



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y  
CIENCIAS**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

“Plan de negocio, de atención al adulto mayor, para la mejora del ingreso económico, del emprendimiento de atención integral Gepetto.”

**Autora:** Ullauri Pérez Tania Elizabeth

**Tutor:** Ing. Alberto Alvarado Ajila

**Guayaquil, Ecuador**

**2022**

## INDICE GENERAL

### Contenidos

PORTADA .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	i
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT .....	i
Resumen .....	vi
Abstract .....	vii
INDICE GENERAL .....	viii

### CAPITULO I

#### EL PROBLEMA

##### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema de un contexto .....	4
Situación Conflicto .....	6
Formulación del problema .....	7
Delimitación del problema.....	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
Objetivo general: .....	8
Objetivos específicos: .....	8
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	8

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO

2. Antecedentes Históricos .....	11
2.2 Antecedentes Referenciales .....	15
3. Marco Teórico.....	17
4. Fundamentación legal.....	27
5. Variables de la Investigación .....	32

Definiciones conceptuales .....	33
---------------------------------	----

### **CAPITULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

##### **PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

Misión .....	40
Visión.....	40
Estructura organizativa del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.	40
Plantilla total de trabajadores.....	41
Clientes, proveedores y competidores más importantes .....	41
Principales productos o servicios.....	42
Diseño de Investigación.....	45
Población y muestra .....	49
Técnicas de Investigación.....	52

### **CAPITULO IV**

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Encuesta .....	61
Análisis general de la Encuesta .....	71
Análisis general de la Entrevista .....	76
Guía de observación.....	77
Análisis del FODA.....	79
Diagrama de Ishikawa .....	81
Plan de negocios .....	87
Visión.....	87
Misión .....	87
Logo .....	87
Promesa de servicio .....	88
Valores .....	88
Objetivo General.....	89

Objetivo Específicos .....	89
Política: Ley Orgánica para la Optimización y eficiencia de trámites administrativos.....	89
Descripción de funciones.....	93
Análisis ambiental.....	97
Análisis PEST (análisis externo) .....	97
Análisis de las 5 fuerzas de Porter (análisis interno).....	99
Competidores .....	100
Plano de distribución del centro Integral Gepetto.....	101
Técnica 5w2H.....	102
Conclusiones .....	103
Recomendaciones .....	104
Referencias .....	105
Anexos .....	111

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Situación Conflicto .....	7
Cuadro 2. Plantilla Total de trabajadores .....	41
Cuadro 3. Servicios .....	42
Cuadro 4. Productos .....	43
Cuadro 5. Valores de confianza Z.....	51
Cuadro 6. Formar parte del Centro de atención Integral Gepetto.....	61
Cuadro 7. Atención al Adulto mayor dentro de un centro médico.....	62
Cuadro 8. Espacio donde se brinde el servicio Gerontológico .....	63
Cuadro 9. Ingreso Salarial .....	64
Cuadro 10. Beneficio Adicional .....	65
Cuadro 11. Tipo de dispositivo tecnológico y asistencial .....	66
Cuadro 12. Normativas por la ley orgánica de las personas adultas mayores .....	67
Cuadro 13. Forma de Pago .....	68
Cuadro 14. Cursos para mejorar manejo tecnológico en clientes .....	69
Cuadro 15. Ejecución de un médico Integral dentro de su sector .....	70
Cuadro 16. Ficha técnica de entrevista.....	72
Cuadro 17. Ficha técnica de entrevista.....	74
Cuadro 18. Ficha técnica de observación .....	77
Cuadro 19. Análisis del FODA .....	79
Cuadro 20. Presupuesto Anual .....	82
Cuadro 21. Inversión y financiamiento .....	84
Cuadro 22. Tabla de Amortización.....	86
Cuadro 23. Función Gerente de Ventas.....	93
Cuadro 24. Función Jefe de Ventas.....	94
Cuadro 25. Función Vendedor Institucional .....	95
Cuadro 26. Función Vendedor Canal Directo.....	96
Cuadro 27. PEST.....	98
Cuadro 28. Competidores.....	100

Cuadro 29. Técnica 5w2H .....102

## INDICE DE FIGURA

Figura 1. Diagrama de la ontología de modelos de negocio por Osterwalder .....	12
Figura 2. Organigrama.....	40
Figura 3. Kit de Dieta Saludable .....	43
Figura 4. Kit de Suero Vitamínico .....	44
Figura 5. Kit de Terapia Motriz Golden .....	44
Figura 6. Kit de Actividades Lúdicas .....	45
Figura 7. Respuesta pregunta 1.....	61
Figura 8. Respuesta pregunta 2.....	62
Figura 9. Respuesta pregunta 3.....	63
Figura 10. Respuesta pregunta 4.....	64
Figura 11. Respuesta pregunta 5.....	65
Figura 12. Respuesta pregunta 6.....	66
Figura 13. Respuesta pregunta 7.....	67
Figura 14. Respuesta pregunta 8.....	68
Figura 15. Respuesta pregunta 9.....	69
Figura 16. Respuesta pregunta 10.....	70
Figura 17. Espina de Ishikawa .....	81
Figura 18. Logo del Centro Integral Gepetto .....	87
Figura 19. Análisis Porter.....	99
Figura 20. Plano de Distribución .....	101

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

La creación de una empresa surge en torno a la necesidad que hay sobre un servicio o producto, el proceso que lleva la obtención de tal se puede desarrollar mediante un sistema pre-elaborado donde se estudia el entorno, se analizan y evalúan los probables resultados en el caso hipotético en el que el emprendimiento alcance el objetivo señalado en el proyecto, este proceso se denomina "Plan de negocios".

Este documento copila información verbal y esquemática de lo que será o es el negocio, se lo utiliza internamente para la organización de tareas encargadas por el departamento de administración, viendo si es necesario el requerimiento de entidad bancaria o inversionistas para la financiación al proyecto, en concreto, es la redacción del modelo de negocio de la asociación a ser puesta en marcha.

Sin embargo, las problemáticas que presenta un plan de negocios se encierra en tres sectores: Económico, legal y tecnológico. Referente a lo económico abarca acerca de los recursos financieros para desarrollar el plan, plasmar datos monetarios dentro del esquema de una forma atractiva para la presentación a posibles inversores y visualizar que margen se necesita para que la compañía sea rentable.

Lo legal con lleva licencias de actividad, permisos administrativos o accesos que requiere la venta, este obstáculo no es tomado en cuenta dentro del sector

empresarial no obstante es muy recomendable examinar este punto donde estas legislaciones y normativas sirven como protección de datos, derechos de usuarios o consumidores.

