
UTILIDAD OPERACIONAL	**$ 8.000,88**	**$ 20.800,47**	**$ 43.993,11**	**$ 62.226,22**	**$ 75.994,30**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$ 8.000,88**	**$ 20.800,47**	**$ 43.993,11**	**$ 62.226,22**	**$ 75.994,30**
15% Partic. Trabajadores	$ 1.200,13	$ 3.120,07	$ 6.598,97	$ 9.333,93	$ 11.399,14
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	**$ 6.800,75**	**$ 17.680,40**	**$ 37.394,15**	**$ 52.892,29**	**$ 64.595,15**
22 % Impuesto a la Renta	$ 1.496,16	$ 3.889,69	$ 8.226,71	$ 11.636,30	$ 14.210,93
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$ 5.304,58**	**$ 13.790,71**	**$ 29.167,44**	**$ 41.255,98**	**$ 50.384,22**

4.1.5 PRESUPUESTO

4.1.5.1 Ingresos

Tabla 26. *Ventas*

DETALLE	% CRECIMIENTO	AÑO 1 2022	AÑO 2 2023	AÑO 3 2024	AÑO 4 2025	AÑO 5 2026
VENTAS	Variable	$ 263.400	$ 302.910	$ 348.347	$ 383.181	$ 413.836
TOTAL INGRESOS		**$ 263.400,00**	**$ 302.910**	**$ 348.347**	**$ 383.181**	**$ 413.836**

4.1.5.2 Egresos

Tabla 27. *Compras*

DETALLE	% CRECIMIENTO	AÑO 1 2022	AÑO 2 2023	AÑO 3 2024	AÑO 4 2025	AÑO 5 2026
COMPRAS	Variable	$ 100.744,00	$ 115.856	$ 133.234	$ 146.557	$ 158.282
TOTAL EGRESOS		**$ 100.744**	**$ 115.856**	**$ 133.234**	**$ 146.557**	**$ 158.282**

4.1.6 ESTADOS FINANCIEROS

4.1.6.1 Estado de situación proyectado

Tabla 28. *Estado de situación proyectado*

ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO						
DETALLE CUENTA	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
ACTIVOS						
CORRIENTES	**$8.112,45**	**$32.484,43**	**$56.355,79**	**$99.351,13**	**$150.587,59**	**$209.273,74**
Caja / Bancos	$6.433,38	$30.754,99	$54.574,46	$97.516,37	$148.697,78	$207.327,24
Inventario mercadería	$1.679,07	$1.729,44	$1.781,32	$1.834,76	$1.889,80	$1.946,50
NO CORRIENTES						
TOTAL PPE	**$28.566,62**	**$24.496,62**	**$20.426,63**	**$16.356,63**	**$14.019,97**	**$ 11.683,31**
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$6.079,92	$6.079,92	$6.079,92	$6.079,92	$6.079,92	$6.079,92
EQUIPO DE OFICINA	$1.483,24	$1.483,24	$1.483,24	$1.483,24	$1.483,24	$1.483,24
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	$5.200,00	$5.200,00	$5.200,00	$5.200,00	$5.200,00	$5.200,00
MUEBLES Y ENSERES	$10.803,46	$10.803,46	$10.803,46	$10.803,46	$10.803,46	$10.803,46
0	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-$4.070,00	-$8.139,99	-$12.209,99	-$14.546,65	-$16.883,31
TOTAL ACTIVOS	**$36.679,07**	**$56.981,05**	**$76.782,42**	**$115.707,77**	**$164.607,56**	**$ 220.957,05**
PASIVOS						
PROVEEDORES		$9.402,77	$10.813,19	$12.435,17	$13.678,68	$14.772,98
IVA por pagar		$1.316,13	$1.555,44	$1.826,57	$2.031,94	$2.211,21
IESS por pagar		$1.582,20	$1.629,67	$1.678,56	$1.728,91	$1.780,78
15% Participación Trabajadores por pagar		$1.200,13	$3.120,07	$6.598,97	$9.333,93	$11.399,14
25% Impuesto a la Renta por pagar		$1.496,16	$3.889,69	$8.226,71	$11.636,30	$14.210,93
TOTAL PASIVOS	-	**$14.997,40**	**$21.008,05**	**$30.765,97**	**$38.409,78**	**$44.375,05**
PATRIMONIO						
Capital Social	$36.679,07	$36.679,07	$36.679,07	$36.679,07	$36.679,07	$36.679,07
Utilidad del Ejercicio		$5.304,58	$13.790,71	$29.167,44	$41.255,98	$50.384,22
Utilidad retenida		$0,00	$5.304,58	$19.095,29	$48.262,73	$89.518,71
TOTAL PATRIMONIO	**$36.679,07**	**$41.983,65**	**$55.774,36**	**$84.941,80**	**$126.197,78**	**$ 176.582,00**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**$36.679,07**	**$56.981,05**	**$76.782,42**	**$115.707,77**	**$164.607,56**	**$ 220.957,05**

