



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de negocios para la creación e implementación de la empresa de servicios de Ayuda a Domicilio “Ecuamur”, en la ciudad de Riobamba, año 2017

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Ortiz Escobar, Ligia María

DIRECTORA: Mgtr. Espinoza Torres, Diana Lucía

CENTRO UNIVERSITARIO RIOBAMBA

2018



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2018

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Diana Lucía Espinoza Torres

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Plan de negocios para la creación e implementación de la empresa de servicios de Ayuda a Domicilio “Ecuamur”, en la ciudad de Riobamba, año 2017, realizado por Ortiz Escobar, Ligia María, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, marzo de 2018

f)._____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Ortiz Escobar Ligia María, declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: Plan de negocios para la creación e implementación de la empresa de servicios de Ayuda a Domicilio “Ecuamur”, en la ciudad de Riobamba año 2017, de la titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Diana Lucía Espinoza Torres, directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.....
Autor: Ortiz Escobar Ligia María
Cédula: 0602757361

DEDICATORIA

A DIOS por ofrecerme la vida y darme la oportunidad de poder lograr mis objetivos personales y profesionales.

A mi esposo y mis hijos por la comprensión motivación y apoyo brindado incondicionalmente que me ha permitido salir adelante.

A mis padres y familiares por sus consejos, experiencias y por ser un ejemplo a seguir.

A mi tutora Econ. Diana Lucia Espinoza por guiarme a través de sus conocimientos y sabidurías durante el desarrollo de la tesis.

Ligia María Ortiz

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica Particular de Loja ext. MADRID- MURCIA por haberme brindado la oportunidad de realizar mis estudios de Ingeniera en Administración de Empresas.

En especial a mi directora de tesis Diana Lucia Espinoza, por su valiosa dirección, dedicación y apoyo para seguir y llegar a la culminación del mismo.

Mi sincero agradecimiento a la Sra. Manoli Blasco Misionera de la ciudad de Murcia-España, por su apoyo personal y humano, con quien he compartido proyectos e ilusiones durante estos años.

Gracias a la Ing. Gabriela Torres, secretaria de carrera, a la Ing. Janeth Castillo Carrión Directora de la Oficina de Información y gestión empresarial de la UTPL. (ECUADOR) en Madrid – España por su información relevante para el desarrollo de la tesis.

Ligia María Ortiz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN-----	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS-----	iii
DEDICATORIA -----	iv
AGRADECIMIENTO -----	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS-----	vi
ÍNDICE DE TABLAS-----	viii
ÍNDICE DE FIGURAS -----	x
ÍNDICE DE ANEXOS -----	xi
RESUMEN-----	1
ABSTRACT-----	2
INTRODUCCIÓN-----	3
CAPÍTULO I-----	5
DEFINICIÓN DEL SERVICIO Y ESTUDIO DE MERCADO-----	5
1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO Y ESTUDIO DE MERCADO -----	6
1.1 SERVICIOS DE ATENCIÓN DOMICILIARIA-----	6
1.1.1 Tendencias del servicio -----	6
1.1.2 Descripción del servicio -----	7
1.2 ESTUDIO DE MERCADO -----	8
1.2.1 Metodología del estudio de mercado -----	8
1.2.2 Población y muestra del adulto mayor y responsable del adulto mayor -----	8
1.2.3 Análisis de demanda-----	9
1.2.4. Análisis de la oferta. -----	24
1.2.5. Demanda insatisfecha -----	25
1.3. Marketing mix -----	26
1.3.3. Decisiones estratégicas de la comunicación-----	29
CAPÍTULO II -----	32
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO -----	32
2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO-----	33
2.1. Estudio de organización y administración -----	33
2.1.1. Filosofía empresarial-----	33
2.1.4. Organigrama de la empresa -----	35

2.1.5.	Factores legales -----	36
2.2.	Estudio técnico -----	37
2.2.1.	Estudio de localización -----	37
2.2.1.1.	Macro-localización-----	37
2.2.1.2.	Micro-localización -----	37
2.2.2.	Definición del servicio-----	38
2.2.3.	Perfil del cliente -----	39
2.2.4.	Componentes de la modalidad domiciliaria -----	40
2.2.5.	Infraestructura-----	41
2.2.6.	Requerimiento de personal -----	42
2.2.7.	Requerimiento de activos fijos y suministro -----	42
2.2.8.	Proceso de comercialización del servicio-----	43
CAPÍTULO III -----		46
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO-----		46
3.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO -----	47
3.1.	Objetivo-----	47
3.2.	Inversión-----	47
3.2.1.	Activos fijos -----	47
3.2.2.	Depreciación de activos -----	48
3.2.3.	Capital de trabajo-----	50
3.7.	Aporte de socios -----	55
3.8.	Financiamiento externo-----	55
3.9.	Egresos -----	56
3.10.	Ingresos -----	57
3.11.	Punto de Equilibrio -----	60
3.12.	Estados financieros -----	62
3.13.	Evaluación Financiera -----	64
3.13.5.	Viabilidad del proyecto -----	68
CONCLUSIONES -----		69
RECOMENDACIONES-----		70
BIBLIOGRAFÍA -----		71
ANEXOS -----		73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Demanda.....	23
Tabla 2 Proyección de la demanda	24
Tabla 3 Proyección de la oferta.....	25
Tabla 4 Demanda insatisfecha	26
Tabla 5 Plan de Marketing	31
Tabla 6 Requerimiento del personal	42
Tabla 7 Requerimientos de activos fijos tangibles	42
Tabla 8 Suministros operativos	43
Tabla 9 Resumen de Inversiones	47
Tabla 10 Activos Fijos	48
Tabla 11 Activo Fijo Intangible	48
Tabla 12 Depreciaciones	49
Tabla 13 Capital de Trabajo.....	50
Tabla 14 Nómina Primer año	52
Tabla 15 Nómina segundo año.....	53
Tabla 16 Gastos Administrativos	54
Tabla 17 Gastos Operativos	54
Tabla 18 Gasto de ventas.....	55
Tabla 19 Porcentaje de inversión	55
Tabla 20 Tabla de amortización	56
Tabla 21 Egresos.....	57
Tabla 22 Costo Unitario	58
Tabla 23 Cálculo de precios e ingresos	59
Tabla 24 Proyección de ingresos	59
Tabla 25 Factores punto de equilibrio.....	60
Tabla 26 Punto de equilibrio	61
Tabla 27 Balance Inicial	63
Tabla 28 Flujo de efectivo.....	64
Tabla 29 TMAR.....	65
Tabla 30 Costo de oportunidad	66
Tabla 31 VAN	66
Tabla 32 TIR.....	67

Tabla 33 PRC	68
Tabla 34 Viabilidad.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	10
Figura 2. Género	11
Figura 3. Conocimiento sobre servicios de ayuda a domicilio	12
Figura 4. Utilización de servicios de ayuda a domicilio	13
Figura 5. Satisfacción por servicios de ayuda recibidos	13
Figura 6. Servicios que requiere habitualmente.....	14
Figura 7. Número de horas que requieren del servicio	15
Figura 8. Precio a pagar	16
Figura 9. Frecuencia de demanda del servicio	16
Figura 10. Demanda potencial dispuesto a utilizar servicios	17
Figura 11. Medios de comunicación de preferencia	18
Figura 12. Edad	19
Figura 13. Género	19
Figura 14. Cuidados personales.....	20
Figura 15. Área específica de cuidado.....	21
Figura 16. Control de medicina	21
Figura 17. Flujograma de proceso de comercialización	45
Figura 18. Punto de equilibrio	61

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Formulario de encuesta dirigida al responsable del adulto mayor	73
Anexo 2 Formulario de encuesta dirigida al adulto mayor	75
Anexo 3 Legalización de la compañía.....	77
Anexo 4 Resultados de las encuestas dirigidas a los responsables del adulto mayor	78
Anexo 5 Resultados de las encuestas dirigidas al adulto mayor	80
Anexo 6 Requerimientos.....	82
Anexo 7 Tabla de amortización del financiamiento	83
Anexo 8 Cálculo del costo variable unitario, costo fijo unitario y costo total unitario	84

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en un plan de negocios para la creación e implementación de la empresa de servicios de ayuda a domicilio "Ecuamur", en la ciudad de Riobamba, la misma tiene como finalidad dar asistencia a los adultos mayores, ya que requieren asistencia en sus necesidades básicas.

La propuesta está enmarcada en el diseño de los servicios que pretende brindar la empresa, entre los que se presenta los siguientes: medicación, toma de signos vitales, arreglo de hogar, acompañamiento; todo esto con personal capacitado y con costos accesibles.

Para la ejecución se requiere: Una inversión inicial de 86.302,11 dólares, con el análisis financiero se obtiene un VAN de 168.650,70 dólares y la tasa interna de retorno TIR del 16,86%, superior a la tasa de interés vigente en el mercado financiero nacional y la recuperación de la inversión en 2 años 9 meses, siendo así una propuesta factible.

Palabras claves: Adulto mayor, plan de negocios, rentabilidad, asistencia social, empresa de servicios.

ABSTRACT

With the proposal to create the home help services company "Ecuamur", in the city of Riobamba, it is intended to provide assistance to the elderly, people who over the years are left alone and require assistance in their basic needs.

The objective of this work is to determine the commercial and financial feasibility of the home help business; considering that the care and management of the health of the older adult becomes a difficult problem to deal with because of the limited infrastructure available and the lack of knowledge.

The proposal presents the following types of services: medication, taking vital signs, arranging a home, accompanying; all this with trained personnel and with accessible costs.

For execution, an initial investment of 86,302.11 dollars is required, with the financial analysis a NPV of 168,650.70 dollars is obtained and the internal rate of return TIR of 16.86%, higher than the interest rate prevailing in the year national financial market and the recovery of the investment in 2 years 9 months, thus being a feasible proposal.

Keyword: Senior citizen, business plan, profitability, social assistance.

INTRODUCCIÓN

La provincia de Chimborazo cuenta con una población total de 506.325 habitantes de los cuales un 8,93% son personas mayores de 65 años, según proyecciones poblacionales (INEC, 2016), este segmento de la población a medida que aumente su edad, estará expuesto a problemas como: mal nutrición, ya sea causada por cambios biológicos propios del envejecimiento, por la penuria socioeconómica que rodea a muchos ancianos, o la soledad causada por el abandono de sus familias. Por ello la empresa de ayuda o asistencia a domicilio ofrecerá a este grupo prioritario servicios caracterizados por la calidad y calidez, teniendo en cuenta cuatro dimensiones: física, mental, social y espiritual.

No todos los adultos mayores y enfermos reciben el mejor de los tratos, para esto es importante aportar con soluciones. La experiencia europea y norteamericana ante el envejecimiento de la población, ha permitido la creación de los denominados servicios de ayuda a domicilio, en base a ello el Ecuador necesita contar con empresas que puedan brindar asistencia a la población en general ofreciendo un servicio un servicio de calidad.

Cada una de las situaciones descritas, justifican la realización del plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de la empresa de servicio de ayuda a domicilio “Ecuamur”, en la ciudad de Riobamba.

El objetivo de este trabajo es determinar la factibilidad comercial y financiera del negocio de ayuda a domicilio; considerando que el cuidado y manejo de la salud del adulto mayor se convierte en un problema difícil de tratar por la poca infraestructura disponible y el insipiente conocimiento.

La metodología utilizada en el plan de negocios, se basa principalmente en el uso de la técnica de investigación bibliográfica - documental, que permitió sustentar teóricamente el estudio de campo ya que fue necesario conocer la realidad del mercado de manera directa; se utilizó el método deductivo ya que a partir de conclusiones particulares se llegó a generar conclusiones generales; así también el método analítico-sintético fue usado en el desarrollo de los diferentes estudios realizados en cada capítulo, y finalmente se aplicó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario, utilizado en el levantamiento de información.

La investigación está determinada por cuatro capítulos: el primero corresponde al análisis y revisión del marco teórico, que contiene información base para el desarrollo del presente proyecto, así como el desarrollo del estudio de mercado en donde el objetivo principal se basa en la identificación de la oferta y la demanda insatisfecha existente, datos que se recogen a través de un instrumento de investigación aplicado a los adultos mayores y a los jefes de familia.

En el segundo capítulo se presenta el estudio técnico y organizacional, que contienen la macro y micro localización, además se define con la ayuda de los datos del estudio de mercado el perfil del cliente, los servicios que se ofertarán, la infraestructura necesaria para el emprendimiento, así como también el proceso de servicio y la estructura organizacional que poseerá la empresa.

Finalmente, en el tercer capítulo se presenta el estudio económico - financiero en donde se determina la factibilidad y viabilidad del proyecto, dando así una pauta para la implementación de la presente investigación.

CAPÍTULO I.

DEFINICIÓN DEL SERVICIO Y ESTUDIO DE MERCADO

1. Definición del servicio y estudio de mercado.

1.1 Servicios de atención domiciliaria.

De acuerdo a Seco (1997), el servicio de ayuda a domicilio consiste en establecer un régimen de visitas periódicas para que de forma temporal o permanente un trabajador acuda al domicilio del beneficiario con el objetivo de proporcionarle los cuidados básicos de carácter personal, doméstico o social que necesite, y así facilitar la permanencia en su hogar a las personas mayores que viven solas y retrasar el máximo posible su ingreso en una residencia.

De acuerdo a la Subsecretaría Intergeneracional en la Dirección de Población Adulta Mayor (2014), el servicio de atención se define de la siguiente manera:

El servicio de atención domiciliaria es una modalidad de atención personalizada, que tiene como objetivo el mantenimiento de la autonomía de la persona adulta mayor, la integración familiar y social, el fortalecimiento de las actividades de la vida diaria y el fomento de la participación en conexión con redes de apoyo más amplias. (p, 67)

En términos generales, la asistencia, la atención o la ayuda a domicilio son una prestación o conjunto de prestaciones que suelen estar incluidas tanto en los programas de salud como en los servicios sociales. Pueden consistir en servicios independientes o forma parte, como complemento, de otros servicios de salud o bienestar social más generales (Rodríguez, 2007).

1.1.1 Tendencias del servicio.

La tendencia del servicio ha ido creciendo con el pasar del tiempo, y es así que varios países toman en consideración las tendencias de otros países en lo referente a políticas sociales, que buscan la protección social (Fundación Pilares, 2014).

Las tendencias establecidas en los países nórdicos, buscan el establecimiento de estándares de calidad entre los que resaltan la libertad de elección por parte de los destinatarios de los servicios de atención domiciliaria, para lo cual se ha establecido un

sistema transparente de información en el que el usuario tenga la opción de elegir al proveedor adecuadamente. Básicamente, esta tendencia ha causado gran interés en otros países, porque principalmente es el planteamiento de nuevas alternativas de contratación.

Contel, Gené y Peya (1999), sostienen que dentro de los elementos que se incorporan en el servicio de atención domiciliaria además se encuentran:

- Cobertura
- Sistemas de gestión
- Coste del servicio
- Recursos humanos
- Financiamiento

1.1.2 Descripción del servicio.

El servicio de atención domiciliaria, tiene como principal función brindar el apoyo a personas o usuarios de la tercera edad en aquellas actividades que se les hace imposible o dificultosa su realización. Dentro de las principales actividades de este servicio según Getxo (2013), son las que a continuación se detallan:

- **Atención personal:** Brindar asistencia al usuario en lo referente al vestido, aseo, acompañamiento, alimentación y otros dependiendo de los requerimientos del usuario.
- **Apoyo educativo:** Se orienta a la higiene personal, educar sobre la alimentación, economía y tareas domesticas
- **Cuidado de la salud:** Garantiza la administración de medicamentos en caso de ser requerido, acompañar a las consultas médicas cuando sea necesario, curar y hacer ejercicios de rehabilitación
- **Apoyo en menaje:** Se refiere a la limpieza cotidiana, comida, compras, ropa, u otras actividades en caso de ser necesarias.

1.2 Estudio de mercado.

“El estudio de mercado tiene como objetivo ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los bienes o servicios existentes” (Baca, 2007, pág. 26).

El capítulo especificará las características de la demanda, oferta, demanda insatisfecha, el análisis y formulación de estrategias de marketing mix; los resultados obtenidos ayudarán a la toma de decisiones en la empresa.

1.2.1 Metodología del estudio de mercado.

Con el fin de determinar la factibilidad comercial del presente proyecto, se ha realizado el levantamiento de información del mercado, a través de dos instrumentos dirigidos a dos segmentos de mercado diferentes: los responsables de los adultos mayores que serán quienes tomen la decisión con respecto a la adquisición del servicio, y los adultos mayores de quienes se podrá conocer necesidades, preferencias y expectativas sobre el servicio. (ver anexo 1 y anexo 2)

1.2.2 Población y muestra del adulto mayor y responsable del adulto mayor.

Según el censo realizado por el INEC en el año 2010, la población mayor a 65 años en la ciudad de Riobamba era de 18069 personas, y según el mismo organismo gubernamental, el índice de crecimiento poblacional en la ciudad de Riobamba entre los años 2001 y 2010 es de 1,63%, de tal manera que realizando la proyección al año 2017, se tiene una población de adultos mayores cuyo rango de edad es de 65 años, de 19910 personas, cifra que representa el universo de estudio de la presente investigación.

Selección de la muestra.