La última problemática es la tecnológica relacionado al medio digital donde estará en publicidad el negocio (redes sociales, e-commerce, plataformas digitales) que tiene como finalidad dar a conocer el emprendimiento, no es fijo, las innovaciones tecnológicas con el pasar de los años van actualizándose trayendo consigo diversos cambios en los programas.

A continuación, examinaremos brevemente los diversos problemas que se manifiestan en las empresas actualmente, cabe decir que estas problemáticas no se las atribuye a la pandemia si lo visualizamos desde otro punto de percepción las dificultades son dadas por el orden metodológico, de inicio y de la noción en los planes de negocio.

Es necesario recalcar que a través de la historia empresarial grandes empresas a nivel mundial han tenido un fracaso. Muchas empresas quebraron a pesar que sus operaciones fueron la mayoría de ellas tendencias en el sector, al mismo tiempo otras empresas cerraron abriendo paso a nuevos comercios destacados debido a su innovación dentro del mercado.

En el año 1975 se creó la primera cámara digital teniendo la visual de alcanzar un ingreso mayor que el capital invertido sin embargo no se visualizó como una oportunidad de mercado, de igual manera, en el año 2005 el medio digital tuvo un gran impacto y con ello empresas crecieron pero indiscutiblemente se olvidaron de la parte de la satisfacción y la necesidad de buscar una mejoría en el usuario simultáneamente otras empresas de la web perdieron una gran cantidad de usuarios por solo concentrarse en un nicho de mercado debido a la falta de la actualización del plan de negocios se debe agregar que se dio como resultado la pérdida de más de 500 puestos de trabajo .

Otro punto es que, otras compañías sufrieron grandes problemas por sus bajos poderes económicos. Por otra parte, contar con altos precios también puede influir en pérdidas de negocio y cierre definitivos de empresas. Es necesario recalcar que en gran parte de generar una empresa no es nada favorable que camine a ciegas razón por las cuales se requiere de un plan de negocios, que cumpla con el propósito de guiar estratégicamente para así cumplir el objetivo de una empresa.

Todas estas observaciones se pudieron no haber dado si tan solo se hubiera obtenido un plan B dentro de su marco empresarial. Al mismo tiempo pequeñas y medianas industrias presentan un déficit de un plan de negocios por lo que su concentración se manifiesta en los esfuerzos de día a día, para ser más específicos, no les permite ver más a un plan futuro. Todo esto parece confirmar que el desconocimiento de los mercados provoca pérdidas de grandes oportunidades de desarrollo.

En relación con lo anterior dicho cabe decir que las problemáticas presentadas se deben a una mala observación al documento modificado, para comprender mejor recordemos que los componentes de un plan de negocios están interrelacionados dándonos a entender que un cambio dado en un punto afecta a los demás, por consiguiente, es necesario la debida revisión meticulosa para determinar si la modificación realizada impacta a otra parte del plan, en el caso que sea así dar los debidos ajustes.

La Unión Europea plantea un plan de negocios para recuperar el crecimiento y el aumento masivo de tasas de empleo dando una visión progresista y medidas de apoyo para el emprendimiento, tanto a escala de la UE como de los Estados miembros. Se basan en tres pilares fundamentales: desarrollar la educación y formación en materia de emprendimiento; crear un buen entorno empresarial, establecer modelos y llegar a grupos específicos.

## **Ubicación del problema de un contexto**

### **ASIA**

Uno de los grandes problemas que surgió en el continente asiático fue en el año 1997 donde se obtuvo el quinceavo congreso del partido comunista en el cual surge la necesidad de avanzar en el proceso de reformar de las empresas publicas de tal manera se establece en el año 1997 el retorno de Hong Kong.

Tuvo su comienzo luego de la muerte de Mao en 1976 dando inicio a un periodo de reforma económica, el intervencionismo estatal basado en la reestructura de cuatro modernizaciones (agricultura-industria-defensa-ciencia-tecnología) cuando en los siguientes años tuvieron el incremento de inversión en infraestructuras e industrias básicas, fomentando el comercio internacional no obstante debido a la crisis asiática del 97 fue afectada.

### **EUROPA**

El crecimiento que ha tenido Europa a partir de la proclamación de la Comunidad económica europea en 1957 hasta la actual Unión Europea no se ha localizado ausente de situaciones problemáticas y críticas, por el contrario, esto no ha impedido la obstaculización al desarrollo del proceso económico.

Durante la experiencia europea en efecto ha demostrado los variados avances que permitieron la factibilidad en todo instante, habría que decir también que contribuyeron a progresar con una velocidad mayor, esta visión aprueba que un desarrollo integral produce costos y ganancias, a pesar de que el objetivo es que su efecto neto sea positivo.

### **UNITED STATES**

El plan de negocios en los estados unidos visualiza una indagación del mercado teniendo en cuenta que es inicialmente uno de los pasos más importantes para el emprendedor con intención de llevar a efecto lo profesional como empresarialmente dentro del país. El término de productividad y

correlación considera que el disponer de un plan de negocios para comenzar un comercio en los estados unidos se integra como un elemento indispensable a la hora de evaluar el negocio.

Dentro de este país emplean recursos federales de gobierno para el adelanto de una pequeña empresa, la comisión federal de comercial (FTC) difunde información de cómo dar inicio a un negocio, obtener conocimientos sobre metodologías y planteamientos de comercialización que se acoplan a las necesidades que facilitan identificar probables problemas de fraude.

## **AMERICA LATINA**

Una de las problemáticas más frecuentes en América latina se debe a los numerosos trámites, la cantidad de tiempo y los costes que van ligados al establecimiento de una compañía nueva, obtuvieron una disminución de manera favorable durante los años 2000. Los OPC de Latinoamérica tienen una función notable dentro de la promoción mercantil, su ejecución es determinante para la seguridad de las políticas de promoción e incluso modificaciones a lo largo del tiempo.

Existen razones probables por las que las industrias en América latina progresan paulatinamente a causa de la falta de innovación, para ser más específicos, un negocio necesita renovar para poder crecer, de la misma manera que suele ser reducido o impropio para poder incitar la productividad. Hay una creencia conocida que afirma que las empresas pequeñas generan más vacantes de empleo, lo que es una equivocación derivada de la deficiencia distintiva entre el stock de empresas y dinámicas de crecimiento.

## **ECUADOR**

En Ecuador, cabe destacar que su entorno ha sido premiado por los medios naturales, minerales, productos del mar y abundancia del suelo permiten una producción agrícola exportable, en el sector industrial se evidencia una

evolución global positiva, aunque modesta. Esto ha facilitado que acontezca un mejoramiento rivalizante industrial y sea próspero.