El estado de situación proyectado representa la resta de los activos y los pasivos del negocio en un periodo de 5 años dando como resultado el patrimonio que este caso es positivo en cada año.

4.1.6.2 Estado de resultados integral

Tabla 29. *Estado de resultados integral*

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
DETALLE	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**
VENTAS	$ 263.400,00	$ 302.910,00	$ 348.346,50	$ 383.181,15	$ 413.835,64
Costos de Ventas	**$ 123.098,38**	**$ 140.193,86**	**$ 158.302,35**	**$ 172.377,79**	**$ 184.876,99**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**$ 140.301,62**	**$ 162.716,14**	**$ 190.044,15**	**$ 210.803,36**	**$ 228.958,65**
GASTOS OPERACIONALES	**$ 132.300,75**	**$ 141.915,67**	**$ 146.051,04**	**$ 148.577,14**	**$ 152.964,35**
Gastos Administrativos	**$ 126.484,75**	**$ 135.925,19**	**$ 139.880,84**	**$ 142.221,84**	**$ 146.418,39**
Suministros de Oficina	$ 405,85	$ 418,03	$ 430,57	$ 443,48	$ 456,79
Sueldos y Salarios Admi	$ 39.513,70	$ 43.428,61	$ 44.731,47	$ 46.073,41	$ 47.455,62
Sueldos y Salarios Ventas	$ 49.957,20	$ 54.957,92	$ 56.606,65	$ 58.304,85	$ 60.054,00
Servicios Básicos	$ 10.488,00	$ 10.802,64	$ 11.126,72	$ 11.460,52	$ 11.804,34
Arriendos	$ 21.600,00	$ 22.248,00	$ 22.915,44	$ 23.602,90	$ 24.310,99
Depreciaciones	$ 4.070,00	$ 4.070,00	$ 4.070,00	$ 2.336,66	$ 2.336,66
Gastos Constitución	$ 450,00	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de Ventas	**$ 5.816,00**	**$ 5.990,48**	**$ 6.170,19**	**$ 6.355,30**	**$ 6.545,96**
Redes Sociales	$ 3.816,00	$ 3.930,48	$ 4.048,39	$ 4.169,85	$ 4.294,94
Hosting y dominio	$ 2.000,00	$ 2.060,00	$ 2.121,80	$ 2.185,45	$ 2.251,02
Gasto financiero	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
Comisión de T/C	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
UTILIDAD OPERACIONAL	**$ 8.000,88**	**$ 20.800,47**	**$ 43.993,11**	**$ 62.226,22**	**$ 75.994,30**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$ 8.000,88**	**$ 20.800,47**	**$ 43.993,11**	**$ 62.226,22**	**$ 75.994,30**
15% Partic. Trabajadores	$ 1.200,13	$ 3.120,07	$ 6.598,97	$ 9.333,93	$ 11.399,14
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA	**$ 6.800,75**	**$ 17.680,40**	**$ 37.394,15**	**$ 52.892,29**	**$ 64.595,15**
22 % Impuesto a la Renta	$ 1.496,16	$ 3.889,69	$ 8.226,71	$ 11.636,30	$ 14.210,93
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**$ 5.304,58**	**$ 13.790,71**	**$ 29.167,44**	**$ 41.255,98**	**$ 50.384,22**

4.1.6.3 Flujo de Efectivo

En el flujo de caja se puede notar de mejor manera conocen cada año se genera un incremento de rentabilidad resultando el sostenimiento de la empresa.