En el proceso del muestreo aleatorio se utilizará la fórmula de cálculo del tamaño de la muestra conociendo la población, en este caso la población son todas las personas caracterizados como adultos mayores, estimadas en la ciudad de Riobamba al año 2017, es decir 19910 personas, además se utiliza un margen de error del 5%, y nivel de confianza del 95%.

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Valor Z curva normal (1,96)

P= Probabilidad de éxito (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso (0,5)

N= Población 19910

E= Error muestral (5%)

Resultado:

$$n = 376$$

La muestra para la población del adulto mayor será igual a la muestra de los responsables del cuidado del adulto mayor, ya que se supone cada adulto mayor es parte de una familia, y está a cargo del cuidado de una persona responsable de su bienestar.

Aplicación del instrumento.

Las encuestas dirigidas a las dos muestras identificadas, han sido diseñadas para ser respondida cada una en el lapso estimado de 10 minutos.

Las preguntas realizadas fueron diseñadas, con el fin de no confundir a las personas y proporcionarles la facilidad de seleccionar de acuerdo a sus preferencias (ver anexo 1 y anexo 2).

1.2.3 Análisis de demanda.

La demanda está dada por la población que toma la decisión de compra, para lo cual se utilizarán los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a los responsables de los adultos mayores, así mismo los resultados obtenidos en las encuestas a adultos mayores

servirán para determinar sus necesidades y requerimientos con respecto al servicio específico.

1.2.3.1 Responsables al cuidado de adultos mayores.

1.2.3.1.1 Edad.

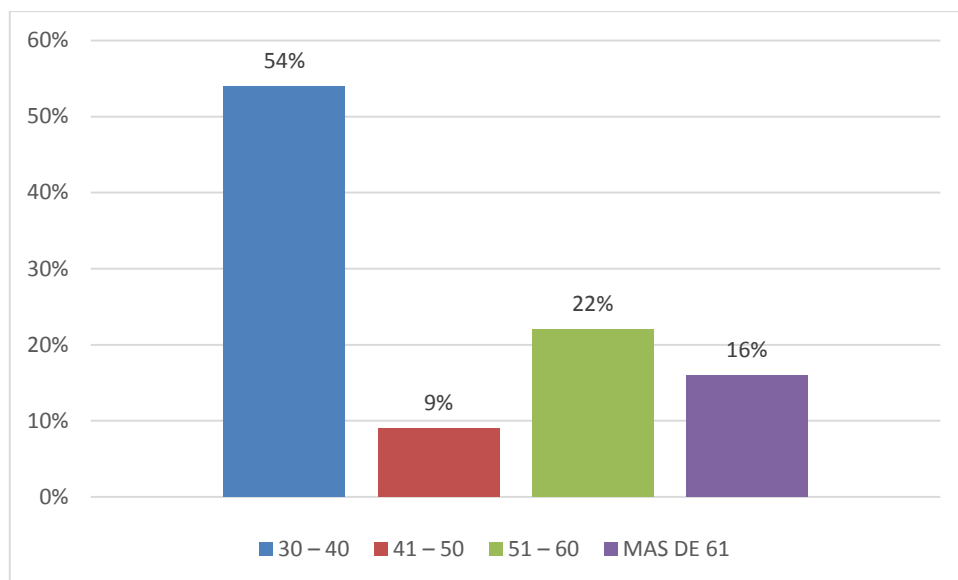


Figura 1. Edad

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Los adultos mayores son parte de un núcleo familiar, pero cabe señalar que existen personas dentro de la familia que tienen la responsabilidad del cuidado del adulto mayor, en la ciudad de Riobamba la mayor parte de la población entre 30 a 40 años de edad se encuentran al cuidado del adulto mayor, debido a que poseen un mayor rango de responsabilidad de velar, proteger, y ayudar en las necesidades generadas por los adultos.

1.2.3.1.2 Género.

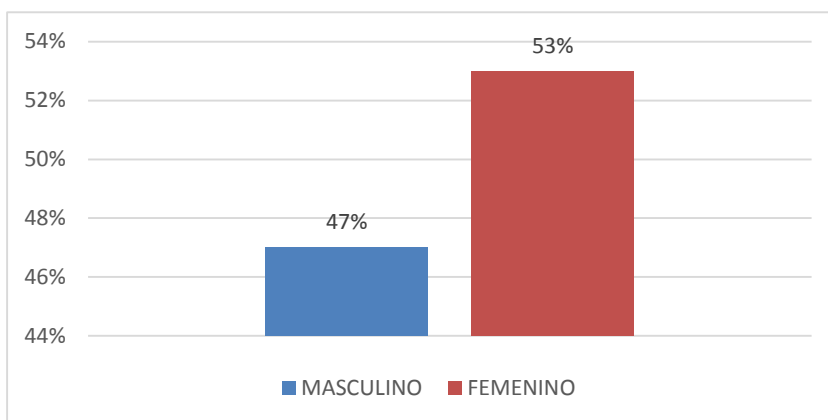


Figura 2. Género

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

A través de esta información se observa que la población que actualmente está al cuidado de sus familiares son mujeres (53%), corroborando lo percibido tradicionalmente en la sociedad, que por lo general en las familias son las hijas mujeres quienes cuidan de sus padres de avanzada edad, la propuesta de valor del negocio debe considerar esta importante característica del mercado potencial, con la finalidad de mejorar la aplicación de las estrategias de ventas y las nuevas tendencias de eficiencia y eficacia en aspectos relacionados al bienestar integral, donde son las mujeres quienes demuestran mayor exigencia en los servicios.

1.2.3.1.3 Conocimiento sobre servicios de ayuda a domicilio

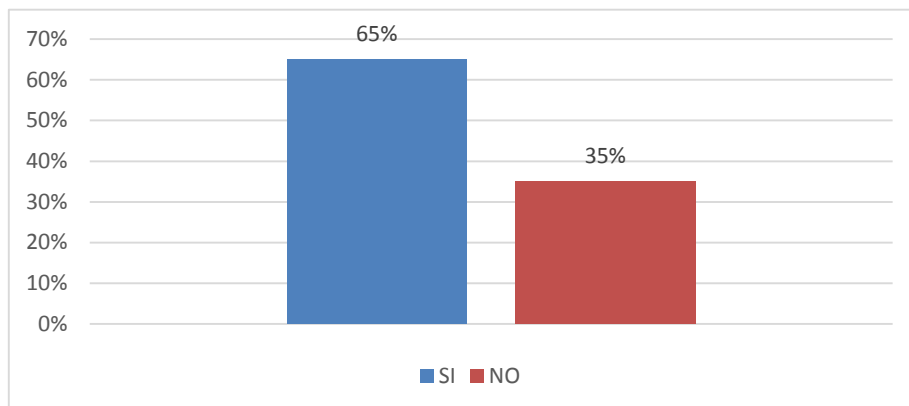


Figura 3. Conocimiento sobre servicios de ayuda a domicilio
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Es importante determinar el conocimiento que tienen las personas sobre el servicio de ayuda a domicilio, con el fin de analizar los cuestionamientos que permitan la generación de estrategias necesarias de marketing y comunicación. Con el análisis de la información recopilada, se identificó que aunque el 65% conocen sobre los servicios que pretende ofertar la empresa, el 35% de los potenciales clientes desconocen sobre la existencia de dichos servicios, por lo tanto se deberá proponer estrategias de posicionamiento dirigido a la población de la ciudad de Riobamba.

1.2.3.1.4 Utilización de servicios de ayuda a domicilio.

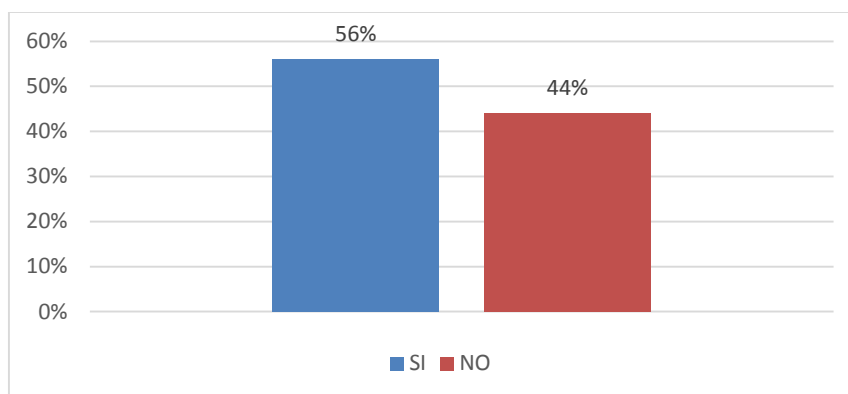


Figura 4. Utilización de servicios de ayuda a domicilio.

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Del total de respuestas generadas mediante la aplicación de encuestas se pudo corroborar que los responsables de adultos mayores encuestados, han hecho uso de los servicios de ayuda a domicilio en algún momento; debido a que por diversas situaciones ajenas a su voluntad no pueden hacerse cargo personalmente del cuidado de sus familiares, por lo tanto se ven obligados a contratar los servicios profesionales de alguien más, para generar el cuidado necesario y eficiente del adulto mayor.

1.2.3.1.5 Satisfacción por servicios de ayuda a domicilio recibidos.

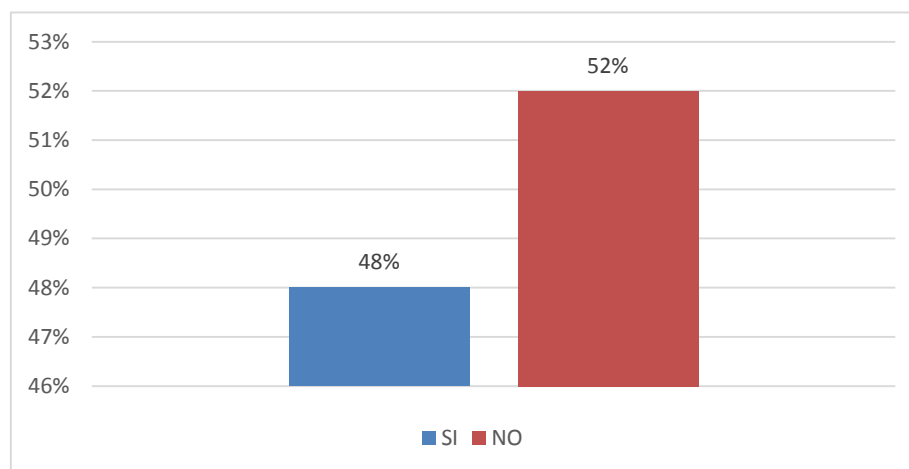


Figura 5. Satisfacción por servicios de ayuda recibidos

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Las personas que han sido encuestadas, frente al cuestionamiento planteado expresan una respuesta negativa, por lo tanto la disconformidad con los servicios recibidos en algún momentos es evidente lo que significa que los encuestados no se encuentran satisfechos con los servicios recibidos en cuanto al cuidado del adulto mayor; razón por la cual la empresa Ecuamur se direccionará a buscar acciones y ofrecer un servicio de calidad buscando cumplir con las expectativas del cliente, de manera que se logre captar nuevos compradores del servicio y por ende la fidelización de los mismos. Por tanto, es importante aprovechar la oportunidad presentada, conociendo las necesidades que presentan los clientes con la finalidad de mejorar los servicios y que sean oportunos.

1.2.3.1.6 Servicios que requiere habitualmente.

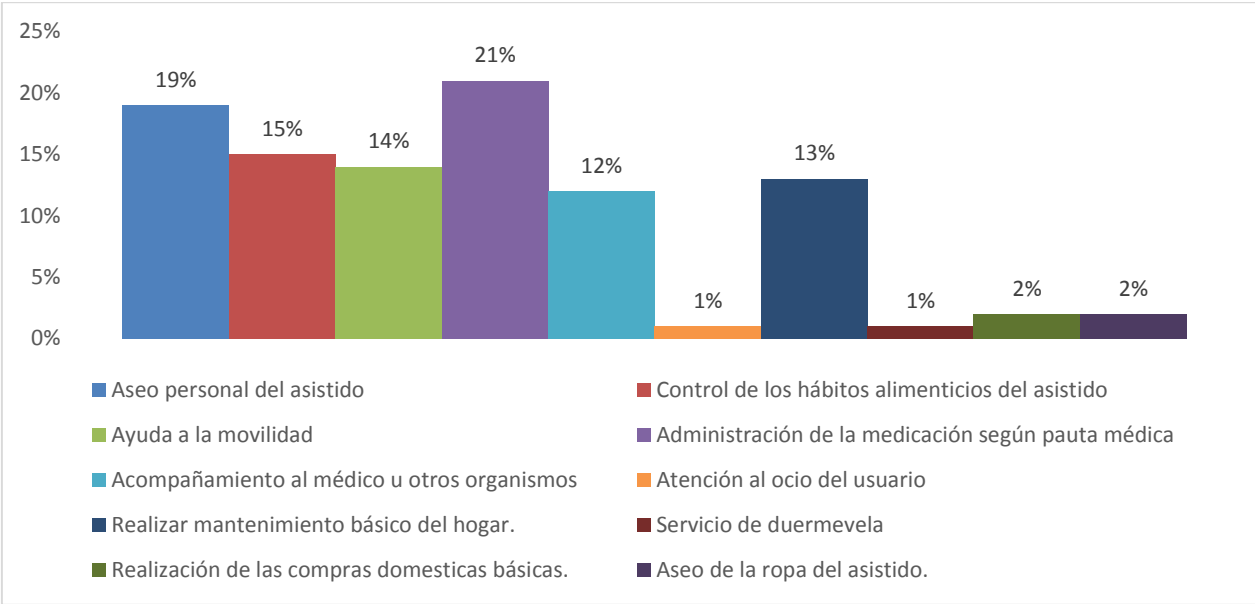


Figura 6. Servicios que requiere habitualmente
 Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
 Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

La empresa Ecuamur, busca prestar servicios de cuidado y atención al adulto mayor en su domicilio, por lo tanto los profesionales se dedicarán y velarán por el bienestar del paciente, sin que este se sienta excluido e inutilizado, sino contrariamente se impulsará a que el mismo realice diferentes actividades que aun pueda hacer, de manera que sienta que aún puede contribuir con actividades en el hogar.

De acuerdo a los servicios de ayuda requeridos por la población, se muestra una aceptación de la mayoría de servicios propuestos, mediante la figura se puede apreciar que el servicio de administración de la medicación según pautas médicas, control de los hábitos alimenticios del asistido, ayuda a la movilidad y realizar mantenimiento básico del hogar son los más demandados.

El conocer los requerimientos más habituales del mercado potencial, permitirá que el personal de la empresa sea capacitado en diferentes áreas, con la finalidad de brindar un servicio de calidad, satisfaciendo cada una de las necesidades de los usuarios.

1.2.3.1.7 Número de horas que requieren del servicio.

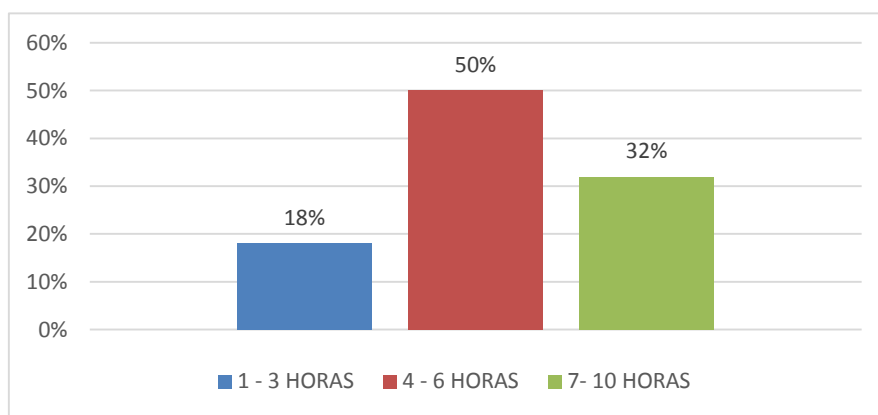


Figura 7. Número de horas que requieren del servicio
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

El número de horas que requieren los clientes ante el servicio que prestará la empresa está estimado en un período de 4 a 6 horas diarias es decir se debería considerar que las personas que van a atender el servicio tengan en consideración el tiempo estimado según las necesidades de los clientes y que la empresa Ecuamur deberá ofrecer flexibilidad de horarios a elección de la demanda.

1.2.3.1.8 Precio a pagar por el servicio.

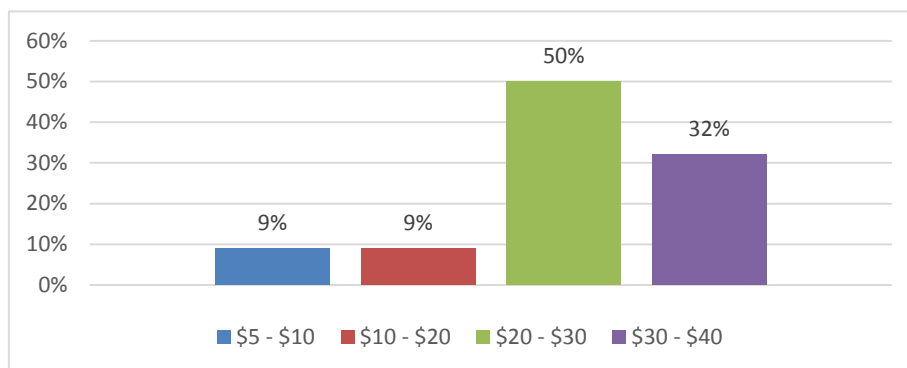


Figura 8. Precio a pagar
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

De acuerdo al estudio de mercado realizado la mitad de los clientes potenciales están de acuerdo en cancelar de 20 a 30 dólares diarios por los servicios de atención domiciliaria, considerando que el pago se encuentra enfocado a todas las atenciones que se deba brindar al adulto mayor y en las horas especificadas; es necesario considerar los costos y los márgenes de ganancia en el desarrollo de la propuesta para determinar los precios de los servicios que prestará Ecuamur.