El tratado de libre comercio (TLC) permite observar un mercado potencial el cual ayuda a solventar fallas en el desarrollo industrial ecuatoriano. Según la Superintendencia de compañías, el 90% de las corporaciones ecuatorianas pertenecen a una índole familiar permitiendo así ser un cimiento para la economía local, por lo menos la mitad de estas empresas tiene un plan estratégico a un mediano plazo.

### **PARROQUIA TARQUI**

Los adultos mayores involucrados en el proyecto están ubicados en la región Norte de la Provincia del Guayas del cantón Guayaquil, parroquia Tarqui. Debido a la necesidad que enfrentan por mejorar su calidad de vida y contar con profesionales altamente capacitados que brinden un servicio calidad y calidez.

En esta parroquia encontramos un estatus social clase media alta que le permite acceder a la atención planteada en nuestro proyecto sin embargo debido a la falta de conocimiento y de educación tanto a familiares como al entorno al adulto mayor se puede manifestar un quebranto en la salud que puede llevar a complicaciones más severas.

### **Situación Conflicto**

La problemática que se presenta entorno al siguiente proyecto se debe a los problemas internos administrativos dentro del plan de negocios que perjudican al buen manejo al no presentarse un plan estratégico que abarca puntos claves como misión, visión y valores que conlleva a una inexactitud de dirección.

De la misma forma, podemos indicar que como tercer punto tenemos una falta de análisis FODA que es una herramienta importante para determinar la situación interna y externa de mi proyecto, el entorno externo busca

alternativas que permitan otorgar convenios con otras entidades permitiendo apuntar a un plus extra de nuestro servicio, y la parte interna analizara las competencias y las nuevas ofertas del mercado.

Señalamos que como último punto contamos con un déficit en planes estratégicos que nos ha llevado a no alcanzar los objetivos establecidos. De igual manera atribuimos que existen pocas plazas de trabajo lo que genera escases de personas capacitadas, de hecho, la reducida cultura sobre el cuidado de los ancianos y el desinterés de la sociedad por conocer las necesidades es lo que lleva a la escasa concientización.

Cuadro 1. Situación Conflicto

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuentes</b>
No presenta una misión, visión y valores claros	Falta de dirección y desorden en el proyecto
Falta de análisis FODA	Escasa identificación de la situación problemática interna y externa del negocio
Déficit de planes de acción	No alcanzar los objetivos establecidos

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

### **Formulación del problema**

¿Cómo contribuir a la atención al adulto mayor, para la mejora del ingreso económico del emprendimiento de “Atención Integral Gepetto, ubicado en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo fiscal 2022?

### **Variables de la Investigación**

Variable independiente: Atención del Adulto Mayor

Variable dependiente: Ingresos económicos

## **Delimitación del problema**

**Campo** : Administrativo.

**Área** : Atención al Adulto Mayor.

**Aspecto** : Mejora de Ingresos económicos

**Tema** : Plan De Negocio, De Atención Al Adulto Mayor, Para La Mejora Del Ingreso Económico, Del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo general:**

Desarrollar un plan de negocio de atención al adulto mayor, para la mejora del ingreso económico en el emprendimiento “Atención Integral Gepetto”, del cantón Guayaquil.

### **Objetivos específicos:**

- Fundamentar los aspectos teóricos basados en atención al adulto mayor e incremento económico.
- Identificar los procesos de atención y cuidados al adulto mayor que utilizan en el emprendimiento “Atención integral Gepetto”.
- Elaborar un plan de negocio de atención al adulto mayor en el emprendimiento “Atención Integral Gepetto” del cantón Guayaquil.

## **JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Este proyecto tiene como finalidad implementar la estructura del plan de negocios del autor Díaz de Santos realizando un correcto análisis de la misión y la visión del futuro proyecto, también se tomará efectuar el desarrollo de los objetivos el cual nos va a permitir lograr resultados, como numeral 3 análisis

FODA es probable que permita ver con mayor claridad los problemas internos y externos del proyecto dentro del proyecto, finalmente se tomará la realización de planes de acción que proporcionarán el buen desempeño de la misma, cumpliendo estos parámetros dentro del plan de negocios ayudaran a perfilar el rumbo de la organización.

Cabe recalcar al incrementar más plazas de trabajo con ello generan ingresos económicos que proporcionan mejoras en el sistema económico del país, cabe indicar que también cuenta con un impacto positivo donde se busca fomentar, educar, capacitar a familiares, comunidad y entidades públicas y privadas con el fin de fidelizar clientes que estén dentro de un rango de edad de más de 60 años llamados Adultos mayores. Debido a que no es un nicho de mercado no explorado se genera una oportunidad de negocio en dicho sector, este proyecto que se encontrará en la Parroquia Tarqui enseñará la rentabilidad y efecto en su mercado.

**Conveniencia:** El actual trabajo investigativo permite involucrar a entidades privadas que permitan crear una alianza estratégica generando un plan diferencial, como descuentos, ofertas, específicamente en el sector farmacéutico, asimismo, beneficiara a laboratorios clínicos otorgando beneficios al cliente directo ya que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y medio alto, así como también a centros ortopédicos que sirvan como proveedores directos

**Relevancia Social:** Se enfatiza que el centro de atención contará con un personal altamente capacitado y brindará su dedicación debido a la confianza que se obtendrá por los familiares de los futuros consumidores, añadiendo que requerirá la revisión periódica del plan de negocios que permita el correcto manejo y su crecimiento para cumplir con los objetivos planteados.

**Implicación Práctica:** En este punto cabe mencionar que es de vital importancia este proyecto debido a que sirve a futuros negocios relacionados

a la atención del cuidado del adulto mayor también servirá a futuros investigadores en el ámbito de la salud como gerentes administrativos, profesionales médicos, terapeutas físicos, nutricionistas y psicólogos.

**Valor Teórico:** En este fragmento podemos rescatar que cuenta con un alto valor teórico y con numerosas fuentes bibliográficas que van a servir de vital importancia a nuevos investigadores que se involucren en esta área obteniendo información certera y veraz que se encuentra redactada en este proyecto.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes Históricos**

##### **Plan de Negocio**

La gestión de los negocios está en constante actualización, debido a ello las organizaciones buscan producir nuevas ideas de innovación que no solo consigan de réditos económicos, sino también en la generación de un valor agregado.

Según (GestioPolis.com, 2022), esta herramienta de planeación tuvo sus orígenes en Estados Unidos en los años 60 del siglo XX como respuesta a la necesidad de las corporaciones de invertir sus excedentes de capital, pero fue a partir de finales de los 70's, a raíz del boom del desarrollo empresarial alrededor de la tecnología, en Silicon Valley, cuando se popularizó.