Tabla 30. *Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**
A. FLUJO DE INGRESOS						
Saldo inicial		$ 6.433	$ 30.755	$ 54.574	$ 97.516	$ 148.698
Caja- Cobros		$ 295.008	$ 339.259	$ 390.148	$ 429.163	$ 463.496
CAJA DISPONIBLE	**$ -**	**$ 301.441**	**$ 370.014**	**$ 444.723**	**$ 526.679**	**$ 612.194**
B. FLUJO DE EGRESOS						
Proveedores		$ 103.431	$ 128.348	$ 147.600	$ 162.901	$ 176.181
Iess		$ 17.404	$ 19.509	$ 20.094	$ 20.697	$ 21.317
Décimo tercero		$ 7.325	$ 7.545	$ 7.771	$ 8.004	$ 8.244
Décimo cuarto		$ 3.200	$ 3.296	$ 3.395	$ 3.497	$ 3.602
FR		$ -	$ 7.545	$ 7.771	$ 8.004	$ 8.244
Sueldos		$ 79.593	$ 81.981	$ 84.441	$ 86.974	$ 89.583
Suministros de Oficina		$ 455	$ 468	$ 482	$ 497	$ 512
Arriendos		$ 24.192	$ 24.918	$ 25.665	$ 26.435	$ 27.228
Servicios Básicos		$ 10.488	$ 10.803	$ 11.127	$ 11.461	$ 11.804
CIF		$ 3.103	$ 3.196	$ 3.292	$ 3.391	$ 3.493
Redes Sociales		$ 4.274	$ 4.402	$ 4.534	$ 4.670	$ 4.810
Hosting y dominio		$ 2.240	$ 2.307	$ 2.376	$ 2.448	$ 2.521
Comisión de T/C		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
IVA pagado		$ 14.477	$ 18.426	$ 21.648	$ 24.178	$ 26.355
INVERSIONES						
Activos Fijos/ Propiedad planta y equipo	$ (6.433)					
Gastos de Constitución		$ 504				
APORTE SOCIOS	$ 35.000					
TOTAL PAGOS	**$ 28.567**	**$ 270.686**	**$ 312.743**	**$ 340.196**	**$ 363.156**	**$ 383.896**
(A - B) FLUJO DE FONDOS ECONÓMICOS	**$ (28.567)**	**$ 30.755**	**$ 57.271**	**$ 104.526**	**$ 163.523**	**$ 228.297**
APORTE SOCIOS	$ 35.000					
15% Participación Trabajadores		$ -	$ 1.200	$ 3.120	$ 6.599	$ 9.334
25% Impuesto a la Renta		$ -	$ 1.496	$ 3.890	$ 8.227	$ 11.636
FLUJO DE CAJA FINANCIEROS	**$ 6.433**	**$ 30.755**	**$ 54.574**	**$ 97.516**	**$ 148.698**	**$ 207.327**

4.2 Análisis de resultados.

4.2.1 Valor actual neto (VAN)

El negocio es rentable debido a que se determina su viabilidad si el valor del VAN resulta positivo.

Tabla 31. *VAN*

VAN			
AÑO	**FLUJOS DE EFECTIVO**	**FACTOR ACTUALIZACIÓN 1/(1+I)^n**	**VALOR ACTUAL**
0	$ (35.000,00)	1,0000	$ (35.000,00)
1	$ 9.374,58	0,8675	$ 8.132,71
2	$ 17.860,71	0,7526	$ 13.442,07
3	$ 33.237,43	0,6529	$ 21.700,94
4	$ 43.592,65	0,5664	$ 24.691,53
5	$ 52.720,88	0,4914	$ 25.906,05
VAN			**$ 58.873,30**

4.2.2 Tasa interna de retorno

TIR: 56,25%

4.2.3 Tasa de descuento: 15,27%

Se realizar el análisis de la TIR en donde se demuestra que el valor es mayor a la tasa de descuento lo que significa que de igual manera el proyecto es viable.

4.2.4 Periodo de recuperación de inversión (PRI)

Se determina gracias al cálculo de la PRI que la inversión se recupera en el 3er año 1 mes y 6 días.