1.2.3.1.9 Frecuencia de demanda de los servicios de ayuda a domicilio.

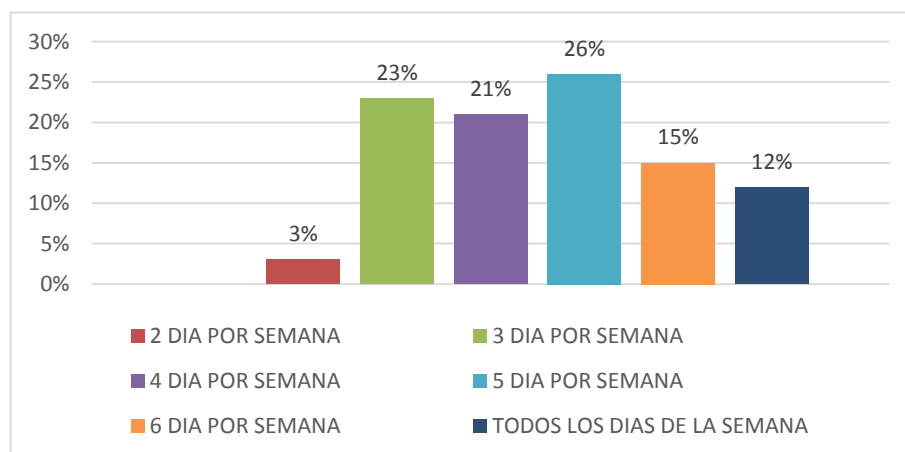


Figura 9. Frecuencia de demanda del servicio
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Las personas encuestadas manifiestan en su gran mayoría que les gustaría contar con el servicio ofrecido los cinco días a la semana; básicamente esto se debe a diversas situaciones, como por ejemplo actividades laborales, que impiden que los responsables del adulto mayor se centren en el cuidado del mismo; por lo tanto requieren del servicio con mayor frecuencia.

Esto significa una oportunidad para la empresa, ya que se prevé existirán mayores ingresos económicos por la venta del servicio, así también el crecimiento de clientes será evidente, ya que se establecerán lineamientos que enfoquen cada uno de los requerimientos de la demanda, mismos que se encuentran plasmados en cada uno de los cuestionamientos que sirvieron para el levantamiento de información.

1.2.3.1.10 Demanda potencial

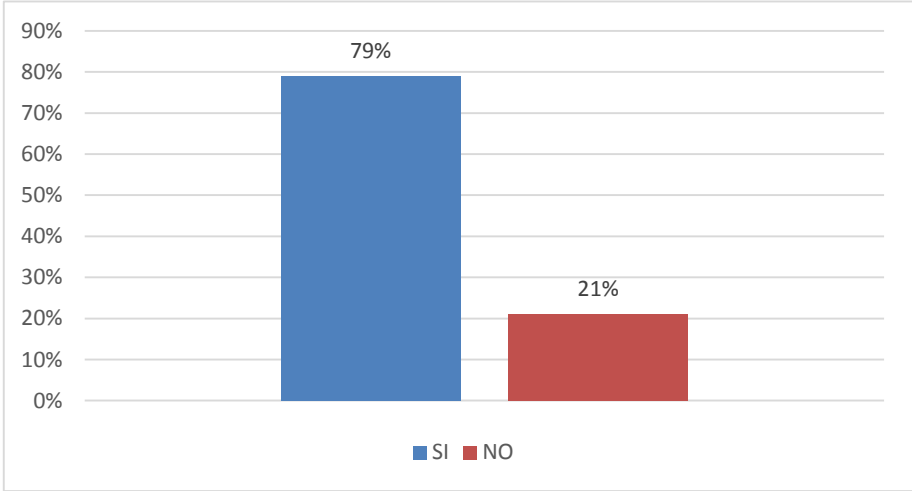


Figura 10. Demanda potencial dispuesto a utilizar servicios
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

El 79% del mercado potencial expone que está dispuesto a confiar en una nueva empresa de ayuda a domicilio, que le brinde servicios de calidad y satisfaga sus necesidades, se observa que existe aceptación de los posibles clientes frente al servicio ofertado, determinándose así el mercado meta.

1.2.3.1.11 Canal de comunicación preferido por la demanda

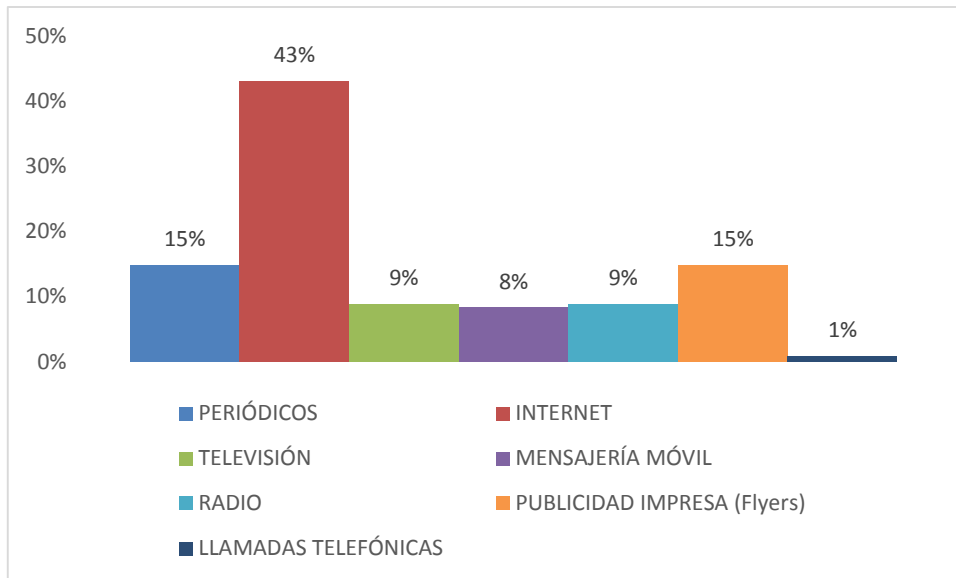


Figura 11. Medios de comunicación de preferencia
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

El mercado potencial del servicio de ayuda domiciliaría está conformado por personas en edad adulta, mayores a 30 años, como se presentó anteriormente, debido a esto los medios de comunicación que prefieren en su mayoría son: internet, periódicos, publicidad impresa ya que es donde buscan anuncios de este tipo de servicios, resaltando el uso del internet como el medio más utilizado.

Una vez determinados los medios de comunicación más efectivos para llegar a los posibles clientes, será más fácil diseñar las estrategias publicitarias correspondientes mediante las cuales se dará a conocer los servicios ofertados, así como la información más relevante de la empresa.

1.2.3.2 Adultos mayores.

1.2.3.2.1 Edad.

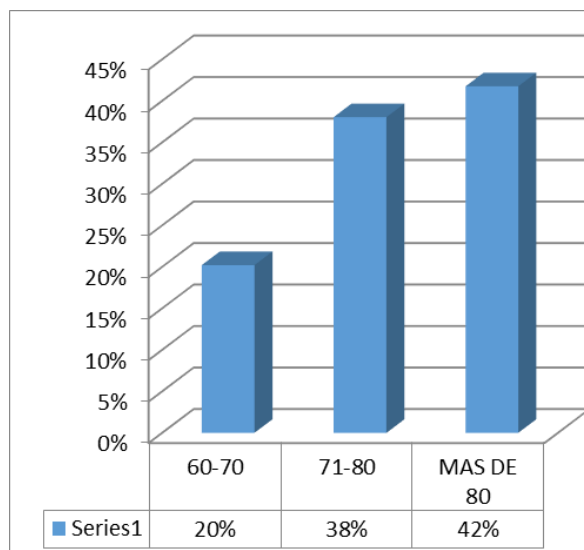


Figura 12. Edad

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

La mayor parte de la población de estudio (adultos mayores), fluctúa en edades de 70 a más de 80 años, hacia quienes está dirigido el servicio de Ecuamur, es decir los usuarios directos.

1.2.3.2.2 Género.

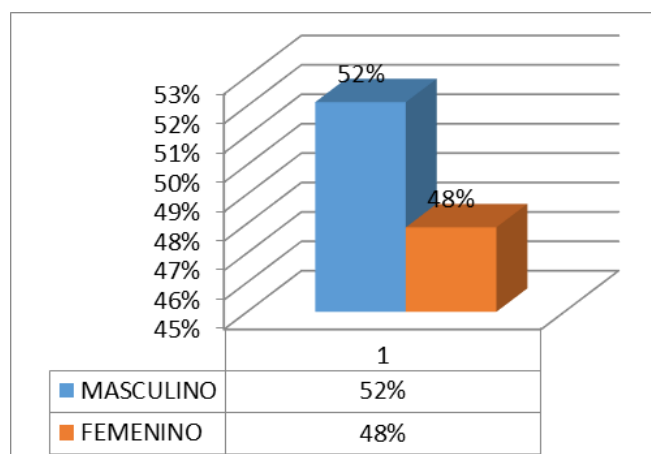


Figura 13. Género

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Esta información permitirá que la empresa conozca cuales son los requerimientos para hombres y mujeres, ya que los mismos aunque pueden llegar a tener similitudes no son iguales; tanto el varón como la mujer necesitan diferentes tipos de cuidados; por lo cual los profesionales que brindarán el servicio deben realizar las planificaciones correspondientes en base a las necesidades de los adultos mayores.

1.2.3.2.3 Requerimiento de cuidados personales

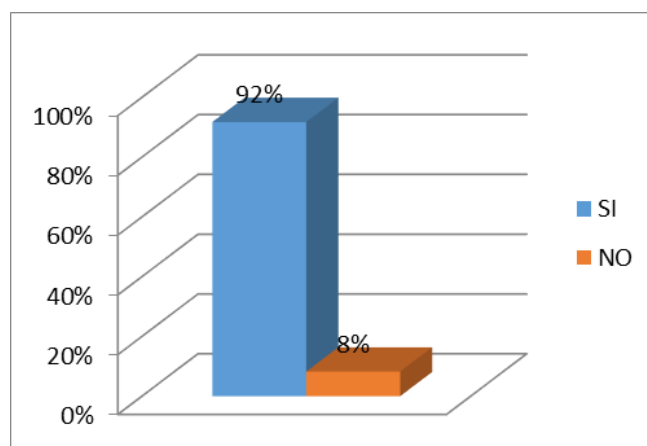


Figura 14. Cuidados personales
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Los posibles usuarios del servicio de atención domiciliaria, que serían los adultos mayores, manifiestan en un 92% que requieren cuidados personales. Lo que demuestra la demanda del servicio y la necesidad existente. Esta información permite que la empresa cuente con datos que le permitan realizar las planificaciones correspondientes, enfocadas en satisfacer las necesidades y requerimientos existentes en los adultos mayores, dichos requerimientos varían de persona en persona, por lo tanto la empresa debe estar preparada para brindar el servicio ofertado de manera eficiente y eficaz.

1.2.3.2.4 Área en la que requieren cuidado los adultos mayores.

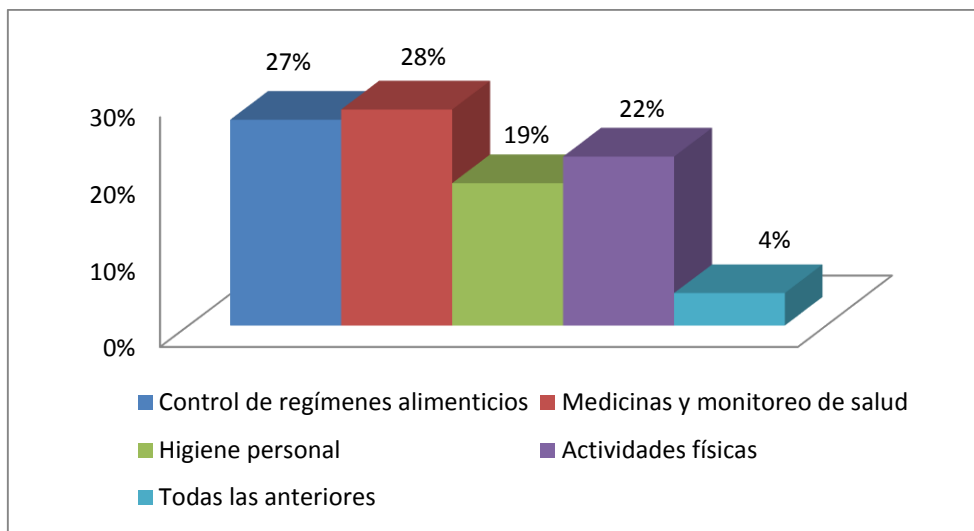


Figura 15. Área específica de cuidado
 Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
 Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Las necesidades de los adultos varían de acuerdo a la edad y las diferentes características que presenten ante su estado físico e intelectual por lo que es importante conocer el área de la se requiere, entre las necesidades se encuentran la aplicación de medicinas y monitoreo de salud, como también el control de régimen alimenticio ya que la mayoría de adultos mayores de avanzada edad no pueden valerse por sí solos lo que ayuda a determinar las actividades a incluir en los servicios prestados por Ecuamur.

1.2.3.2.5 Necesidades específicas respecto al control de medicina y monitoreo de salud.

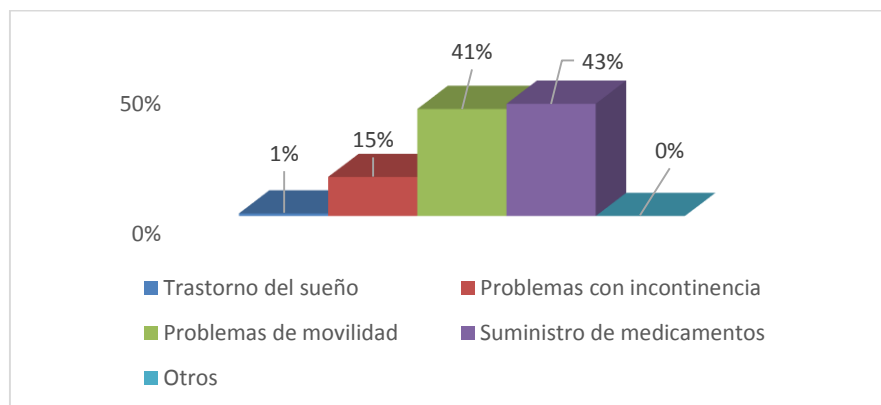


Figura 16. Control de medicina
 Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
 Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

La información obtenida de los adultos mayores, refleja la necesidad de ayuda que requieren con respecto a los problemas de movilidad y suministro de medicamentos, que son los parámetros con más altos porcentajes en la tabla.

De la misma manera este tipo de información recopilada, permite que los profesionales de la empresa cuenten con conocimientos previos de las actividades que van a realizar, como se había mencionado en párrafos anteriores, lo que la empresa además del cuidado del adulto mayor busca que los mismos sientan que aún pueden ser útiles en otro tipo de actividades, por lo que este tipo de información ayuda a la creación de lineamientos que permitan realizar la priorización de actividades requeridas por el beneficiario del servicio.

1.2.3.2.6 Actividades físicas de preferencia

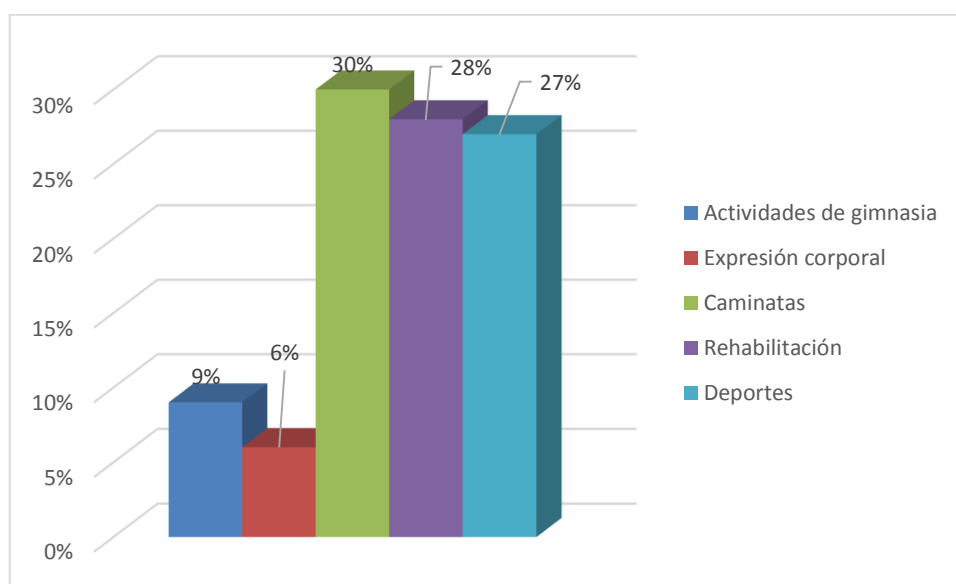


Figura 17. Actividades físicas de preferencia
Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Las actividades físicas de preferencia de acuerdo a los resultados están enfocadas en un mayor parte a las caminatas y la rehabilitación, considerando que es importante involucrar y hacerlos participes en algunas labores para que de esta manera se sientan personas útiles. Es importante considerar la información recopilada, con el fin de contratar personal capacitado en estas áreas para proveer un servicio integral.