El fin de los planes, es hacer viable el cumplimiento de las metas. Dichos son la expresión concreta del objeto que sigue una compañía, o sea, lo cual se sugiere hacer y lo cual se sospecha obtener con esta acción. (Rodríguez, 2001)

##### **Canvas, su plan de negocios**

Dentro de la historia del plan de negocios, el origen del Business Model Canvas, el autor principal de esta innovación fue Alexander Osterwalder que en el año 2004 presenta su tesis doctoral sobre "Ontología de Modelos de Negocio" explicando que cada emprendedor puede cubrir cada área de su emprendimiento.



El aporte de (Cabrerizo, 2009), nos dice que:

El proyecto de comercio puede definirse como el archivo en el cual se va a reflejar el contenido del plan empresarial que se pretende colocar en marcha y que abarcará a partir de la definición de la iniciativa a desarrollar hasta la forma concreta de llevar a la práctica.

A través de este se va a conceptualizar, con el mayor detalle viable:

- La actividad que proyecta desarrollar la organización.
- El mercado al que va a dirigirse.
- Las tácticas para penetrar en el mercado.
- La competencia con que se va a hallar.
- Las metas y medios para poder hacer sus objetivos.

De consenso al autor (Vargas, 2012) define el valor de los planes de comercio para las pequeñas y medianas organizaciones en el Ecuador:

El plan de negocios en sus inicios contiene una estructura del modelo conceptual, cuenta con 12 un texto que sirve de cuerpo al plan que se va desarrollando el empresario a medida que sigue los pasos indicados en el proceso de planeación y al avanzar los pasos de la planeación el empresario encuentra hipervínculos que lo llevan a las páginas que contienen la definición conceptual y las ayudas que se han incluido y le permiten la comprensión y aplicación de elementos del plan. En este plan se desarrolla misión, evaluación de los factores externos a la empresa, es decir el entorno y los competidores. A su vez, el análisis estratégico y objetivos financieros.

### **Ingresos Económicos**

Se llama ingreso al crecimiento de los recursos económicos que muestra una organización, una persona o un sistema contable, y que constituye un crecimiento del patrimonio neto de los mismos. Este término se emplea con

significados técnicos semejantes en diversos entornos del quehacer económico y administrativo.

Según (Sahlins, 1974):

Sugiere que las experiencias de quienes vivían en las primeras economías de subsistencia pueden haber sido mejores, más saludables y más satisfactorias que las que disfrutaban de la riqueza de la vida moderna. Más adelante, afloró una tercera característica de los cazadores y recolectores que no podía imaginarse partiendo de los conocimientos recibidos: más bien que esforzarse hasta los límites que permite la labor disponible o los recursos a mano.

Se cree que este patrón de migración se originó en África y culminó en el Hemisferio Occidental hace unos 15.000 años. El desarrollo de un lenguaje mejorado y habilidades cognitivas hace unos 50.000 años durante el período Paleolítico Medio/Superior era una condición necesaria, pero no suficiente para mejorar los estándares de vida. Las nuevas ideas sobre tales desarrollos humanos ven un enfoque más evolutivo que tuvo lugar durante un período de tiempo más prolongado.

Lo notable que podemos decir acerca de la distribución del ingreso durante este vasto período de tiempo fue que el “ingreso”, en forma de ingesta calórica, fue notablemente igual. Los grupos nómadas de cazadores-recolectores producirían lo que podrían en el corto plazo y luego dividirían la producción aproximadamente en partes iguales entre sus miembros. Puede ser que a los cazadores se les haya dado una porción más grande de carne para mejorar sus posibilidades de éxito en futuras cacerías, o tal vez solo tomaron una porción más grande porque pudieron. (Tempelman, 2010)

En la economía tanto en EEUU como Europa, el papel primordial del ingreso económico permitió fomentar el crecimiento y el desarrollo del empleo logrando mejorar un Estado de bienestar ampliado permitiendo así tener un

sistema de seguridad social, brindando apoyo a la investigación científica y contribuyendo al estado como empresario a través de las naciones.

“En Japón la producción nacional creció a 9.4% promedio anual entre 1953 y 1965. La principal fuente del crecimiento de la economía japonesa durante este periodo fue la industria, y en particular la producción manufacturera que aumentó 13.6% promedio anual. La experiencia japonesa constituye el caso más impresionante del auge generalizado de la posguerra.

Entre los factores que explican el auge en Japón destacan los siguientes: una estrecha liga entre la banca y la industria; un crecimiento acelerado de la productividad (en 1953 el nivel de la productividad japonesa era sólo una tercera parte de la productividad del Reino Unido); y se aprovechó la brecha en la explotación de la tecnología ya conocida canalizando mano de obra calificada y capital a sectores de alta productividad; el cambio en la estructura de la ocupación en el sector industrial, es decir, que la mano de obra pasa de empleos de baja productividad a empleos de alta productividad; el aumento de los salarios en función de la productividad en las pequeñas, medianas y grandes empresas.” (Aparicio, 2014)

## **2.2 Antecedentes Referenciales**

(Melissa Chávez Fitzgerald, 2015) Universidad del pacifico, tema: Plan de negocio para la implementación de gloriosa edad. Resumen: El proyecto presentado de investigación tuvo como pie el enfoque en la responsabilidad social con el fin de difundir dentro del contexto social las mejores prácticas para llevar a cabo una mejora en la condición de vida de los adultos mayores.

La propuesta que se estipula dentro de este proyecto es formular un plan de negocio donde se crea una visión y misión clara que permita cumplir e implementar los objetivos para brindar una la calidad de atención, lo cual permitirá fomentar ingresos económicos debido a las diferentes plazas de

trabajo que se aperturan dentro de nuestro proyecto dando así la oportunidad de crecimiento económico y social.

(Mora, 2015) Universidad del Rosario, tema: Plan de negocios entorno de alegría. Resumen: En este emprendimiento se destaca fomentar un plan de acción dentro del plan de negocios donde emplearán trabajar de formar directa con centros geriátricos para así generar plazas de trabajo en Bogotá dirigido especialmente a los adultos mayores por ser los usuarios del servicio.

Este proyecto apunta de formar similar al mío puesto que dentro del plan de negocio se realizará planes de acción que permitan cubrir el déficit de vacantes laborales altamente capacitados que cumpla con los objetivos del presente emprendimiento abarcando las áreas administrativas, áreas médicas y áreas de rehabilitación.

(Guanilo, 2016), Tema: Plan de negocios para un servicio de cuidado asistencial para el adulto mayor en la ciudad de Chiclayo. Resumen: El proyecto de negocios mantiene como resultado descubrir nuevas ideas con el fin de alcanzar y de cumplir los estándares presentes del mercado dirigido al adulto mayor donde se ejecuta un plan de marketing para desarrollar estrategias.