Para la determinación del periodo se toma el casillero de flujos acumulados en la **tabla19,** escogiendo el año en el que se cubre la inversión.

Tabla 32. *PRI*

INVERSIÓN		
AÑO	**FLUJOS DE EFECTIVO**	**FLUJOS ACUMULADOS**
0	$ 35.000,00	$ (35.000,00)
1	$ 8.132,71	$ 8.132,71
2	$ 13.442,07	$ 21.574,78
3	$ 21.700,94	$ 43.275,72
4	$ 24.691,53	$ 67.967,25
5	$ 25.906,05	$ 93.873,30

	Años	**Meses**	**Dias**
PRI =	3	1	6,00

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Una vez realizado el estudio de mercado, se contó con la información adecuada para realizar el presente plan de negocios.
- Se elabora un plan de negocio el cual cuenta con los servicios específicos y necesarios que satisfagan las necesidades y gustos de los futuros clientes en este caso para el adulto mayor dando como resultado una calidad de vida a la tercera edad.
- Mediante la investigación de mercado realizado, se reconoció el tipo de cliente y se logró segmentar el mercado dependiendo de las necesidades del adulto mayor, el cual también nos indicó el alto nivel de aceptación del servicio ofertado, por medio de las encuestas y datos encontrados, el cual demostró un eficiente consumo por parte del mercado Quiteño.
- El propósito del plan de negocios es presentar información proveniente de los estudios y análisis que hay a nivel nacional sobre temas del adulto mayor, con el fin de presentar los aspectos más relevantes, los cuales sirvan como respaldo del proyecto y así modelar un negocio basado en estos estudios.
- El análisis financiero determina que es un proyecto viable, con un margen de utilidad neta del 2% para el primer año y 12% para el año 2026, el cual es positivo, al igual que el rendimiento sobre el patrimonio (ROE) con el 13% para el primer año y del 29% correspondiente al 2026.

- El VAN del proyecto es de $ 58.873,30 lo cual resulta atractivo para los socios e inversionistas de la empresa, de igual manera se obtiene la PRI con un retorno de inversión en 3 años 1 mes y 6 días, al igual para constatar que el proyecto es viable con la TIR 56,25%, se toma como referencia la tasa de descuento 15,27%, en donde el valor del TIR es mayor a dicha tasa.

5.2 Recomendaciones

- La capacitación periódica profesional y tecnológica se debe realizar puesto que son temas que están en constante actualización y ese necesario estar preparado para cualquier eventualidad actual.
- Se deberá tener permanente control con los procesos de calidad, tanto de servicios como de productos ofertados de la empresa.
- Realizar la búsqueda de alianzas estratégicas con futuros socios clave, para así lograr un mejor desarrollo y evolución del plan de negocio, puesto que de esta forma se logrará cumplir con las expectativas y objetivos del proyecto, de una manera más rápida.
- Financieramente, se recomienda la ejecución del proyecto, puesto que es rentable y beneficioso para los inversionistas, con el debido control de los egresos de la empresa.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

Andrango, M. P. (2 de Febrero de 2018). Obtenido de https://ecuaventurasquito.wordpress.com/category/valle-de-los-chillos/

Arias, E. R. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html#:~:text=Siendo%20su%20objetivo%20obtener%20informaci%C3%B3n,nuevos%20de%20conocimientos%20ya%20existentes.

Best, R. (2007). *Marketing estrategico.* Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

Camacho, B. (2013). Obtenido de https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4210949/

Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion.* Ciudad de Mexico: Mc Graw- Hill INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE CV.

Clinic Cloud. (2021). Obtenido de https://clinic-cloud.com/blog/tipos-de-profesionales-de-la-salud-cuales-son/#:~:text=Llamamos%20profesional%20de%20salud%20a,certificada%20por%20una%20organizaci%C3%B3n%20profesional.