Conocer las diferentes actividades que los adultos mayores prefieren, permiten conocer el nivel de resistencia física existente, así también considerando que todos los adultos mayores son diferentes, los profesionales con la información recolectada pueden establecer parámetros de atención y cuidado personalizados, en beneficio del adulto mayor, buscando siempre satisfacer las necesidades y requerimientos de la demanda.

1.2.3.3 Demanda actual.

La demanda actual del servicio propuesto se ha determinado en función de la información obtenida del estudio de mercado, donde se verifica la existencia de demanda y la disponibilidad para acceder al servicio; el 79% del mercado potencial que están interesados en adquirir el servicio de ayuda a domicilio representa la demanda actual existente, lo cual traducido a cifras se tiene lo siguiente:

Tabla 1. Demanda

TOTAL PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS	19.910
TOTAL PERSONAS DISPUESTAS A ACCEDER AL SERVICIO	79%
DEMANDA TOTAL	15.729

Fuente: Levantamiento de información primaria (2017)
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Como se observa en la tabla anteriormente expuesta, la totalidad de demanda de clientes potenciales está en 15.729 personas mayores de 65 años dentro de la zona objetivo del proyecto. La demanda está determinada en función del total de adultos mayores, pero determinando por el 75% de personas que tiene necesidades en sus familias que pueden ser manifestadas por los mismos adultos mayores, o por personas que están a su cuidado, quienes adquieran el servicio pueden estar en estos dos grupos identificados.

1.2.3.4 Demanda proyectada.

Para la proyección de la demanda se ha tomado el dato de la tasa de crecimiento poblacional en la ciudad de Riobamba, lo cual según el INEC es de 1,53% en el año 2016 y 1,56% en el año 2017 (INEC, 2018), teniendo como base estos datos se realizará la proyección de la demanda con la tasa de crecimiento del 1,56% que es la más actual.

Tabla 2. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	POBLACIÓN OBJETIVO
1	15.729
2	15.974
3	16.223
4	16.476
5	16.733
6	16.994

Fuente: (INEC, 2018)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

1.2.4. Análisis de la oferta.

Después de investigar el mercado, mediante la identificación de empresas privadas que brindan servicios relacionados con asistencia personalizada y a domicilio para adultos mayores en la ciudad de Riobamba, se ha determinado que no existe competencia directa, es decir no hay ninguna organización que se dedique a dichos servicios; no obstante, existen personas que ocasionalmente ofrecen servicios de cuidados no especializados (competencia indirecta).

Por otro lado, entidades públicas han adoptado programas para la atención de los adultos mayores, el Ministerio de Inclusión Económica y Social en el año 2013 generó programas a favor de los adultos y adultas mayores, mediante atención directa en modalidades de residencia. El programa denominado “Mis mejores años”, forma parte del macro proyecto “Toda una vida”; básicamente se trata de ayuda monetaria y asistencial, para aquellas personas de la tercera edad que no perciben pensión por parte del IESS, ISSFA e ISSPOL. Otro de los programas existentes es el dirigido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el cual es denominado “Programa del Adulto Mayor”, en el cual se ofrece diferentes tipos de talleres de terapia ocupacionales, socio-recreativas y de integración, que se orientan a la promoción, prevención y cuidado integral de la salud; los beneficiarios de este programa son únicamente las y los jubilados del IESS.

Como se ha descrito, existen diferentes programas gubernamentales que buscan ayudar a este segmento de la población, sin embargo en los últimos años las personas han dejado de recibir dichas ayudas ya que no son constantes, por lo cual no se ha considerado como una competencia directa.

Habiendo la necesidad de determinar cifras para la oferta del servicio y no existiendo datos referenciales de estudios anteriores, se ha determinado como referencial de la oferta a los resultados obtenidos en la pregunta 1 de la encuesta, misma que manifiesta si las personas conocen el servicio de ayuda a domicilio en la ciudad de Riobamba; donde un 65% de las personas encuestadas expresa tener conocimiento sobre ese tipo de servicios, de tal manera que dicha cifra se ha tomado como oferta, es decir quienes posiblemente en la actualidad están adquiriendo los servicios a la competencia indirecta.

Tabla 3 Determinación de la oferta

AÑO	2017
TOTAL PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS	19.910
TOTAL RESPUESTAS AFIRMATIVAS	65%
TOTAL OFERTA	12.941

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Habiendo la necesidad de determinar cifras para la oferta del servicio y no existiendo datos referenciales de estudios anteriores, se ha determinado como referencia para realizar la proyección de la oferta el incremento de la población generada en el año 2017 que fue de 1,56%.

Tabla 4. Proyección de la oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	POBLACIÓN OBJETIVO
1	12.941
2	13.143
3	13.348
4	13.556
5	13.767
6	13.982

Fuente: (INEC, 2018)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

1.2.5. Demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha se expone a continuación, proyectada a cinco años futuros:

Tabla 5. Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	D. INSATISFECHA
1	15.729	12.941	2.788
2	15.974	13.143	2.831
3	16.223	13.348	2.875
4	16.476	13.556	2.920
5	16.733	13.767	2.966
6	16.994	13.982	3.012

Fuente: Proyección de la oferta y demanda
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Como se puede observar en la tabla 5., existe una demanda insatisfecha con un margen amplio que cubrir en la ciudad de Riobamba, por lo cual se puede concluir que existe factibilidad comercial.

1.3. Marketing mix.

1.3.1. Decisiones estratégicas del servicio.

Las estrategias de servicio son un compendio de actividades a seguir que permiten satisfacer las exigencias de los clientes, al tener buenas estrategias de servicio se obtendrá la fidelización de los clientes.

La empresa Ecuamur aplicará las siguientes estrategias de servicio:

- Contar con profesionales calificados y capacitados en las áreas correspondientes a cada servicio solicitado.
- Evaluar continuamente el nivel de satisfacción del cliente mediante la aplicación de encuestas de satisfacción periódicas.
- Realizar control y seguimiento a las actividades a desarrollar por el personal de Ecuamur en el momento de prestar el servicio.
- Crear alianzas estratégicas con proveedores de insumos y materia prima, como empresas farmacéuticas, almacenes de víveres, así también con empresas de fisioterapia, gimnasios y demás sitios que ayuden a prestar un mejor servicio.
- Contar con una base de datos de personal recomendado para todas las actividades que solicitan los clientes.

- Cubrir al máximo las necesidades del cliente de manera oportuna.

En resumen, la empresa dirigirá sus esfuerzos para brindar un servicio que integre todo un conjunto de requerimientos de los usuarios en un solo ente administrador, otorgando de esta manera beneficios como ahorro de tiempo, organización óptima, y el cuidado adecuado de los adultos mayores.

El servicio, estará enfocado en los siguientes aspectos:

1. Atención personal:

- Apoyo en la higiene, arreglo personal, ducha y/o baño
- Ayuda personal para el vestido, calzado y la alimentación
- Traslado y movilización dentro del hogar
- Ayuda en la toma de medicación
- Fomento de hábitos de higiene y orden

2. Atención en necesidades del domicilio:

- Limpieza de vivienda
- Preparación de alimentos en el hogar
- Lavado, planchado y organización de ropa
- Adquisición de alimentos y de artículos de primera necesidad.

3. Apoyo psicosocial, familiar y relaciones con el entorno:

- Compañía para evitar situaciones psicológicas como depresión y aislamiento
- Acompañamiento fuera del domicilio
- Facilitar actividades de ocio, deportivas y recreativas en el domicilio y fuera de este

Todos estos servicios de ayuda a domicilio serán servicios individualizados de carácter preventivo, asistencial y de rehabilitación, que serán desarrollado por parte de profesionales capacitados en atención personal doméstica y de apoyo social familiar especialmente para personas cuyo estado de salud necesita ser atendido por personas cercanas sean familiares o profesionales.

Imagen corporativa

Se presenta a continuación la imagen corporativa, que está conformada por el logotipo que lo caracterizará, el nombre de la empresa, y el slogan, con lo que se pretende generar una motivación visual para el cliente.



Figura 18. Logotipo
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

El logotipo está identificado por una imagen de dos personas adultas mayores que representa el servicio al cual se enfoca la empresa, basado en el cuidado y atención personalizada, de igual manera el nombre de la empresa está enmarcado en el logotipo como Ecuamur, el color rojo representa la fuerza, la energía determinado dentro de los factores de la medicina.

1.3.2. Decisiones estratégicas del precio.

El precio es considerado como un determinado valor monetario que se acuerda por un bien o un servicio y que el cliente está dispuesto a dar a cambio de la utilidad que este percibe por dicho producto o por el servicio que adquiere.

La empresa Ecuamur, aplicará las siguientes estrategias de Precio:

- Se determinará un precio competitivo de acuerdo al análisis de costos determinado por medio del estudio económico financiero, y poniéndolos en comparación con los precios de la competencia, para asignar los valores adecuados para cada servicio.

Tabla 6. Precio

PRECIO DE LOS SERVICIOS	
Atención personal	\$25,00
Atención en necesidades del domicilio	\$35,00
Apoyo psicosocial, familiar y relaciones con el entorno	\$30,00

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

1.3.3. Decisiones estratégicas de la comunicación.

La comunicación es básicamente un intento de influir en el público, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario (Lamb, 2002).

1.3.3.1. Promoción.

La promoción está representada por una serie de estrategias cuyo fin es el incremento del volumen de ventas, ésta permite comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa y las principales ofertas que ahí se realizan. Está relacionado con la información que se le da al cliente y la publicidad del lugar (Lamb, 2002).

Pocos productos o servicios sobreviven sin una promoción efectiva, por ello la importancia de establecer un plan de promoción. La promoción que utilizará la empresa Ecuamur será:

- El vendedor realizará visitas a los domicilios de los adultos mayores y se contactará con la persona responsable de la decisión de compra del servicio, con el fin de promocionar y llegar directamente hacia el cliente del servicio.
- La difusión de la información se realizará a través de la creación de una página web (<http://www.Ecuamur.com/>), esta página contendrá toda la información sobre los servicios, características, equipo de trabajo, procedimientos, beneficios, etc., esta estrategia está dirigida a familiares de las personas adultas mayores que deseen conocer sobre el servicio y optar por el requerimiento del mismo.
- Realizar campañas de publicidad mediante la entrega de hojas volantes donde conste los servicios que la empresa oferta, dirección y contactos, los mismos que deben ser entregados en sitios donde las personas tienen más recurrencia como mercados, parques, iglesias de la ciudad
- Crear vallas publicitarias para dar a conocer sobre el enfoque de las empresas, debía ser ubicados en calles principales de la ciudad.
- Realizar publicidad en radio, prensa, redes sociales con el fin de difundir y dar a conocer sobre la empresa y los beneficios que presta.

1.3.3.2. Publicidad.

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. A fin de establecer los medios que se utilizarán para la empresa de servicios turísticos, se presenta a continuación el plan de medios.

"La planeación de medios es la serie de decisiones que se toman para la selección y uso de los medios, los cuales permiten a la empresa comunicar su mensaje a la audiencia meta de manera óptima y eficiente" (Lamb, 2002).

La publicidad de la empresa Ecuamur se realizará mediante flyers, anuncios en diarios, revistas e internet.

Tabla 7. Plan de Publicidad

Medio	Ventaja	Utilización	Descripción	Frecuencia	Costo anual
Flyers	Se puede informar detalladamente incluso reforzando con imágenes. Es de bajo costo y se puede llegar directamente al público. Con un buen diseño, es de alto impacto.	Se elaborarán trípticos en los cuales se presentarán los servicios de la empresa, esto se repartirá en los domicilios de las personas y en lugares de concentración de adultos mayores.	5000 Unidades	Trimestral	500
Diarios	Por su nivel de circulación tienen una gran cobertura informativa.	Se contratarán espacios en diarios locales donde se anunciarán los servicios y sus beneficios.	8 anuncios	Mensual	800
Televisión	La televisión representa uno de los medios con mayor audiencia, lo cual es ideal para informar a las personas sobre los servicios que ofrecerá la empresa.	Se contratarán espacios de TV local donde se anunciarán los servicios y sus beneficios.	30 anuncios (15 seg. x anuncio)	Mensual	3600
Radio	La radio es un medio económico y de gran cobertura informativa, muy útil para realizar publicidad.	Se contratarán cuñas radiales donde se anunciarán los servicios y beneficios.	Pack mensual de anuncios	Mensual	150
Internet	Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global, mediante el uso de página web o redes sociales.	Se creará una página web a fin de promocionar los servicios y beneficios, además se creará cuentas en redes sociales, para publicitar los servicios y mantener un contacto directo con el cliente (Facebook, Twitter, Instagram).	Página Web		800
Total plan de publicidad					5.850

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

CAPÍTULO II.
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y TÉCNICO

2. Estudio organizacional y técnico.

2.1. Estudio de organización y administración.

Ecuamur en su constitución será establecida como una compañía de responsabilidad limitada. Así la razón social de la empresa será:

“Ecuamur Cía. Ltda.”

2.1.1. Filosofía empresarial.

Es el lineamiento estratégico que guiará a Ecuamur en la ejecución de sus operaciones a corto, mediano y largo plazo.

2.1.2. Misión.

Somos una institución que brinda la calidad de vida al adulto mayor, bajo los principios de responsabilidad, vocación de servicio, eficiencia contribuyendo a las familias y a la sociedad.

2.1.3. Visión.

Ser reconocidos en el mercado local y nacional por los servicios ofrecidos, y su aporte dirigido hacia al cuidado del adulto mayor.

2.1.3.1. Valores empresariales.

Los valores y principios deben ser compartidos, recordados y puestos en acción por todos los miembros de la empresa y serán los que a continuación se mencionan:

Respeto a todo lo que nos rodea dentro y fuera del trabajo.

Porque toda relación humana se fundamenta en este principio, en donde no exista la discriminación, en la cual los colaboradores de la empresa deban ser tratados como fines y no únicamente como medios. Se pretende que las relaciones entre el cliente interno y/o externo se desarrolle permanentemente dentro de este principio. (Bayefsky, 2013)

Honestidad

Reflejado en el comportamiento del personal, en todos sus niveles, mostrando transparencia con la calidez y calidad humana que se merecen los clientes. (Bayefsky, 2013)

Orden y disciplina

Que el trabajo diario, se refleje en cada uno de los actos de las personas, demostrado en las acciones de la empresa como tal y en las acciones del personal, buscando principalmente la satisfacción de los clientes. (Bayefsky, 2013)

Calidad y excelencia en el servicio

Expresada en la búsqueda de la calidad de los servicios y de mejora continua en la atención brindada, superando las expectativas del trabajo, concluyendo el mismo en forma oportuna, confiable y efectiva. (Bayefsky, 2013)

Reconocimiento a la voluntad, creatividad y perseverancia

Propiciando una cultura que valora y motiva la generación compartida de ideas y de acciones dirigidas al mejoramiento continuo de la organización. (Bayefsky, 2013)

Lealtad con la institución, la empresa y la sociedad

Manifestado por la identificación y lealtad del personal con la empresa, mística y sentido de responsabilidad en el trabajo y el servicio a los clientes. (Bayefsky, 2013)

2.1.3.2. Políticas empresariales.

Manifiestan los principios básicos de la empresa para la toma de decisiones coherentes con los objetivos globales de la empresa. Consiste en criterios generales que orientan o guían el pensamiento en la toma de decisiones, siendo la base en planes operativos.

Política de servicio

El cliente representa para la empresa su razón de ser; es por ello que con la satisfacción de sus necesidades y la superación de sus expectativas, se construye el camino a la excelencia.

Política de gestión humana

Establece el compromiso recíproco entre la empresa de servicios asistenciales para adultos mayores y su personal de crear un ambiente favorable al desarrollo personal, laboral y social, sobre la base de construir identidad con la visión y objetivos de la empresa.

Política ambiental

Hace explícita la creencia en la gestión ambiental y reitera el compromiso hacia el entorno local, enmarcando su gestión ambiental en los parámetros económicos, políticos y sociales del desarrollo sustentable.

Política social

Genera el compromiso de la empresa con la sociedad, a fin de ofrecer servicios garantizados, serios y confiables para los adultos mayores y enfocados en mejorar su calidad de vida.

Política de comunicación

Establece que la comunicación deberá fluir en un ambiente de flexibilidad y participación que permita crear, diseñar y utilizar contenidos y medios, de acuerdo con los propósitos de la organización, descartando la posibilidad de efectuar publicidad falsa y engañosa que afecte a los clientes y a la imagen y credibilidad de Ecuamur.