La principal diferencia frente al pan de negocios presentado conlleva a ejecutar un análisis FODA para la mejora del entorno tanto interno como externo de la empresa, es decir, dentro de la parte externa se busca alternativas que brinden un servicio primordial que ayuden al crecimiento del proyecto y en lo que abarca la parte interna analiza las competencias dentro del mercado.

(Tisalema, 2018), Tema: Desarrollo de un plan de negocios de variedades para satisfacer la necesidad de la población del cantón palenque 2018. Resumen: La autora argumenta que requiere de un plan de negocios que le permita tener un análisis del entorno del mercado el mismo que busca le permite realizar la estrategia, el proyecto de la autora tiene como finalidad generar la satisfacción

de los habitantes del cantón el cual permite generar futuras ventas e incrementar la capitalización de su negocio.

Mi propuesta de plan de negocio a diferencia va a permitir lograr un análisis veraz de la misión, visión. Así también toma la matriz FODA como una herramienta para el desarrollo del plan de negocios dentro de la misma se podrá validar las diferentes amenazas y las oportunidades que permitirán fortalecer dicho proyecto.

(Arguello, 2019), Tema: Plan De Negocios Para La Creación De Un Centro Recreacional Gerontológico “Nueva Vida”. Resumen: La autora de este plan de negocios comenta que hay oportunidades para desarrollar nuevos centros gerontológicos permitiendo tener una ampliación de mercado, en este plan de negocios ella destaca implementar mediante pacientes que tengan el poder adquisitivo para que adquieran el servicio que otorga su propuesta de negocios también recalca la inclusión de familiares o cuidadores donde les permita desarrollo e involucración junto con los profesionales.

Mi presente plan de negocios no presenta una diferencia significativa debido a que contamos con la misma visualización de generar un centro de atención donde permita involucrar a familiares y a cuidadores mediante la educación continua mediante talleres que se encontraran dentro del respectivo plan de acción planteado en mi plan de negocios.

### **3. Marco Teórico**

#### **Definición de Plan**

(Ortega, 1982) define que el plan no es solamente un documento común conjunto de perspectivas y previsiones, es el instrumento más eficaz para racionalizar la intervención, generalmente estatal en la economía. Así lo definen como el conjunto de decisiones explícitas y coherentes para asignar recursos a propósitos determinados. También se describe como el resultado de un proceso de planificación. Estas posiciones conceptuales, además de

concederle al plan de la denominación de documento rector de la intervención estatal social y privada en la economía, le adjudican al documento facultades que corresponden al proceso de planificación, más que de planeación.

Puedo decir que un plan es una herramienta que da inicio a una ruta donde se analizara, investigara y se proporcionara estrategias para poder obtener su solución y con ello poder alcanzar las metas y objetivos propuestos dentro de la visión y misión que se ha planteado.

### **Definición de Negocio**

El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores. En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico. (Pérez & Gardey, 2009)

Puedo comprender que el negocio es una ocupación en donde se realiza un comercio de bienes y servicio dando a entender que se realiza esta acción con fines de lucro mayoritariamente. Conlleva un circuito de producción de bienes la cual está compuesta por distintas fases, desde la obtención de materia prima hasta dar una respuesta a la necesidad del consumidor.

### **Definición de un Plan de negocios**

Según (Weinberger, 2009):

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el

contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

Ahora puedo decir que el plan de negocios funciona como una herramienta practica de forma interna para cada emprendedor o patrono. Esto nos va a permitir de manera clara diseñar diferentes estrategias que permitan cumplir los objetivos que presenta el negocio.

### **Importancia de un Plan de negocios**

La importancia de un plan de negocios destaca en el aprovechamiento y planificación del empleo de los recursos, al definir las estrategias, así como los pasos y acciones a seguir. De esta forma, podemos ganar en eficiencia, saber dónde vamos; sin incertidumbre y reduciendo los obstáculos. Además, te permite organizar el reparto de responsabilidades en tu empresa. Seleccionado las personas a cargo de las distintas actividades, tales como: implementar, administrar, coordinar, supervisar y evaluar. (Anónimo, Importancia de un plan de negocios para el éxito empresarial, 2015)

Considero de muy importancia tener información veraz que ayude a evaluar el negocio el mismo que llevará al éxito de un nuevo emprendimiento. De esta forma, es de relevancia destacar que un plan de negocios también permitirá obtener y brindar la satisfacción a los diferentes clientes que consumen el servicio o producto.

### **Cuatro Factores determinantes para una empresa dentro del plan de negocios**

Según (Sahlman, 1997) señala que:

Muchos planes de negocio se centran demasiado en las cifras y pasan por alto otra información que interesa incluso más a los potenciales inversores. Al fin y

al cabo, estos entienden que las previsiones financieras de una nueva empresa –en concreto las que son muy detalladas y a varios años vistas- no son más que fantasías optimistas. Por ello, recomienda organizar el plan de negocio en torno a cuatro factores determinantes para una empresa:

- *El equipo*, es decir, el personal que sacará adelante el proyecto y las empresas externas que proporcionarán los recursos necesarios para ello.
- *La oportunidad*, el perfil del negocio: qué venderá esa empresa y a quién, cuál es su capacidad de crecimiento, su rentabilidad esperada y qué obstáculos pueden presentarse.
- *El contexto o panorama general*: el marco regulador, los tipos de interés, las tendencias demográficas, la inflación, etc. Es decir, los factores externos y variables que no pueden controlarse.
- *El riesgo y el beneficio*, una evaluación de todo lo que puede ir bien o mal, así como una reflexión sobre cómo responderá el equipo ante diversos escenarios.

Es muy interesante ver que la estructura de un plan de negocios está conformada por muchos factores determinantes que tienen como fin alcanzar un alto nivel quien favorecerá al apunte de un nivel de financiamiento que aperture nuevos convenios empresariales y originar plazas laborables, así como también dar paso mediante el plan de negocios la generación de tácticas que involucre al entorno social.

## **Empleado**

(Anónimo, 2022) de acuerdo con su definición en derecho laboral, un empleado es una persona que se encuentra vinculada a una organización, mediante un contrato laboral, ya sea verbal o escrito, que le otorga una serie de deberes y derechos con su empleador, este último es quien le provee mensualmente el pago por sus servicios, y pacta ciertas condiciones

específicas para el óptimo y seguro desempeño del servicio para el cual le contrató.

Este miembro que compone una empresa es de relevancia debido a la vinculación que presenta hacia una entidad, donde es quien se le asigna obligaciones y derecho dispuestos mediante un contrato de trabajo siendo una función legal dentro del sector empresarial.

### **Clientes**

"Cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.

(S.A, 1999)

Sin duda es una de los componentes principales dentro de una empresa debido a que aquel persona o entidad será quien adquiera el bien o servicio que se ofrece, recalando que el cliente es el principal foco de atención dentro del mercado por lo que todo estratégico dentro del sector publicitario (Marketing) debe direccionar, proyectar y efectuar en relación con ellos.