Coelho, F. (6 de Enero de 2021). *Significados*. Obtenido de https://www.significados.com/investigacion/

COMERCIO, E. (23 de Febrero de 2015). *ElComercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/adultos-mayores-quito-asilos-valle.html

Computer Weekly. (2017). Obtenido de https://www.computerweekly.com/es/definicion/Plan-de-negocios

Concepto Definicion. (2022). Obtenido de https://conceptodefinicion.de/analisis/

EL COMERCIO. (23 de Febrero de 2015). Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/adultos-mayores-quito-asilos-valle.html

Encuesta Nacional Empleo, D. y. (2021). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-desempleo-y-subempleo/

Guaicha, O. R. (s.f.). *Respositorio*. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf

IESS. (2021). Obtenido de https://www.iess.gob.ec/

INEC. (2008). Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/2020%20INFORME%20PAM%20MAYO.pdf

INEC. (23 de Marzo de 2014). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/compendio-estadistico-2014/

Kaplan, N. y. (25 de Julio de 2015). *ISOTools*. Obtenido de https://www.isotools.org/2015/07/25/norton-y-kaplan-dos-referentes-para-un-modelo-unico-gestion-estrategia/

Landman, P. (21 de Abril de 2020). *Xotels*. Obtenido de https://www.xotels.com/es/glosario/hotel-resort

MAYORES, R. G. (2019). Obtenido de http://www.eeq.com.ec:8080/documents/10180/24600865/LEY+ORG%C3%81NICA+DE+LAS+PERSONAS+ADULTAS+MAYORES/09bf36e9-43eb-4b3f-96d8-b527bb1205f8

MAYORES, R. G. (2020). Obtenido de http://www.eeq.com.ec:8080/documents/10180/24600865/LEY+ORG%C3%81NICA+DE+LAS+PERSONAS+ADULTAS+MAYORES/09bf36e9-43eb-4b3f-96d8-b527bb1205f8

Medline Plus. (2 de Diciembre de 2020). Obtenido de https://medlineplus.gov/spanish/nursinghomes.html

Medpass. (8 de Diciembre de 2020). Obtenido de https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Alvarez2015Implementacion.pdf

Morales, F. C. (21 de febrero de 2021). Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/fuente-secundaria.html#:~:text=La%20fuente%20secundaria%20es%20uno,obtenida%20de%20una%20fuente%20primaria.

MUNDIAL, B. (2020). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf

Observatorio Social del Ecuador. (24 de Marzo de 2022). Obtenido de https://www.covid19ecuador.org/fallecidos

Olivares, D. (5 de Febrero de 2019). *MUYPIMES*. Obtenido de https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio

ONU MUJERES. (Junio de 2020). Obtenido de https://www.unwomen.org/es/how-we-work/research-and-data

Porter, M. (2007). *Estrategia Competitiva.* Ciudad de Mexico: GRUPO EDITORIAL PATRIA, S.A. DE C.V.

Primicias. (15 de Octubre de 2020). Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/economia/situacion-trabajo-mujeres-ecuador-deterioro/

qualtrics.xm. (2022). Obtenido de https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/investigacion/que-es-una-encuesta/

QuestionPro. (s.f.). Obtenido de https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/#:~:text=Esta%20metodolog%C3%ADa%20se%20centra%20m%C3%A1s,se%20produce%20un%20determinado%20fen%C3%B3meno.

Quiroa, M. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/planificacion-estrategica.html#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20es%20la,objetivos%20que%20se%20han%20propuesto.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (29 de Diciembre de 2020). Obtenido de https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home

Significados. (6 de Marzo de 2022). Obtenido de https://www.significados.com/objetivo-de-investigacion/#:~:text=Un%20objetivo%20de%20investigaci%C3%B3n%20es,que%20se%20realiza%20una%20investigaci%C3%B3n.

social, M. d. (18 de Marzo de 2018). *Centro gerontologicos residenciales.* Obtenido de https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/2018/12/Norma-T%C3%A9cnica-para-Centros-Residenciales.pdf

Super Intendencia de compañias. (2022). Obtenido de https://www.gob.ec/scvs

Westreicher, G. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html#:~:text=La%20estrategia%20es%20un%20procedimiento,se%20busca%20lograr%20una%20meta.

Wikiwand. (2020). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Valle_de_Los_Chillos#:~:text=Valle%20de%20los%20Chillos%20es,al%20cant%C3%B3n%20Rumi%C3%B1ahui%20con%20su