2.1.4. Organigrama de la empresa.

Para el correcto desempeño de las actividades de Ecuamur, se requerirá del siguiente personal con las jerarquías como se presenta a continuación:

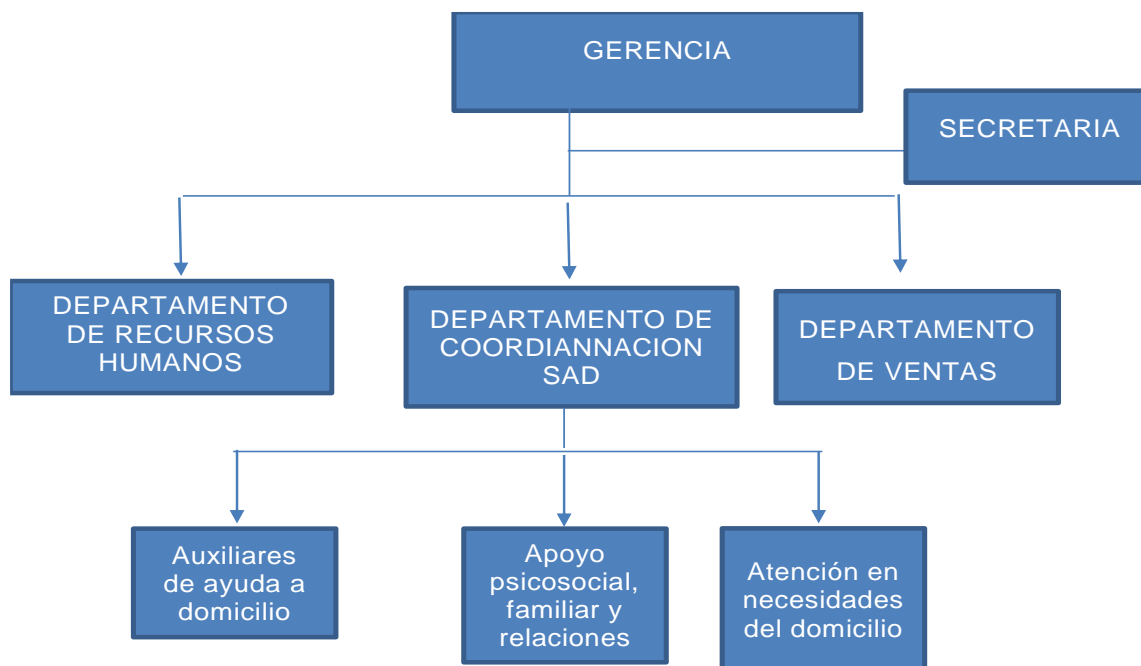


Figura 19. Organigrama de Ecuamur
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

2.1.5. Factores legales.

Dentro del aspecto legal se hará referencia a los requisitos principales que necesitará Ecuamur para su constitución y el tipo de empresa que será.

2.1.5.1. Tipo de compañía.

La empresa Ecuamur se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, por cuanto es una empresa que inicia con un capital en su mayor parte propio y un reducido número de socios.

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "compañía limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.” (Ley de Compañías, 2012)

2.2. Estudio técnico.

El estudio técnico se refiere a la determinación de todos los recursos y actividades necesarias para la operación de la empresa, así como la identificación de su localización.

2.2.1. Estudio de localización.

Al ser el mercado objetivo inicial la ciudad de Riobamba, se ha considerado ubicar la oficina administrativa de la empresa, en un sector céntrico y comercial de la ciudad, dicha ubicación se expone a continuación:

2.2.1.1. Macro-localización.

El proyecto a nivel macro estará ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.

A continuación, se presenta el mapa de la provincia donde se puede apreciar la ubicación exacta del cantón Riobamba dentro de la provincia de Chimborazo:



Figura 20. Macro localización
Fuente: Internet
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

2.2.1.2. Micro-localización.

La oficina administrativa de Ecuamur, estará ubicada en las calles Brasil y 23-13 y Primera Constituyente, específicamente en el edificio Merchán – Cantos, que tiene disponibilidad de oficinas.

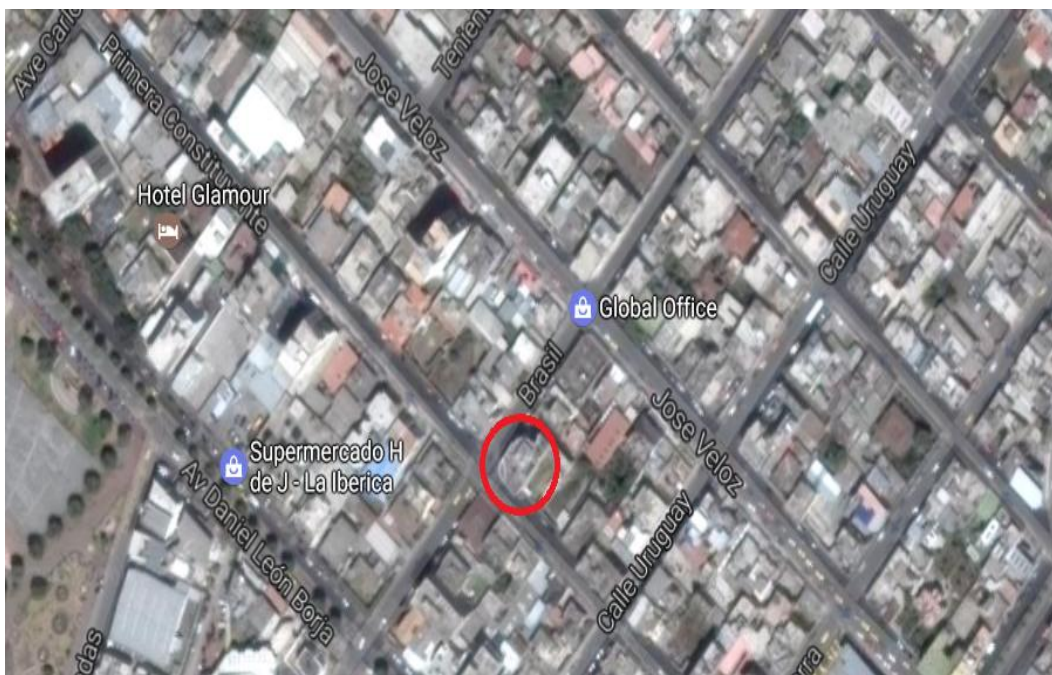


Figura 21. Micro localización
Fuente: Google Earth
Elaborado por: Ligia Ortiz (2017)

2.2.2. Definición del servicio.

Los servicios de atención domiciliar proveen al segmento del adulto mayor varios beneficios que a través del cumplimiento de sus objetivos, pueden ser constatados, objetivos tales como:

- Ofrecer atención total, y continua evitando el detrimento físico y mental de los adultos mayores.
- Delinear e instaurar el plan de tratamiento del adulto mayor involucrando al cuidador y familia en el manejo de herramientas necesarias para el cuidado de la persona.
- Realizar una coordinación intersectorial para promover la generación de recursos comunitarios.
- Coordinar con los programas sociales existentes la inclusión de adultos mayores
- Promover y educar el auto cuidado del adulto mayor la familia y a la comunidad.

- Crear espacios de capacitación para los cuidadores y familias de los adultos mayores.
- Brindar orientación y alivio al grupo familiar conviviente en el cuidado del adulto mayor acordes a los diferentes niveles de autonomía que presente.
- Favorecer el contacto con el cuerpo, a través de actividades corporales y recreativas que incluyan la movilidad corporal y el comportamiento expresivo.
- Mejorar las relaciones familiares e incrementar el encuentro de los usuarios con sus familiares o cuidadores a partir de la aceptación del proceso vital del adulto mayor. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

2.2.3. Perfil del cliente.

Los futuros beneficiarios de este tipo de servicios deberán cumplir con algunos requisitos tales como:

- Ser adultos mayores de 65 años
- Tener y expresar su deseo de recibir atención domiciliaria, es decir su deseo de tener este tipo de servicio debe ser bajo su entera decisión.
- Disminución en la capacidad de movilidad física, dificultad para moverse en la cama, por la habitación, de la cama a una silla, por la casa, o dificultad de moverse en su totalidad.
- Pérdida de la capacidad de autocuidado, refiriéndose a la capacidad total para alimentarse, bañarse, cepillarse, usar el baño, vestirse entre otras actividades que se pueden llamar cotidianas.
- Tener dificultad para aceptar la enfermedad y cumplir con régimen de alimentación o medicinas
- Poseer un trastorno psicológico leve, puede ser el caso de negación para aceptar duelos y pérdidas
- Problema para relacionarse con otras personas

- Desconcierto y confusión para organizarse.

2.2.4. Componentes de la modalidad domiciliaria.

2.2.4.1. Terapias.

Incluyen actividades de rehabilitación en distintos ámbitos, pueden ser en el ámbito psicológico, físico, cognoscitivo, mediante el desarrollo de terapias que promuevan la estimulación de la memoria, la atención, concentración, actividades de orientación espacio-temporal y estimulación sensorial; además de terapias que sirvan para la movilidad que promuevan la estimulación de las diferentes articulaciones y el fortalecimiento físico. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

2.2.4.2. Estimulación física.

Desarrollo de actividades tales como gimnasia, expresión corporal, caminatas, taichí, danza, deportes.

Mantener el máximo posible de actividad física, no delegando en otros aquellas funciones cotidianas que el adulto mayor pueda hacer por sí mismo sin riesgo para la salud. El salir cada día a pasear para hacer sus gestiones y encontrarse o visitar a familiares y amigos, y la realización regular del ejercicio físico como hábito saludable, a realizar de manera autónoma o en actividades dirigidas, en casa o en espacios públicos, cerrados o en el exterior, según las posibilidades y preferencias personales. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

2.2.4.3. Estimulación cognitiva.

Son actividades que se realizan a través de juegos de mesa, alfabetización, aprendizaje de idiomas, periodismo, relatos, cine foros, grupos de lectura.

El uso de metodologías de aprendizaje mediante técnicas tales como pedir al cliente que observe los objetos de la calle, que se fije en aquello que les llame la atención, que lean y escriban algo cada día; poner en práctica el hábito de la lectura de periódicos, revistas, libros, mantener informados de la actualidad y los sucesos importantes por los que atraviesa en el mundo, el país y su localidad, el objetivo es ayudar a mantener la mente

ágil y despierta. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

2.2.4.4. Estimulación socio afectivo y asistencia general.

Los acompañantes terapéuticos brindan soporte emocional favoreciendo la autonomía del adulto mayor y la adaptación a los cambios psicofísicos, sensoriales, cognitivos y sociales que modifican su cotidianeidad, reforzando las indicaciones de los profesionales que intervienen en el domicilio. Tienen entrenamiento para desarrollar las siguientes acciones: actividades socio-recreativas y de estimulación destinadas a reforzar la identidad del adulto mayor, facilitar la comunicación, fomentar su seguridad y planificar acciones que estimulen y conserven sus capacidades. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

Los profesionales de asistencia velarán por el cumplimiento de regímenes alimenticios y de tratamientos, además cuidarán de la higiene personal de los adultos mayores que se encuentren bajo los cuidados de la empresa Ecuamur.

2.2.4.5. Actividades para fomentar la autonomía, la integración familiar y social.

Consiste en que familiares, amigos y comunidad estimulen la independencia, adaptación de la vivienda la incorporación en programas sociales y culturales y las relaciones intergeneracionales que contribuyan a enriquecer la experiencia afectiva y de saberes. Los adultos mayores tienen derecho al afecto, a los cuidados especializados, la participación proactiva de la familia, la colaboración en programas sociales, culturales, en actividades de mantenimiento del centro son formas y mecanismos que procuran la responsabilidad familiar compartida y contribuyen a disminuir el abandono de las personas adultas mayores. (Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor , 2014)

2.2.5. Infraestructura.

La oficina para la administración de Ecuamur, tiene aproximadamente unos 45m², los cuales para mejorar la presentación y atención al cliente serán divididos en dos ambientes, mismos que separarán los espacios para las labores del gerente, secretaria y vendedor.

2.2.6. Requerimiento de personal.

Para una óptima operatividad de Ecuamur, será necesario contar con personal para las distintas áreas, para lo cual se ha realizado el siguiente detalle de requerimiento en cuanto a talento humano.

Tabla 8. Requerimiento del personal

Personal administrativo	
1	Gerente
1	Secretaria
Personal ventas	
1	Vendedor
Personal operativo	
10	Personal de cuidados (Fisioterapeutas y enfermeros)

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

2.2.7. Requerimiento de activos fijos y suministro.

Para la operatividad de la empresa Ecuamur, será necesario equiparla con todos los muebles, equipos, herramientas y suministros, con los cuales se pueda ofrecer un servicio de calidad y oportuno para los adultos mayores, es así que a continuación se presentan los requerimientos en sus respectivas categorías.

Tabla 9. Requerimientos de activos fijos tangibles

Equipos de cómputo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Computador de escritorio	2	588,39	1.176,78
Computador portátil	1	773,00	773,00
Impresora multifunción	1	380,00	380,00
Impresora matricial	1	210,00	210,00
Total			2.539,78
Equipos de oficina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Teléfono	1	90,00	90,00
Total			90,00
Equipo Operativo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Tensiómetro	10	95,00	950,00
Termómetro	10	10,00	100,00
Estetoscopio	10	60,00	600,00
Kit primeros auxilios	10	25,00	250,00
Medidor de glucosa	10	75,00	750,00
Tablet (agenda electrónica)	10	180,00	1.800,00
Total			4.450,00

Muebles y enseres			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Escritorio ejecutivo	1	230	230,00
Estación de trabajo	10	160	1.600,00
Sillas	4	30	120,00
Archivadores aéreos	3	75	225,00
Mesa para reuniones	1	180	180,00
Sofá de espera	1	120	120,00
Mesa esquinera	2	60	120,00
Pizarrón Tiza Liquida	1	40	40,00
Total			2.635,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			10.389,78

Elaborado por: Ligia Ortiz

Tabla 10. Suministros operativos

Suministros Operativos			
Concepto	Cantidad (Pax x 100)	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Batas desechables	1	55,00	55,00
Guantes de látex desechables	1	16,00	16,00
Mascarillas desechables	1	28,00	28,00
Agente antiséptico (Alcohol)	4	2,00	8,00
Total			107,00

Elaborado por: Ligia Ortiz

2.2.8. Proceso de comercialización del servicio.

Para la oferta y comercialización del servicio de asistencia a domicilio para adultos mayores, se deberá seguir el siguiente proceso:

1. El vendedor realiza una base de datos para una mejor identificación de los clientes potenciales, nombre, sector, dirección, etc.
2. El vendedor elabora una hoja de ruta diariamente para visitar a los potenciales clientes.
3. El vendedor realiza una visita a los potenciales clientes para entregar publicidad e información de los servicios que la empresa ofrece y establecer contacto con el responsable de la decisión de compra del servicio.
4. El vendedor agrega a la base de datos la información del contacto encontrado.
5. El cliente receipta el mensaje y toma la decisión de acceder a una visita formal de presentación del servicio, de no ser así se le hará llegar publicidad y será contactado nuevamente en otra ocasión.

6. El vendedor programará una cita acordando lugar, fecha, hora, y se confirmará los datos del representante: nombre, dirección, teléfono, etc.
7. El vendedor acude hasta el domicilio del cliente; el vendedor realiza una presentación del servicio; el profesional especialista realiza una inspección y posterior evaluación de la situación actual de los requerimientos o necesidades del cliente, entre otros; y en función a ello determina las horas de atención necesarias.
8. El cliente analiza la propuesta.
9. Posteriormente, el vendedor establece un segundo contacto vía telefónica con el cliente para verificar su decisión y cerrar el negocio.
10. Una vez verificada la decisión del cliente se procede a emitir el contrato y la factura de pago del servicio y programa una cita para firmar el contrato.
11. El cliente y el Gerente firman el contrato, adicional, el cliente realiza la cancelación del servicio por adelantado mensualmente.
12. El Vendedor registra el contrato del cliente y asigna la cuenta (carpeta) al ejecutivo de cuenta.
13. La asistente o secretaria registra al nuevo cliente.
14. El profesional especialista elabora una ficha técnica (documento) del cliente, en la cual se detallará los requerimientos y características del cliente encontradas en la inspección.
15. Al finalizar el mes, el profesional especialista elaborará los respectivos informes con todas las novedades del mes.
16. El cliente revisará los informes y realizará la evaluación del servicio y lo remitirá al gerente.
17. El Gerente revisa la evaluación y en el caso de no ser satisfactoria tomará medidas inmediatas para solucionarlo.

Flujograma de proceso de comercialización.