### **Clientes externos y clientes internos**

Cuando hablamos de clientes internos nos referimos a aquellos que participan en el desarrollo del producto o servicio de la empresa. Son colaboradores, gerentes, tercerizados, empleados y proveedores. En cambio, los clientes externos son aquellos que pagan para recibir productos o servicios de una empresa. Es a estos clientes a quienes necesitamos ordenar y clasificar para personalizar el servicio de atención. Un cliente satisfecho no sólo significa una oportunidad de difusión positiva (recomendación), también es oportunidad de una nueva venta. (Silva, 2020)

Cabe decir que un cliente externo es aquel ser o entidad que paga para adquirir un producto o servicio, son a ellos a quienes se busca ideas y soluciones para obtener su satisfacción, por otro lado, el cliente interno es aquel que se encuentra en comunicación con la empresa quien puede o no tener una asociación de forma directa al ambiente interno del negocio.

### **Capacitación**

Para (Chiavenato, ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, 1999):

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

Como componente del proceso de desarrollo de los Recursos Humanos, la capacitación implica, por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto y a la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa. Y, por otro, un conjunto de métodos, técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la empresa para su normal desarrollo.

### **Cinco Fuerzas de Porter**

(Baena & Sanchez, 2003) nos menciona:

Porter (1982) dice: “La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten”.

Las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial, se basan en los principales elementos del mercado que son:

- Competidores Directos: Conjunto de empresas que ofrecen el mismo bien o producto.
- Clientes: Conjunto formado por los compradores de los bienes y servicios.
- Proveedores: Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector, todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.
- Productos Sustitutivos: Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado.
- Competidores Potenciales: Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un subsector determinado (Porter 1982).

En definitiva, puedo recalcar que el análisis de las 5 fuerzas de Porter son muy útiles ya que nos permite tener un desarrollo y una comprensión clara de las diferentes situaciones que se dan dentro del entorno de la empresa así mismo lleva una importancia en el enfoque y la reimplantación de interrogantes que permitan desarrollar un buen análisis.

### **Espina de Ishikawa**

El diagrama de Ishikawa o espina de pescado muestra los resultados insatisfactorios o también conocidos como “efecto”, e identifica los factores o “causas” que lo originan, entonces al estar compuesto por varias variables existen dos maneras de realizar este diagrama, siendo el primero cuando se trabaja con un grupo de personas que puedan realizar una lluvia de ideas del posible problema; y el segundo se trata de encontrar la idea principal para graficarla y por medio de los huesos del diagrama ir reconociendo las causas secundarias del problema. (Amsden & Robson, 2010)

Con esto podemos decir que el diagrama de Ishikawa conlleva a ser una representación gráfica que permite observar las causas de la problemática principal siendo una herramienta de suma importancia debido a que es utilizada para orientar la toma de decisiones al analizar el desglose de un desempeño deficiente.

## **FODA**

Según (García T. , 2013):

Los cuatro factores considerados en el ejemplo anterior, pueden estudiarse y evaluarse a través de una técnica para el análisis y resolución de problemas denominada FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) por las siglas del nombre de los elementos de análisis, esto es, cuáles son los recursos con los que cuento que me dan la posibilidad de llegar a mi objetivo, y, por otra parte, cuál es el impacto de las debilidades, así como de las amenazas y oportunidades que el medio ofrece.

Considerando que la matriz FODA nos permite hacer un análisis midiendo de forma resumida fortalezas, debilidades que tiene la compañía añadiendo que nos permite identificar oportunidades y las diversas amenazas que pueden existir dentro del entorno comercial.

## **Misión**

Según (Yates, 2018):

La misión es el camino que nos conduce a la culminación de nuestro proyecto, la materialización de nuestra visión. Las respuestas a estos interrogantes no son fáciles, aunque a través de un cuidado proceso de pensamiento creativo y de un razonamiento lógico (singular y único para cada empresa, aunque válido ante cualquier desafío estratégico), daremos cinco pasos precisos:

- 1) Claridad: claridad de nuestro enunciado
- 2) Implicación: podemos hacer que otras personas se impliquen.

- 3) Unión: el poder de una causa común.
- 4) Presencia: lo que representamos.
- 5) Valores: nuestros valores ante nuestros clientes

En relación a la planeación estratégica, la misión se encuentra dentro de un componente clave, el cual es de suma responsabilidad que debe ser afinadamente conceptualizada presentando claridad ya que esta representa a la organización, empresa, emprendimiento.

### **Visión**

La visión es para una empresa el hilo conductor que orchestra y dirige las cartas marinas, la brújula y el timón de un barco. Así como es función de quien dirige la nave hacer que esta llegue a buen puerto, es función de quien lidera aplicar ese hilo conductor para hacer su proyecto una empresa de éxito. Existe una esencia inyectada en origen por el visionario; es la ideología central que vertebra la auténtica naturaleza de la empresa, la que le da una entidad propia y coherente, y la hará perdurar más allá de los ciclos de vida del producto o servicio que comercialice. (Yates, 2018)

Con respecto a la visión me permito indicar que también forma parte del elemento clave del plan estratégico, se debe agregar, que en ella se tiene una figura con planes futuros hay que mencionar que se necesitará de un equipo humano que viva, fortalezca y coopere para que la visión se vuelva y se transforme en una realidad.

### **Plan estratégico de la empresa**

El plan estratégico de una empresa comienza con una relación de las variables que pudieran representar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para ella. Sea para una empresa en marcha o para una nueva iniciativa empresarial, se comienza con un listado de las oportunidades y amenazas que fueron identificadas en el análisis del entorno y en el análisis de la industria, gracias al estudio o sondeo del mercado. Luego se presentan

las debilidades y las fortalezas de la empresa o del equipo gerencial. (Weinberger, 2009)

En mi análisis argumento que el plan estratégico es una pieza fundamental que va a permitir la formulación, del mismo modo, la ejecución de estrategias para llevar a cabo tomas de decisiones como también futuros riesgos que nos van a permitir revaluarnos y al mismo tiempo ver resultados que conlleven al éxito del negocio.

### **Plan de mejora 5W2H**

(Betancourt, 2022), menciona que:

5W2H es una herramienta de gestión que a través de 7 cuestionamientos nos permite elaborar un plan de acción de forma sistemática y estructurada. Su aplicación es sencilla y puede realizarse individual o en grupo. Cuando menciono cuestionamientos nos referimos a: 5W2H: What, Why, When, Where, Who, How y How much. De ahí su nombre, de la inicial en inglés de cada palabra.