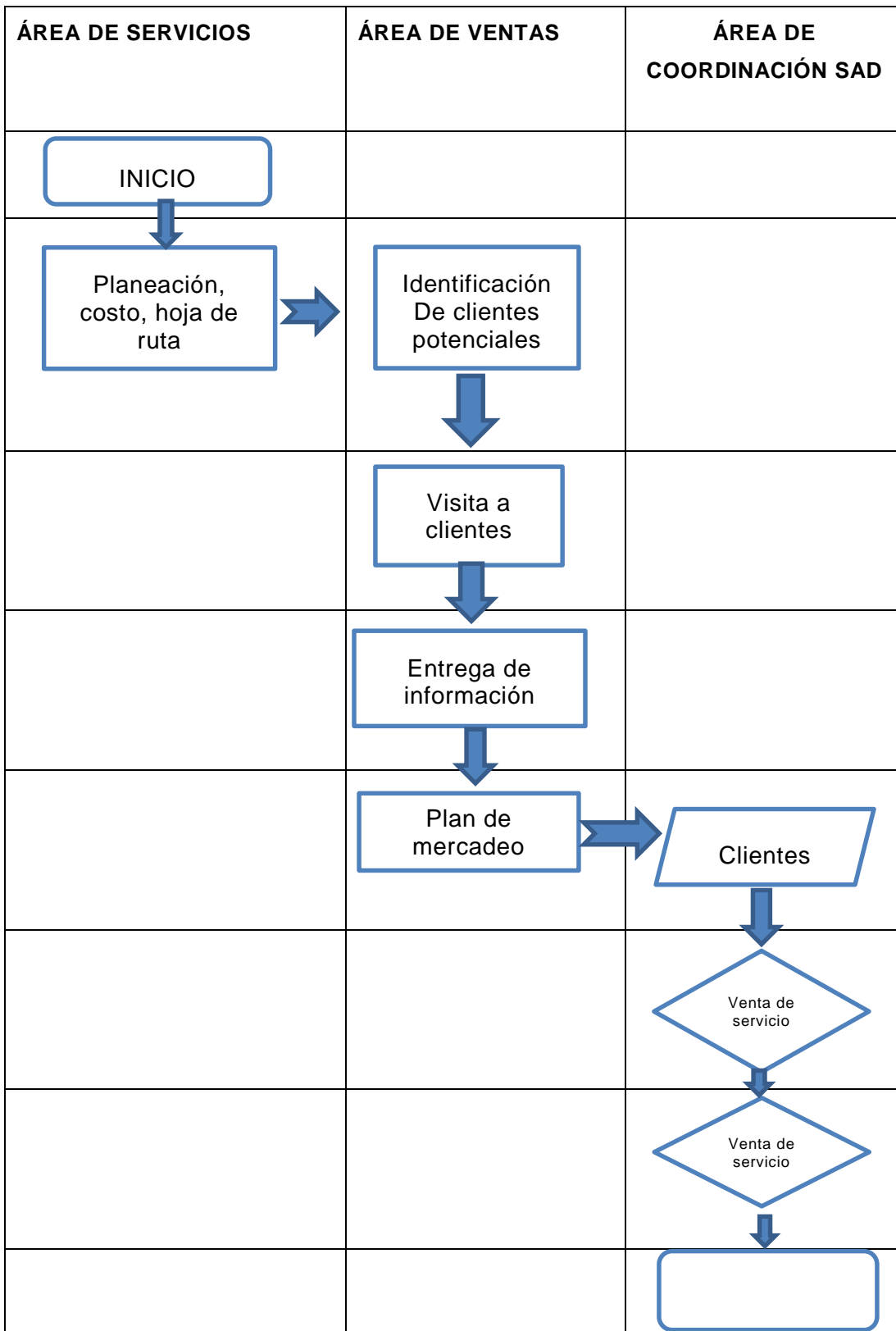


Figura 17. Flujograma de proceso de comercialización
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

CAPÍTULO III.
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

3. Estudio económico financiero.

A continuación, se da a conocer el análisis económico financiero, donde se describe la inversión requerida para ejecutar el proyecto y se definen, proyectan y analizan las operaciones económicas y financieras de la empresa necesarias para obtener un eficiente control de los recursos y alcanzar una rentabilidad.

3.1. Objetivo.

Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario; además, proyectar los flujos de caja respectivos con el fin de determinar el tiempo de recuperación de capital, VAN, TIR; con lo cual se pueda evaluar la factibilidad o no del proyecto propuesto.

3.2. Inversión.

Se detallan aquellos recursos o activos que requerirá Ecuamur para su operatividad, dentro de esta inversión se encuentran activos tangibles, y capital de trabajo; lo cual se presenta en la siguiente tabla consolidada, y el detalle se puede apreciar en el anexo 6.

Tabla 11. Resumen de inversiones

Resumen de inversiones	
Inversión total	Valor usd
Inversión en Activos Tangibles	10.389,78
Inversión en Activos Intangibles	2.200,00
Capital de Trabajo	26.914,91
Total Inversión Inicial	39.504,69

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.2.1. Activos fijos.

Se componen de los bienes tangibles y perdurables que adquiere la empresa con el propósito de prestar el servicio.

Tabla 12. Activos fijos

Activos fijos tangibles	
Descripción	Valor total
Adecuaciones	675,00
Muebles y enseres	2.635,00
Equipo operativo	4.450,00
Equipo de oficina	90,00
Equipo de cómputo	2.539,78
Total	10.389,78

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Tabla 13. Activo fijo intangible

Activo fijo intangible	
Descripción	Valor Total
Constitución de la compañía	1.000,00
Abogado	1.200,00
TOTAL	2.200,00

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.2.2. Depreciación de activos

Las depreciaciones son las disminuciones del valor de los activos fijos por el desgaste que sufren los mismos en el transcurso del tiempo. Todos los activos fijos, exceptuando los terrenos son susceptibles de depreciación. Las depreciaciones de los activos se consideran gastos no desembolsables que afectan el estado de resultados del proyecto y por ende a los impuestos que genera el mismo. (Zapata, 1999)

“El método a aplicarse en las depreciaciones de los activos fijos es el método de línea recta, este es el más adecuado debido a que los activos fijos se desgastan por igual cada período contable. Para el cálculo de la depreciación en línea recta se utiliza la siguiente fórmula”. (Zapata, 1999)

$$\text{Depreciación} = (\text{Valor del Activo Fijo} - \text{Valor residual}) / \text{Vida Útil}$$

El valor de salvamento es lo que se espera recuperar por la venta de los activos fijos cuando se liquida el proyecto.

Los porcentajes de depreciación y vida útil de los activos fijos se presentan a continuación, cabe recalcar que solo se muestra el período depreciable por una vez, ya que la reinversión de los activos podrá observarse en el flujo de efectivo.

Tabla 14. Depreciaciones

Activos fijos tangibles													
Activos	Valor	Vida útil	Valor residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Adecuaciones	675,00	10	67,50	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75
Muebles y enseres	2.635,00	10	263,50	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15	237,15
Equipo operativo	4.450,00	5	445,00	801,00	801,00	801,00	801,00	801,00					
Equipo de Oficina	90,00	5	9,00	16,20	16,20	16,20	16,20	16,20					
Equipo de cómputo	2.539,78	3	253,98	761,93	761,93	761,93							
TOTAL	10.389,78			1.877,03	1.877,03	1.877,03	1.115,10	1.115,10	297,90	297,90	297,90	297,90	297,90

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.2.3. Capacidad Instalada

Considerando el número de personal con el que contará Ecuamur, así como todos los requerimientos para el funcionamiento de la empresa detallados anteriormente, se determina que la empresa tiene capacidad para atender a 70 adultos mayores de manera mensual, es decir un total de 840 usuarios del servicio de manera anual; con la aplicación de las estrategias planteadas, se prevé un incremento del 5% anual; estos datos permitirán conocer los ingresos proyectados que tendrá el proyecto. Se brindará un servicio de 50 horas estimadas por paciente, el cobro del servicio será por las horas del servicio brindadas.

3.2.4. Capital de trabajo.

“Capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre flujo de ingresos y egresos. Se entiende como la cantidad de dinero necesaria para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera” (Zapata, 1999)

Tabla 15. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos Administración	1.386,32	4.158,95
Arriendo	180,00	540,00
Servicios básicos	150,00	450,00
Suministros de limpieza	8,30	24,89
Suministros de oficina	27,09	81,27
Patente Municipal	120,00	120,00
Permiso de Funcionamiento	55,00	55,00
Sub total	1.926,70	5.430,11
GASTOS OPERATIVOS		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos personal operativo	6.054,67	18.164,00
Suministros operativos (Anexo 6)	107,00	321,00
Sub total	6.161,67	18.485,00
GASTO DE VENTAS		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldo Ventas	512,43	1.537,30
Plan de Marketing	487,50	1.462,50
Sub total	999,93	2.999,80
TOTAL		26.914,91

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

El detalle de los rubros de capital de trabajo se observa en los cuadros posteriores. Se ha determinado un capital de trabajo a tres meses, ya que se estima es un tiempo razonable en el cual la empresa ya podrá cubrir con sus ingresos los costos operativos en función de las ventas.

3.3. Mano de obra

A continuación se detalla el total de trabajadores que se necesitan para el funcionamiento de Ecuamur y el salario que percibirá cada uno de ellos, se ha establecido una tabla para el primer año que integra los pagos sin incluir vacaciones ni fondos de reserva y para el segundo año se incluyen dichos rubros.

Tabla 16. Nómina Primer año

NÓMINA PRIMER AÑO								
PERSONAL DE VENTAS								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Vendedor	400	400,00	48,60	33,33	30,50	512,43	6.149,20
TOTAL		400,00	400,00	48,60	33,33	30,50	512,43	6.149,20
PERSONAL OPERATIVO								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
10	Fisioterapistas y Enfermeras/os	500	5.000,00	607,50	416,67	30,50	6.054,67	72.656,00
TOTAL		500,00	5.000,00	607,50	416,67	30,50	6.054,67	72.656,00
PERSONAL ADMINISTRACIÓN								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldos Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente	700	700,00	85,05	58,33	30,50	873,88	10.486,60
1	Secretaria	400	400,00	48,60	33,33	30,50	512,43	6.149,20
TOTAL		1.100,00	1.100,00	133,65	91,67	61,00	1.386,32	16.635,80

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Tabla 17. Nómina segundo año

NÓMINA A PARTIR DE SEGUNDO AÑO										
PERSONAL DE VENTAS										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Vendedor	400	400,00	48,60	16,67	33,32	33,33	30,50	562,42	6.749,04
TOTAL		400,00	400,00	48,60	16,67	33,32	33,33	30,50	562,42	6.749,04
PERSONAL DE VENTAS										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
10	Fisioterapistas y Enfermeros/as	500	5.000,00	607,50	20,83	416,50	416,67	305,00	6.766,50	81.198,00
TOTAL		500,00	5.000,00	607,50	20,83	416,50	416,67	305,00	6.766,50	81.198,00
PERSONAL ADMINISTRACIÓN										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente	700	700,00	85,05	29,17	58,31	58,33	30,50	961,36	11.536,32
1	Secretaria	400	400,00	48,60	16,67	33,32	33,33	30,50	562,42	6.749,04
TOTAL		1.100,00	1.100,00	133,65	45,83	91,63	91,67	61,00	1.523,78	18.285,36

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.4. Gastos administrativos.

En el siguiente cuadro se detallan los gastos de administración en los que se incurrirá, incluye sueldos, servicios básicos, suministros, entre otros.

Tabla 18. Gastos Administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos Administración	1.386,32	16.635,80
Arriendo	180,00	2.160,00
Servicios básicos	150,00	1.800,00
Suministros de limpieza	8,30	99,55
Suministros de oficina	27,09	325,08
Patente Municipal	120,00	120,00
Permiso de Funcionamiento	55,00	55,00
TOTAL	1.926,70	21.195,43

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.5. Gastos operativos

A continuación se detallan los gastos operativos para el desempeño de las actividades.

Tabla 19. Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos personal operativo	6.054,67	72.656,00
Suministros operativos (Anexo 6)	107,00	1.284,00
TOTAL	6.161,67	73.940,00

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.6. Gastos de ventas.

A continuación se detallan los gastos de ventas, donde se incluyen los sueldos del vendedor y el plan de marketing.

Tabla 20. Gasto de ventas

GASTO DE VENTAS		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos	512,43	6.149,20
Plan de Marketing	487,50	5.850,00
TOTAL	999,93	11.999,20

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.7. Aporte de socios.

La inversión se encuentra dividida de la siguiente manera, con respecto al aporte de cada socio a la empresa:

Tabla 21. Porcentaje de inversión

% INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	29.628,52	75%
Socio 1	9.876,17	
Socio 2	9.876,17	
Socio 3	9.876,17	
Financiamiento	9.876,17	25%
Total	39.504,69	100%

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Como se puede observar en la tabla la inversión total ha sido dividida en dos partes; el 75% que será aportado en partes igualitarias por los 3 socios, y un crédito del 25% restante, que será financiado por medio de la CFN, que ofrece créditos para emprendimientos al 11,20% de interés anual.

3.8. Financiamiento externo.

Luego de haber estimado la inversión total para el proyecto, se realiza un análisis para obtener las fuentes por las que se va a financiar el mismo. Por lo tanto se ha estimado que el préstamo requerido asciende a un monto de 9.876,17, y se ha escogido a la Corporación Financiera Nacional como organismo crediticio, ya que en comparación a otras entidades su tasa de interés es la más baja en el mercado.

La tasa efectiva ofertada por la CFN actualmente asciende a 11,20% anual, esta tasa es tanto para las personas naturales o jurídicas que desean ampliar o implementar una empresa. Los montos para este tipo de créditos van desde \$3000, estos pueden financiar

hasta el 70% de proyectos nuevos. La deuda se amortizará para 5 años, con una tasa de interés del 11,00%, para lo cual se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Dónde:

A = Valor del préstamo

I = Interés.

R = Pago periódico.

n = Número de períodos.

A continuación se presenta la tabla de amortización.

Tabla 22. Tabla de amortización

TABLA DE PAGOS				
Periodo de pago:		Anual	Mensual	
Monto:		9.876,17	164,60	
Plazo (años):		5	60	
Periodo de gracia (años):		0	0	
Taza de interés (anual):		11,00%	0,92%	
Periodo	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	9.876,17	1.004,74	1.975,23	2.979,97
2	7.900,94	783,51	1.975,23	2.758,74
3	5.925,70	562,28	1.975,23	2.537,52
4	3.950,47	341,06	1.975,23	2.316,29
5	1.975,23	119,83	1.975,23	2.095,07

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Se debe señalar que los pagos que se observan en la tabla son acumulados anuales, el detalle de cuotas mensuales se pueden observar en el anexo 7.

3.9. Egresos.

En la siguiente tabla se presentan los egresos que tendrá la empresa proyectados para 5 años. Dentro de los rubros se reflejan los gastos de administración, operativos, gastos de ventas y gastos financieros, para la proyección de los mismos se ha tomado como referente el promedio de inflación de enero a diciembre de 2017, mismo que asciende a 1,55%.

Tabla 23. Egresos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Descripción					
Gasto de Ventas	11.999,20	12.689,81	12.886,72	13.086,67	13.289,74
Sueldo vendedor	6.149,20	6.749,04	6.853,76	6.960,11	7.068,11
Plan de Marketing	5.850,00	5.940,77	6.032,95	6.126,56	6.221,63
Gastos de Administración	23.072,46	24.790,06	25.142,88	24.739,24	25.103,09
Sueldos Administración	16.635,80	18.285,36	18.569,09	18.857,22	19.149,82
Arriendo	2.160,00	2.193,52	2.227,55	2.262,12	2.297,22
Servicios básicos	1.800,00	1.827,93	1.856,29	1.885,10	1.914,35
Suministros de limpieza	99,55	101,09	102,66	104,26	105,87
Suministros de oficina	325,08	330,12	335,25	340,45	345,73
Depreciaciones	1.877,03	1.877,03	1.877,03	1.115,10	1.115,10
Patente Municipal	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Permiso de Funcionamiento	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
Gastos operativos	73.940,00	82.501,92	83.782,08	85.082,10	86.402,29
Sueldos personal operativo	72.656,00	81.198,00	82.457,92	83.737,39	85.036,72
Suministros operativos (Anexo 6)	1.284,00	1.303,92	1.324,16	1.344,70	1.365,57
Gastos Financieros	1.004,74	783,51	562,28	341,06	119,83
Intereses Financiamiento	1.004,74	783,51	562,28	341,06	119,83
Total Egresos	110.016,40	120.765,30	122.373,95	123.249,07	124.914,94

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.10. Ingresos.

Al tener una demanda insatisfecha de 2788 personas anualmente, y aproximadamente 232 de manera mensual, se procede a realizar el cálculo que permita conocer a que porcentaje de la población insatisfecha la empresa Ecuamur brindará sus servicios, cuyo resultado es el 30,17% que correspondería a las 70 personas que se prevé atender.

Para determinar el precio del servicio, se ha determinado el costo total unitario estimado por cada hora de servicio; para el caso del costo variable unitario se ha dividido el total del costo operativo para las horas de atención promedio mensual (50), además para el estimado de usuarios mensuales (70); por otro lado para el costo fijo unitario, se ha dividido la suma de todos los egresos anuales excepto el costo operativo, y dividido para los mismos factores señalados en el Cvu., la suma de estos resultados da el costo total unitario que se observa en la tabla 24.

Tabla 24. Costo Unitario

	Cvu	Cfu	Ctu
Costo promedio por hora de servicio	1,76	0,86	2,62

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Para realizar los cálculos correspondientes es necesario realizar operaciones de división de las cuentas pertinentes, como se observa en el anexo 8.

A partir del costo total unitario se ha determinado un margen de rentabilidad del 15%, el detalle se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 25 Cálculo de precios e ingresos

Descripción	Costo promedio hora de servicio	Margen de utilidad	PVP por hora	Horas de atención promedio mensual por adulto mayor	Ingreso mensual estimado por adulto mayor	Estimado de usuarios mensual	Ingreso mensual	Ingreso anual
Valor por usuario	2,62	15,00%	3,01	50	150,62	70	10.543,24	126.518,86
TOTAL								126.518,86

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Para la proyección de los ingresos se ha determinado que se tendrá un crecimiento anual del 5% a manera de un escenario esperado, cabe recalcar que el índice de crecimiento debe superar al índice de inflación con la finalidad de que la tendencia de crecimiento de la empresa sea positiva, caso contrario tendería hacia la pérdida a lo largo del tiempo.

Tabla 26. Proyección de ingresos

INGRESOS PROYECTADOS					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso por ventas	126.518,86	132.844,80	139.487,04	146.461,40	153.784,47

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.11. Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos, es decir el punto en que la empresa no pierde ni obtiene utilidad. Este análisis permite a las empresas conocer mediante una representación gráfica el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a percibir utilidades. En el siguiente cuadro se detallan los valores que se necesitan para el cálculo del punto de equilibrio:

Tabla 27 Factores punto de equilibrio

Rubros	Valor
Precio ventas unitario promedio	150,62
Costo variable unitario promedio	88,02
Costos fijos	38.076,40

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Para mejor comprensión, se han determinado rangos con distintas cifras de volumen de ventas, en cada uno se aprecia el nivel de ingresos, costos y utilidad, determinándose de esta manera que el punto de equilibrio se encuentra cuando la empresa mensualmente ofrece el servicio a 637 clientes, en dicho nivel de ventas la utilidad es de USD 3,58, es la cifra más cercana al punto de equilibrio que es 0, y esto se debe a que las unidades o personas no pueden fraccionarse, por lo que dicho valor será cercano pero no 0.

Tabla 28. Punto de equilibrio

Adultos mayores	1	58	115	173	230	288	346	403	461	518	576	634	691	749
Valor \$ ventas	150,62	8675,58	17351,16	26026,74	34702,32	43377,89	52053,47	60729,05	69404,63	78080,21	86756	95431,37	104106,95	112782,53
Valor costo variable	88,02	5.070	10.140	15.211	20.281	25.351	30.421	35.491	40.561	45.632	50.702	55.772	60.842	65.912
Costo fijo	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076	36.076
COSTO TOTAL	36.164	41.147	46.217	51.287	56.357	61.427	66.497	71.568	76.638	81.708	86.778	91.848	96.918	101.989
BENEFICIO	-36.014	-32.471	-28.866	-25.260	-21.655	-18.049	-14.444	-10.839	-7.233	-3.628	-22,32	3.583	7.188	10.794

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

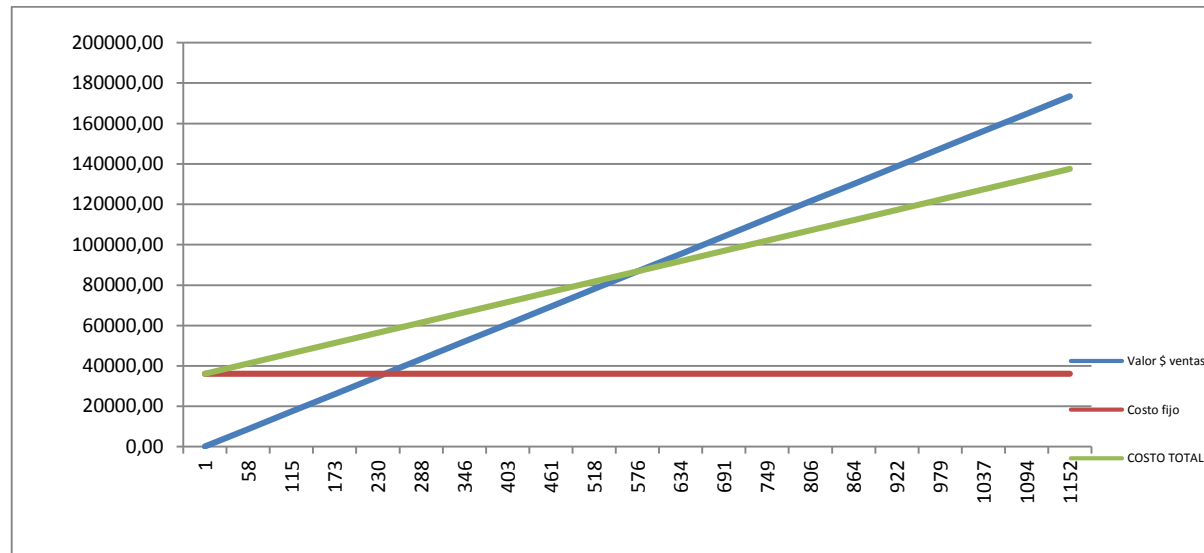


Figura 18. Punto de equilibrio
Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

La empresa tiene una capacidad para atender a 70 clientes mensuales, mismos que deben ser atendidos 637 horas mensuales para llegar a un punto de equilibrio, esto es porque cada usuario debe pagar una mensualidad por el servicio recibido, recalcando que se estima que los mismos 70 clientes sean los que adquieran el servicio consecutivamente. A través del gráfico, se determina que para que la empresa no tenga pérdidas, y pueda cumplir con los respectivos pagos; es necesaria la venta de las 637 horas entre los 70 pacientes.

Es fundamental mencionar que no se realiza ningún tipo de proyección para los clientes, es nada más un aspecto ilustrativo que permita comprender de mejor manera el nivel de pérdida o ganancia que la empresa obtiene al vender su servicio a determinado número de clientes.

3.12. Estados financieros.

Los estados financieros son un elemento muy importante dentro de este análisis ya que dan una perspectiva actual y futura de la situación financiera y económica a lo largo de un período, lo cual permitirá tener una visión clara sobre la inversión que se pretende realizar en el proyecto.

Los estados financieros considerados para el presente estudio son:

- Balance general
- Flujo de efectivo

3.12.1. Balance General.

“Es un documento contable que demuestra la situación económica de la empresa al inicio de sus operaciones” (Barreno, 2004). El balance general refleja la situación patrimonial de una empresa, consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero.

Tabla 29. Balance Inicial

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		26.914,91	Pasivo no corriente
Caja/Bancos	26.914,91		9.876,17
			Préstamo Bancario
			9.876,17
Activo no corriente		12.589,78	
Activo Fijo	10.389,78		
Adecuaciones	675,00		
Muebles y enseres	2.635,00		
Equipo operativo	4.450,00		
Equipo de Oficina	90,00		
Equipo de cómputo	2.539,78		
Activo Intangible	2.200,00		Patrimonio
Constitución de la compañía	1.000,00		Capital Social
Abogado	1.200,00		29.628,52
TOTAL ACTIVOS		<u>39.504,69</u>	TOTAL PAS.+ PAT.
			<u>39.504,69</u>

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.12.2. Flujo Neto de Caja.

El estado de flujo neto de caja “calcula las entradas y salidas de dinero, durante un periodo; con el objetivo de medir la capacidad de generar dinero en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos” (Sarmiento, 2000).

El flujo de caja se ha proyectado a 5 años.

Tabla 30. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso de operación	0,00	126.518,86	132.844,80	139.487,04	146.461,40	153.784,46
(-)Costos Adm, Operativos y Vtas.	0,00	109.011,66	119.981,79	121.811,67	122.908,01	124.795,11
(-)Costos financieros	0,00	2.979,97	2.758,74	2.537,52	2.316,29	2.095,07
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	0,00	14.527,23	10.104,26	15.137,85	21.237,10	26.894,29
(-)15% reparto utilidad trab.	0,00	2.179,08	1.515,64	2.270,68	3.185,56	4.034,14
(=)Utilidad antes de Impuestos	0,00	12.348,14	8.588,62	12.867,18	18.051,53	22.860,14
23% Impuesto a la Renta	0,00	2.840,07	1.889,50	2.830,78	3.971,34	5.029,23
(=)Utilidad antes de reservas	0,00	9.508,07	6.699,13	10.036,40	14.080,19	17.830,91
5% Reserva de Capital	0,00	475,40	334,96	501,82	704,01	891,55
(=)Utilidad Neta	0,00	9.032,67	6.364,17	9.534,58	13.376,18	16.939,37
(-)Capital de trabajo	0,00	26.914,91	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación capital de trabajo	0,00	26.914,91	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Depreciación	0,00	1.877,03	1.877,03	1.877,03	1.115,10	1.115,10
(-)Inversión	39.504,69	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Reinversión de activos	0,00	0,00	0,00	2.539,78	0,00	4.540,00
(+)Valor de rescate de activo	0,00	0,00	0,00	253,98	0,00	454,00
(=)Flujo neto generado	39.504,69	10.909,70	8.241,20	9.125,81	14.491,28	13.968,47

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.13. Evaluación Financiera.

Esta evaluación se realiza con el propósito de “demostrar la viabilidad del proyecto en las condiciones de financiamiento planteadas y determinar los márgenes de variación de esas condiciones” (Sarmiento, 2000).

En el presente proyecto se utilizarán los siguientes indicadores:

- Tasa mínima aceptable de rendimiento (Tmar)
- Valor actual neto (Van)
- Tasa interna de retorno (Tir)
- Periodo de recuperación de capital (Prc)
- Costo de oportunidad

3.13.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La TMAR consiste en la sumatoria de 3 indicadores económicos del país que son la tasa pasiva, inflación y riesgo país, los cuales deberán mostrar si la inversión crece en términos reales, mediante la comparación de este con la TIR que debe expresar un porcentaje mayor a este valor, para que la inversión sea atractiva.

Tabla 31. TMAR

Indicadores	%
Tasa Pasiva	4,13%
Tasa de inflación global de la economía	1,55%
Riesgo del proyecto (mediano)	5,24%
TMAR :	10,92%

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

3.13.2. Valor actual neto (VAN).

“Es la sumatoria de los valores actualizados del flujo neto de caja, a una tasa mínima atractiva de rendimiento de capital (TMAR), o una tasa adecuada o pertinente para el inversionista” (Caldas, 2006)

Consiste en descontar al momento actual, todos los flujos de caja proyectados, restando la inversión inicial, para lo cual se necesita de la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^n} - I_0$$

Dónde:

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Para el cálculo del VAN es necesario conocer el costo de oportunidad del proyecto que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 32. Costo de oportunidad

Fuente	Valor	Porcentaje	Tasa	Ponderación
Propias	29.628,52	75,00%	10,92%	8,19%
Externas	9.876,17	25,00%	11,20%	2,80%
Total Financiamiento	39.504,69	100,00%		
COSTO PONDERADO DE CAPITAL				10,99%

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Para este caso se ha considera un costo de oportunidad de 10,99% que es el valor que se deja de percibir si se hubiera invertido en otras opciones.

Tabla 33. VAN

Tasa descuento	10,99%
Años	Flujos
Inversión	39.504,69
Año 1	10.909,70
Año 2	8.241,20
Año 3	9.125,81
Año 4	14.491,28
Año 5	13.968,47
VAN	72.564,15

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Por lo tanto se concluye que luego de traer los flujos a valor presente son > 0 con un valor de \$72.564,15, con lo cual según este indicador la rentabilidad quedaría demostrada.

3.13.3. Tasa interna de retorno (TIR).

“La tasa interna de retorno ofrece, en términos relativos, la rentabilidad del proyecto, que debe ser única e independiente del coste asumido por los recursos aportados” (Caldas, 2006). Se la conoce como la tasa que hace que el VAN sea cero, es decir que el valor presente de las entradas de efectivo sea igual a la inversión inicial neta realizada.

La fórmula para calcula la TIR es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Dónde:

Yt = Flujo de ingresos del proyecto

Et = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

Io = Inversión del proyecto

Tabla 34. TIR

Años	Flujos
Inversión	-39.504,69
Año 1	10.909,70
Año 2	8.241,20
Año 3	9.125,81
Año 4	14.491,28
Año 5	13.968,47
TIR	12,42%

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Mediante la información tomada del estado de flujo efectivo, se obtuvo una TIR de 12,42% valor que al ser comparado con la TMAR de 10,92%, vemos que es mayor, cumpliendo con esta condición.

3.13.4. Periodo de recuperación de capital.

“Se define como el tiempo que transcurre para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión. Es establecer un periodo de tiempo en el que se puede recuperar el capital invertido” (Caldas, 2006)

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$PR = (t_n) + \left(\frac{C_n}{FTE} \right)$$

Dónde:

T= Inversión inicial

C= Flujo de fondos del año anterior

FTE= Flujo de fondos del año de recuperación

Tabla 35. PRC

Inversión USD		39.504,69	
Tiempo	Flujo de Fondos	Valor USD	Acumulación de Flujos
Año 1	Flujo de Fondos 1	10.909,70	10.909,70
Año 2	Flujo de Fondos 2	8.241,20	19.150,90
Año 3	Flujo de Fondos 3	9.125,81	28.276,71
Año 4	Flujo de Fondos 4	14.491,28	42.768,00
Año 5	Flujo de Fondos 5	13.968,47	56.736,47
PRC 3 AÑOS, 10 MESES			

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Posterior al cálculo se determinó que el capital se recupera en aproximadamente 3 años y 10 meses.

3.13.5. Viabilidad del proyecto.

En el siguiente cuadro se resume los criterios para conocer si el proyecto es viable:

Tabla 36. Viabilidad

Criterios	Resultado
TIR > TMAR	Viable
VAN descontado TMAR > 0	Viable
PRC < 5 años	Viable

Elaborado por: Ligia María Ortiz Escobar

Como se puede observar en el cuadro se ha cumplido los 3 criterios de evaluación en el que la TIR es mayor a la TMAR, el VAN es mayor a 0 y el PRC es menor a 5 años, por lo cual se concluye que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

- El promedio de edad del adulto mayor en los últimos años se ha incrementado, por lo que se supera con facilidad los 75 años, lo que resulta beneficioso para la empresa Ecuamur ya que este nicho de mercado pronto necesitará de los servicios de atención personalizada.
- Mediante el desarrollo del estudio de mercado se pudieron determinar que los servicios ofertados por la empresa Ecuamur son de gran aceptación dentro del mercado de la ciudad de Riobamba, reflejando así una demanda de 15.729 personas mayores de 65 años dentro de la zona objetivo del proyecto, reflejando la factibilidad comercial del proyecto.
- Al momento de realizar el respectivo diseño del estudio organizacional, se han plasmado aspectos de interés para la organización tales como filosofía empresarial, valores corporativos, políticas, organigrama institucional, y factores legales; por medio de cada uno de los elementos señalados se busca consolidar y fortalecer a la empresa en el ámbito competitivo frente a diferentes instituciones que ofrecen servicios similares al propuesto; generando así el fortalecimiento de la imagen corporativa de Ecuamur.
- Para la elaboración del estudio técnico se ha considerado importante destacar el requerimiento de personal especializado, dividido en las diferentes áreas como son: administrativas, de ventas y operativo, que son considerados como el recurso más importante de la empresa, ya a través de su trabajo se asegurará la calidad del servicio de Ecuamur.
- Después de analizados los criterios de viabilidad del proyecto en mención, se verifica que el mismo es factible económica y financieramente, ya que los valores que arrojan los cálculos son: TIR con 12,42%, el VAN es de \$72.564,15 y el tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años y 10 meses aproximadamente.

RECOMENDACIONES

- La propuesta enfocada en la prestación de servicio de ayuda domiciliaria enfocada en los adultos mayores, es una oportunidad de negocio importante para aquellas personas inversionistas que deseen emprender un tipo de negocio para lo cual se recomienda tomar en cuenta los diferentes criterios planteados en el desarrollo de la presente propuesta, con la finalidad de crear fuentes de trabajo y lograr satisfacer una necesidad latente en el mercado.
- Se recomienda tomar en cuenta los requerimientos del adulto mayor en función de cumplir con sus expectativas de servicio, por ello es recomendable al momento de poner en marcha la propuesta tomar en consideración el perfil del cliente y sus necesidades.
- Se sugiere que se busque el cumplimiento de la filosofía la filosofía institucional y de las políticas propuestas, ya que esto se convertiría en la carta de presentación de Ecuamur para con los usuarios, para el funcionamiento de la empresa.
- A través del estudio técnico, se conocieron los requerimientos de materiales y mano de obra; es recomendable que la empresa considere el incremento de usuarios que utilicen el servicio, para determinar a futuro si es necesaria la adquisición de nuevos equipos o el centro de atención es el adecuado, buscando así satisfacer las necesidades de servicio de los pacientes.
- Se sugiere considerar las evaluaciones financieras como el VAN, TIR, periodo de recuperación, para lo cual se sugiere que se efectúe el plan de negocios propuesto, el cual es una empresa de servicios de ayuda a domicilio Ecuamur ya que según reflejan los datos obtenidos existe viabilidad para el proyecto.
- Se sugiere la aplicación del plan de marketing propuesto, mismo que permitirá llegar al usuario de mejor manera utilizando los recursos tecnológicos disponibles, buscando un incremento en el número de clientes, lo que conllevará al crecimiento empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2007). *Evaluación de Proyectos*. México: McGrawHill/ Interamericana editores.
- Backer, M., Jacobsen, I., & Ramires, P. (2006). *Un enfoque administrativo para la toma de decisiones*. . México: McGraw – Hill.
- Barreno, L. (2004). *Compendio de proyectos* . Quito .
- Caldas, M. (2006). *Preparación y evaluación de proyectos* . México : Norma.
- Contel, J., Gené, J., & Peya, M. (1999). *Atención domiciliaria: organización y práctica*. España: Springer.
- Fundación Pilares. (2014). Evolución del servicio de ayuda a domicilio en el ámbito Internacional y España. Obtenido de http://www.fundacionpilares.org/docs/2016/EstudioSAD/SAD_EvolucionConceptualizacion.pdf
- Getxo. (2013). *Getxo*. Obtenido de http://www.getxo.eus/DocsPublic/vivirengetxo/castellano/servicios_sociales/documentacion/cartera_servicios/servicio_ayuda_domicilio_2008.pdf
- Hernandez, J. (2006). *Guía para elaborar un plan de negocios*. México: Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial.
- INEC. (2010). *Censo de población y vivienda (redatam)*. Quito: Inec.
- INEC. (2013). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Proyección por edades Provincias 2010-2020 y nacional: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Lamb, D. (2002). *Marketing*. México: Thompson.
- Ley de compañías*. (2012). Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Rodriguez, P. (2007). *Manual de información para auxiliares Los Servicios de ayuda a domicilio*. Buenos Aires - Argentina: Panamericana.