Lo que conlleva respecto al Plan de mejora 5W2H es un método empresarial que ayudará a responder a las variables en cuestión definidas a fin de ampliar el plan estratégico y de precisión permitiendo la mejora continua organizando ideas para que en el desarrollo del proyecto sea analizada de forma clara y objetiva.

### **Retroalimentación**

(Ávila, 2009) menciona que la retroalimentación es un proceso que ayuda a proporcionar información sobre las competencias de las personas, sobre lo que sabe, sobre lo que hace y sobre la manera en cómo actúa. La retroalimentación permite describir el pensar, sentir y actuar de la gente en su ambiente y por lo tanto nos permite conocer cómo es su desempeño y cómo puede mejorarlo en el futuro. Por esta razón, se puede decir que es una

herramienta efectiva para aprender como los demás perciben las acciones, conocimientos, palabras y trabajos de la persona en cuestión y permite que ésta le dé a conocer a los demás sus percepciones. Entonces vale la pena buscar y dar retroalimentación regularmente de y a personas diferentes para conocer sus perspectivas.

Podemos decir que la retroalimentación es de suma importancia dentro de un negocio debido a que permite el análisis del desempeño interno dado en un determinado tiempo con ello proponer un plan estratégico para mejorar el desempeño deficiente dentro de la empresa, de igual manera, este método de comunicación permite conocer la opinión de los clientes respecto al producto o servicio brindado dándonos una ayuda para el mejoramiento empresarial.

#### **4. Fundamentación legal**

(CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008)

**Art. 32.-** La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa,

remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

**Art. 34.-** El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas y será deber y responsabilidad primordial del estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El estado garantizará y hará efectivo pleno derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan el trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

**Art. 38.-** El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas urbanas y rurales, las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo, fomentará el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas.

En particular, el Estado tomará medidas de:

1. Atención en centros especializados que garanticen su nutrición, salud, educación y cuidado diario, en un marco de protección integral de derechos. Se crearán centros de acogida para albergar a quienes no puedan ser atendidos por sus familiares o quienes carezcan de un lugar donde residir de forma permanente.
2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. El Estado ejecutará políticas destinadas a fomentar la participación y el trabajo de las personas adultas mayores en entidades públicas y privadas para que contribuyan con su experiencia, y

desarrollará programas de capacitación laboral, en función de su vocación y sus aspiraciones.

3. Desarrollo de programas y políticas destinadas a fomentar su autonomía personal, disminuir su dependencia y conseguir su plena integración social.
4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o negligencia que provoque tales situaciones.
5. Desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales.
6. Atención preferente en casos de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias.
7. Creación de regímenes especiales para el cumplimiento de medidas privativas de libertad. En caso de condena a pena privativa de libertad, siempre que no se apliquen otras medidas alternativas, cumplirán su sentencia en centros adecuados para el efecto, y en caso de prisión preventiva se someterán a arresto domiciliario.
8. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas.
9. Adecuada asistencia económica y psicológica que garantice su estabilidad física y mental.

La ley sancionará el abandono de las personas adultas mayores por parte de sus familiares o las instituciones establecidas para su protección.

**Art. 52.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

**Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

1. Acatar y cumplir la constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente
2. No ser ocioso, no mentir, no robar
3. Defender la integridad territorial del Ecuador
4. Colaborar en el mantenimiento de la paz y seguridad
5. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional
7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir
8. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público y denunciar los actos de corrupción
9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio y sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios
10. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales
11. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo a la ley.
12. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar manteniendo los bienes públicos
14. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales

15. Cooperar con el estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley
16. Asistir, alimentar, educar y cuidar a los hijos
17. Participar en la vida política, cívica y comunitaria del país, de manera honesta y transparente.

(LEY ORGANICA DE EMPRESAS PUBLICAS, 2009)

**Art. 35.- CAPACIDAD ASOCIATIVA.** - Las empresas públicas tienen capacidad asociativa para el cumplimiento de sus fines y objetivos empresariales y en consecuencia para la celebración de los contratos que se requieran, para cuyo efecto podrán constituir cualquier tipo de asociación, alianzas estratégicas, sociedades de economía mixta con sectores públicos o privados en el ámbito nacional o internacional o del sector de la economía popular y solidaria, en el marco de las disposiciones del artículo 316 de la Constitución de la República.

De conformidad con lo previsto en el artículo 316 de la Constitución de la República, la empresa pública que haya constituido una empresa mixta para la gestión de sectores estratégicos o prestación de servicios públicos, deberá tener la mayoría de la participación accionaria en la empresa de economía mixta constituida. La empresa pública podrá contratar la administración y gestión de la empresa, sea ésta pública o mixta.

Para otro tipo de modalidades asociativas, distintas a las empresas mixtas que se constituyan para la gestión de sectores estratégicos o prestación de servicios públicos, la empresa pública podrá participar en éstas con un porcentaje no mayoritario, de conformidad con el artículo 316 de la Constitución y la ley.

En cualquier caso, las asociaciones público-privadas conformadas por empresas públicas, con mayoría en la participación, tendrán el mismo tratamiento tributario, beneficios e incentivos previstos en el ordenamiento

jurídico para la modalidad de gestión delegada. Todo proceso de selección de socios privados para la constitución de empresas de economía mixta debe ser transparente de acuerdo a la ley y se requerirá concurso público, y para perfeccionar la asociación no se requerirá de otros requisitos o procedimientos que no sean los establecidos por el Directorio.

No requerirán de concursos públicos los procesos de asociación con otras empresas públicas o subsidiarias de éstas, de países que integran la comunidad internacional.

## **5. Variables de la Investigación**

### **Variable independiente:**

#### **Plan de negocio**

Según (Fleitman, 2010)

Un plan de negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los emprendedores y empresarios. Es un documento estratégico indispensable, ya que no es posible emprender o crecer un negocio con éxito sin tener un plan detallado. Una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o crecimiento de una empresa con un sistema de planeación tendiente alcanzar objetivos y metas determinadas. Es una guía para el inicio de operaciones y el desarrollo de las actividades de una empresa. Tiene como objetivo tener un conocimiento amplio de la empresa o el proyecto que se pretende iniciar.

### **Variable dependiente:**

#### **Ingresos Económicos**

El ingreso es la cantidad de recursos monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo. El ingreso puede tomar la forma de sueldos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, dependiendo el factor de producción que lo reciba: trabajo, capital, tierra, etc.

A nivel agregado, el ingreso total que se genera en la economía en un periodo determinado de tiempo se le conoce como Producto Interno Bruto (PIB). (Anónimo, Marco teórico y conceptual sobre la Distribución del Ingreso, 2020)

### **Definiciones conceptuales**

#### **Administración**

Según (Pablo & Castro, 2001), la administración es “el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización.