Santander. (2012). *Guia de plan de negocios*. Obtenido de <http://www.upp.edu.mx/front/wp-content/uploads/2015/09/Guia-de-Plan-de-Negocios.pdf>

Sarmiento, R. (2000). *Contabilidad General*. México: PublinGraf.

Seco, J. (1997). *La asistencia social y los servicios sociales en España*. España: B.O.E.

Subsecretaría Intergeneracional Dirección de Población Adulta Mayor . (2014). *Guia Operativa del Modelo de Atención y Gestión Domiciliaria del Buen Vivir para el Adulto Mayor*. Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Zapata, P. (1999). *Contabilidad General*. . Colombia: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Formulario de encuesta dirigida al responsable del adulto mayor

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA ÁREA ADMINISTRATIVA

Estimado ciudadano, el motivo de la presente encuesta ayudará a la realización de un Plan de negocio para la creación e implementación de la empresa de servicios de Ayuda a Domicilio "Ecuamur", en la ciudad de Riobamba, sus respuestas a este cuestionario servirán para conocer sus preferencias, necesidades y requerimientos. Por favor responda con honestidad.

Definición de servicios de Ayuda a Domicilio: Los servicios de ayuda a domicilio para el presente caso están definidos como servicios de apoyo para adultos mayores, integrados por servicios de ayuda básica de acompañamiento, asistencia personal y control de regímenes médicos y alimenticios.

Datos Generales

Género: Femenino Masculino

Edad: _____

1. ¿Conoce acerca de los servicios de ayuda a domicilio?

Sí No

2. ¿Ha hecho uso de los servicios de ayuda a domicilio? (Si su respuesta fue NO pase a la pregunta 4)

Sí No

3. ¿Está satisfecho(a) con los servicios de ayuda a domicilio que ha recibido?

Sí No

¿Por qué? _____

4. ¿Qué servicios de ayuda a domicilio requiere habitualmente?

Aseo personal del asistido	<input type="checkbox"/>	Control de los hábitos alimenticios del asistido	<input type="checkbox"/>
Ayuda a la movilidad	<input type="checkbox"/>	Administración de la medicación según pauta médica	<input type="checkbox"/>
Atención al ocio del usuario	<input type="checkbox"/>	Acompañamiento al médico u otros organismos	<input type="checkbox"/>
Servicio de duermevela	<input type="checkbox"/>	Realizar mantenimiento básico del hogar.	<input type="checkbox"/>
Aseo de la ropa del asistido.	<input type="checkbox"/>	Realización de las compras domesticas básicas.	<input type="checkbox"/>

¿Qué servicios adicionales recibe o le gustaría recibir, a parte de los mencionados?

5. De los siguientes rangos ¿cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por los servicios de ayuda a domicilio diariamente? (Se debe considerar las horas promedio que requiere del servicio)

Horas promedio por día: _____

Rango de precios:

\$5- \$10 \$10- \$20 \$20- \$30 \$30- \$40

6. ¿Con qué frecuencia requeriría los servicios de ayuda a domicilio?

Un día por semana Dos días por semana Tres días por semana

Cuatro días por semana Cinco días por semana Seis días por semana

Todos los días

7. Si una nueva empresa le ofreciera servicios de ayuda a domicilio, y esta cubriera sus expectativas en precio y calidad de servicio, ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de esta nueva empresa?

Sí No

8. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que usted preferiría recibir información de los servicios de ayuda a domicilio?

Periódicos Internet Televisión

Mensajería móvil Radio Publicidad impresa

Llamadas telefónicas

Otros (especifique) _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Formulario de encuesta dirigida al adulto mayor

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Estimado ciudadano, el motivo de la presente encuesta ayudará a la realización de un Plan de negocio para la creación e implementación de la empresa de servicios de Ayuda a Domicilio “Ecuamur”, en la ciudad de Riobamba, sus respuestas a este cuestionario servirán para conocer sus preferencias, necesidades y requerimientos. Por favor responda con honestidad.

Definición de servicios de Ayuda a Domicilio: Los servicios de ayuda a domicilio para el presente caso están definidos como servicios de apoyo para adultos mayores, integrados por servicios de ayuda básica de acompañamiento, asistencia personal y control de regímenes médicos y alimenticios.

Datos Generales

Género: Femenino Masculino

Edad

60-70	
71-80	
Más de 80	

1. ¿Requiere usted de cuidados personales?

Si	
No	

2. ¿En qué áreas requiere de cuidados personales?

Control de regímenes alimenticios	
Higiene personal	
Medicinas y monitoreo de salud	
Actividades físicas	
Todas las anteriores	

3. ¿Cuáles son las necesidades específicas respecto al control de medicina y monitoreo de salud?

Trastorno del sueño	
Problemas con incontinencia	
Problemas de movilidad	
Suministro de medicamentos	
Otros	

4. ¿Cuáles son sus actividades físicas de preferencia?

Actividades de gimnasia	
Expresión corporal	
Caminatas	
Rehabilitación	
Deportes	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3 Legalización de la compañía

CARACTERÍSTICAS GENERALES	COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
MIEMBROS	Son llamados socios, compañía mercantil, pero sus socios por el hecho de integrarla no adquiere la calidad de comerciantes.
CANTIDAD DE MIEMBROS	Mínimo tres, máximo quince
RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS	Se extiende exclusivamente al monto de sus aportaciones individuales
ORGANISMOS DE CONTROL	Superintendencia de Compañías
CAPITAL	Mínimo \$ 400.00 - el capital deberá suscribirse íntegramente, pagarse al menos el 50% del valor nominal de cada participación y este valor depositarse para apertura de Cuenta de Integración de Capital. - es representado en "participaciones" de un dólar o múltiplos de un dólar de los Estados Unidos de América
TRANSFERENCIA O SESIÓN DE PARTICIPACIONES	Para transferir participaciones, todos los socios deben estar de acuerdo
EFFECTOS FISCALES Y TRIBUTARIOS	Sociedad de capital
EXISTENCIA DE LA COMPAÑÍA	A partir de su inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.
DOMICILIO	Toda compañía de responsabilidad limitada que se constituya en el Ecuador debe tener su domicilio principal dentro del territorio nacional, según se hará constar en el estatuto de la misma. Si la compañía tuviere sucursales o establecimientos administrativos por un factor, los lugares en que funciones se considerarán como domicilio de tales compañías, para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por el factor.
FONDO DE RESERVA	La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.
AUMENTO DE CAPITAL	Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Anexo 4 Resultados de las encuestas dirigidas a los responsables del adulto mayor

1. EDAD		
30 – 40	202	54%
41 – 50	32	9%
51 – 60	82	22%
MAS DE 61	60	16%
TOTAL	376	100%

2. GÉNERO		
MASCULINO	176	47%
FEMENINO	200	53%
TOTAL	376	100%

3 ¿CONOCE ACERCA DE LOS SERVICIOS DE AYUDA A DOMICILIO PARA ADULTOS MAYORES?		
SI	246	65%
NO	130	35%
TOTAL	376	100%

4. ¿Ha hecho uso de los servicios de ayuda a domicilio? (Si su respuesta fue NO pase a la pregunta 4)		
SI	210	56%
NO	166	44%
TOTAL	376	100%

5. ¿Está satisfecho(a) con los servicios de ayuda a domicilio que ha recibido?		
SI	101	48%
NO	109	52%
TOTAL	210	100%

6 ¿Qué servicios de ayuda a domicilio requiere habitualmente?		
Aseo personal del asistido	73	19%
Control de los hábitos alimenticios del asistido	58	15%
Ayuda a la movilidad	53	14%
Administración de la medicación según pauta médica	80	21%
Acompañamiento al médico u otros organismos	45	12%
Atención al ocio del usuario	3	1%
Realizar mantenimiento básico del hogar.	50	13%
Servicio de duermevela	2	1%
Realización de las compras domesticas básicas.	6	2%
Aseo de la ropa del asistido.	6	2%
TOTAL	376	100%

7. Número de horas que requieren para el servicio		
1 - 3 HORAS	67	18%
4 - 6 HORAS	189	50%
7- 10 HORAS	120	32%
TOTAL	376	100%

8. De los siguientes rangos ¿cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por los servicios de ayuda a domicilio diariamente? (Se debe considerar las horas promedio que requiere del servicio)		
\$5 - \$10	33	9%
\$10 - \$20	34	9%
\$20 - \$30	189	50%
\$30 - \$40	120	32%
TOTAL	376	100%

9. ¿Con qué frecuencia requeriría los servicios de ayuda a domicilio?		
1 DÍA POR SEMANA	0	0%
2 DÍA POR SEMANA	13	3%
3 DÍA POR SEMANA	86	23%
4 DÍA POR SEMANA	79	21%
5 DÍA POR SEMANA	98	26%
6 DÍA POR SEMANA	55	15%
TODOS LOS DÍAS DE LA SEMANA	45	12%
TOTAL	376	100%

10. Si una nueva empresa le ofreciera servicios de ayuda a domicilio, y esta cubriera sus expectativas en precio y calidad de servicio, ¿Estaría dispuesto a utilizar los servicios de esta nueva empresa?		
SI	298	79%
NO	78	21%
TOTAL	376	100%

11. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que usted preferiría recibir información de los servicios de ayuda a domicilio?		
PERIÓDICOS	50	15%
INTERNET	145	43%
TELEVISIÓN	30	9%
MENSAJERÍA MÓVIL	28	8%
RADIO	30	9%
PUBLICIDAD IMPRESA (Flyers)	50	15%
LLAMADAS TELEFÓNICAS	3	1%

Anexo 5 Resultados de las encuestas dirigidas al adulto mayor

Edad		
60-70	76	20%
71-80	142	38%
Más de 80	158	42%
TOTAL	376	100%

Género		
Femenino	182	48%
Masculino	194	52%
TOTAL	376	100%

1 ¿Requiere usted de cuidado personales?		
Si	346	92%
No	32	8%
TOTAL	378	100%

2. ¿En qué áreas requiere de cuidados personales?		
Control de regímenes alimenticios	100	27%
Higiene personal	106	28%
Medicinas y monitoreo de salud	70	19%
Actividades físicas	84	22%
Todas las anteriores	16	4%
TOTAL	376	100%

3. ¿Cuáles son las necesidades específicas respecto al control de medicina y monitoreo de salud		
Trastorno del sueño	5	1%
Problemas con incontinencia	57	15%
Problemas de movilidad	154	41%
Suministro de medicamentos	160	43%
Otros	0	0%
TOTAL	376	100%

4. ¿Cuáles son sus actividades físicas de preferencia?		
Actividades de gimnasia	33	9%
Expresión corporal	23	6%
Caminatas	112	30%
Rehabilitación	106	28%
Deportes	102	27%
TOTAL	376	100%

Anexo 6 Requerimientos

Equipos de cómputo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Computador de escritorio	2	588,39	1.176,78
Computador portátil	1	773,00	773,00
Impresora multifunción	1	380,00	380,00
Impresora matricial	1	210,00	210,00
Total			2.539,78

Equipos de oficina			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Teléfono	1	90,00	90,00
Total			90,00

Equipo Operativo			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Tensiómetro	10	95,00	950,00
Termómetro	10	10,00	100,00
Estetoscopio	10	60,00	600,00
Kit primeros auxilios	10	25,00	250,00
Medidor de glucosa	10	75,00	750,00
Tablet (agenda electrónica)	10	180,00	1.800,00
Total			4.450,00

Muebles y enseres			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Escritorio ejecutivo	1	230	230,00
Estación de trabajo	10	160	1.600,00
Sillas	4	30	120,00
Archivadores aéreos	3	75	225,00
Mesa para reuniones	1	180	180,00
Sofá de espera	1	120	120,00
Mesa esquinera	2	60	120,00
Pizarrón Tiza Liquida	1	40	40,00
Total			2.635,00

Suministros Operativos			
Concepto	Cantidad (Pax x 100)	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Batas desechables	1	55,00	55,00
Guantes de látex desechables	1	16,00	16,00
Mascarillas desechables	1	28,00	28,00
Agente antiséptico (Alcohol)	4	2,00	8,00
Total			107,00

Anexo 7 Tabla de amortización del financiamiento

TABLA DE PAGOS				
Periodo de pago:		Anual	Mensual	
Monto:		9.876,17	164,60	
Plazo (años):		5	60	
Periodo de gracia (años):		0	0	
Taza de interés (anual):		11,20%	0,93%	
Periodo	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	9.876,17	92,18	164,60	256,78
2	9.711,57	90,64	164,60	255,24
3	9.546,97	89,11	164,60	253,71
4	9.382,36	87,57	164,60	252,17
5	9.217,76	86,03	164,60	250,64
6	9.053,16	84,50	164,60	249,10
7	8.888,55	82,96	164,60	247,56
8	8.723,95	81,42	164,60	246,03
9	8.559,35	79,89	164,60	244,49
10	8.394,75	78,35	164,60	242,95
11	8.230,14	76,81	164,60	241,42
12	8.065,54	75,28	164,60	239,88
13	7.900,94	73,74	164,60	238,34
14	7.736,33	72,21	164,60	236,81
15	7.571,73	70,67	164,60	235,27
16	7.407,13	69,13	164,60	233,74
17	7.242,53	67,60	164,60	232,20
18	7.077,92	66,06	164,60	230,66
19	6.913,32	64,52	164,60	229,13
20	6.748,72	62,99	164,60	227,59
21	6.584,11	61,45	164,60	226,05
22	6.419,51	59,92	164,60	224,52
23	6.254,91	58,38	164,60	222,98
24	6.090,31	56,84	164,60	221,45
25	5.925,70	55,31	164,60	219,91
26	5.761,10	53,77	164,60	218,37
27	5.596,50	52,23	164,60	216,84
28	5.431,89	50,70	164,60	215,30
29	5.267,29	49,16	164,60	213,76
30	5.102,69	47,63	164,60	212,23
31	4.938,09	46,09	164,60	210,69
32	4.773,48	44,55	164,60	209,16
33	4.608,88	43,02	164,60	207,62
34	4.444,28	41,48	164,60	206,08

35	4.279,67	39,94	164,60	204,55
36	4.115,07	38,41	164,60	203,01
37	3.950,47	36,87	164,60	201,47
38	3.785,87	35,33	164,60	199,94
39	3.621,26	33,80	164,60	198,40
40	3.456,66	32,26	164,60	196,87
41	3.292,06	30,73	164,60	195,33
42	3.127,45	29,19	164,60	193,79
43	2.962,85	27,65	164,60	192,26
44	2.798,25	26,12	164,60	190,72
45	2.633,65	24,58	164,60	189,18
46	2.469,04	23,04	164,60	187,65
47	2.304,44	21,51	164,60	186,11
48	2.139,84	19,97	164,60	184,57
49	1.975,23	18,44	164,60	183,04
50	1.810,63	16,90	164,60	181,50
51	1.646,03	15,36	164,60	179,97
52	1.481,43	13,83	164,60	178,43
53	1.316,82	12,29	164,60	176,89
54	1.152,22	10,75	164,60	175,36
55	987,62	9,22	164,60	173,82
56	823,01	7,68	164,60	172,28
57	658,41	6,15	164,60	170,75
58	493,81	4,61	164,60	169,21
59	329,21	3,07	164,60	167,68
60	164,60	1,54	164,60	166,14
TOTAL		2.811,42	9.876,17	-

Anexo 8 Cálculo del costo variable unitario, costo fijo unitario y costo total unitario

CVU		CFU		CTU	
Detalle	Valor	Detalle	Valor	Detalle	Valor
Gastos operativos	73.940,00	Gastos de Administración + gastos de ventas + gastos financieros	36.076,40	Cvu	1,76
Estimado de usuarios mensual	70	Estimado de usuarios mensual	70	Cfu	0,86
Horas de atención promedio mensual por adulto mayor	50	Horas de atención promedio mensual por adulto mayor	50		
Meses	12	Meses	12		
TOTAL	1,76	TOTAL	0,86	TOTAL	2,62