#### **Análisis externo**

(Serna, 2006), señala que es la fuente de sus oportunidades y amenazas, para el efecto tiene que entender la naturaleza del medio en que se mueve la organización. Esta es una tarea continua y especialmente en un entorno que está cambiando en forma constante y turbulenta. Este análisis contempla todo lo que se puede aprovechar para así también minimizar de las oportunidades o partiendo de ellas, elementos que pueden ser nocivos e incluso destructivos para las organizaciones.

#### **Análisis Interno**

Es una evaluación del desempeño de la compañía comparado con el de su competencia, es indispensable, por tanto, que el análisis interno de la compañía se complemente y valide con un estudio profundo del entorno y la competencia. (Serna, 2006)

#### **Costos**

Para (Prieto, Arroyo, & Aguilar, 2006), el costo se define como el equivalente monetario de los bienes o servicios consumidos en el proceso de producción. Añadiendo que según (Amat, 2003) el costo es el valor del consumo de entrada que se precisa para poder producir un bien o servicio.

## **Empresa**

(Mendoza A. , 2017) define a la empresa como una entidad económica en la que se materializa una idea de forma planificada, donde se satisfacen las demandas y deseos de sus clientes a través de una actividad comercial específica, en la que se ponen de manifiesto la razón de existir, la misión, la planeación estratégica, los objetivos específicos, y las acciones en correspondencia con un contexto socio-económico y político determinado.

## **Estrategias**

Según (Dupont, 1962), la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas.

## **Venta**

Es un proceso que combina competencias humanas y funcionales, para lograr las satisfacciones de preocupaciones, necesidades o deseo de un cliente, a través de una transacción económica. (Irigoyen, 2015)

## **Estudio de Mercado**

(Malhotra, 2008), clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

## **Ingresos**

Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito. Los ingresos se consideran como tales en el momento en que se presta el servicio o se vende el producto, y no en el cual es recibido el efectivo. (Guajardo, 2005)

## **Marketing**

Es definido por (McCarthy, 2000) es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.

## **Mercado**

(S.A, 1999) nos menciona que son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.

## **Misión**

(Kotler & Keller, 2012) conceptualiza misión como una organización existe para lograr algo: para fabricar automóviles, prestar dinero, proporcionar alojamiento por una noche. A lo largo del tiempo, la misión puede cambiar para aprovechar nuevas oportunidades o para responder a nuevas condiciones del mercado.

## **Negocio**

Son herramientas operativas sobre "cómo hacer" algo. Sin embargo, "que hacer" está llegando a ser el desafío cada vez más importante que enfrentan las gerencias, especialmente las gerencias de las grandes compañías que han disfrutado de un éxito a largo plazo. (Drucker, 2018)

## **Plan**

El plan es el parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan los programas o proyectos. Un plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan: Lineamientos, prioridades, estrategias de acción,

asignación de recursos, conjunto de medios o instrumentos (técnicas) que se han de utilizar para alcanzar metas y objetivos propuestos. (Ander-Egg, 2007)

### **Plan de negocios**

Constituye una guía para este proceso para la creación de una empresa. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocios, examina su debilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto. (Zorita, 2015)

### **FODA**

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce, 2007)

### **DAFO**

Es una técnica ideada por Kenneth Andrews y Roland Christensen hace más de 20 años y se utiliza para comprender la situación actual de una empresa, organización, producto o servicio específico y, también como ayuda para formular una intervención social. DAFO es una sigla (acrónimo) que proviene de las cuatro primeras letras de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (Gil, 2012)

### **Planeación estratégica**

(Chiavenato, 2017) afirma que la planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra.

## **Visión**

“Visión” significa literalmente “una imagen”. La visión de los negocios, la visión organizacional o incluso la visión del futuro se entiende como el sueño que la organización anhela. Es la imagen de cómo se verá en el futuro. Es la explicación de por qué todos se levantan todos los días, y dedican la mayor parte de su existencia al éxito de la organización en la que trabajan, invierten o hacen negocios, menciona (Chiavenato, 2017)

## **Servicio**

(Thompson, 2022) menciona que Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

## **Plan de acción**

Un plan de acción es una hoja de ruta que puede ayudarlo a lograr sus metas y objetivos. Así como hay muchas formas de llegar a un destino si va de viaje, un programa puede tomar muchos caminos para alcanzar las metas, cumplir los objetivos y lograr resultados. (Anónimo, ECLKC, 2019)

## **Adultos Mayores**

(Márquez, 2007) nos comenta que al adulto mayor se le asocio generalmente con una etapa productiva terminada, con historias de vida para ser contadas como anécdotas, leyendas o conocimientos. Al aprendizaje se le considero como un proceso siempre activo que se realizó a lo largo de la vida. En este proceso siempre la actualización de los conocimientos ya alcanzados,

asociándolos, comparándolos, reflexionando sobre sus propias creencias y explicar frente a los otros.

### **Valores**

(Morales, 2020) comenta que los valores son los principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona, una acción o un objeto que se consideran típicamente positivos o de gran importancia para un grupo social, motivan a las personas a actuar de una u otra manera porque forman parte de su sistema de creencias, determinan sus conductas y expresan sus intereses y sentimientos.

### **Objetivos**

Objetivo es la categoría que refleja el propósito o intencionalidad de la investigación (el para qué), lo que debe lograrse, de modo que se transforme el objeto y se solucione el problema. El objetivo expresa los límites del problema y orienta el desarrollo de la investigación al precisar que se pretende. (Herrera, 2018)

### **Necesidad**

Las necesidades son requerimientos humanos básicos tales como: aire, alimento, agua, vestido y refugio. Los humanos también tenemos una fuerte necesidad de ocio, educación y entretenimiento. Estas necesidades se convierten en deseos cuando se dirigen a objetos específicos que podrían satisfacer la necesidad. (Kotler & Keller, 2012)

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

##### **Breve reseña histórica la creación del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.**

Este emprendimiento surgió de la idea de un proyecto grupal de cinco estudiantes que cursaban el 4to semestre en el Instituto tecnológico bolivariano en el año 2019, donde se buscó un enfoque de asistencia en el cuidado del Adulto Mayor, uno de los facilitadores que ayudo en esta propuesta lanzada fue la APP YO CUIDO.

Con el pasar del tiempo, comenzó a tomar forma el emprendimiento obteniendo una visión más amplia donde aparte de tener una atención con los clientes externos (adultos mayores), del mismo modo, queremos fomentar mayores plazas de trabajo permitiendo generar ingresos económicos quedando así plasmados y puliendo nuestra idea en cada semestre de nuestra carrera.

**Nombre completo de la empresa o institución:** Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.

**Rama y/o ministerio al que pertenece:** Atención del cuidado del adulto mayor

**Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida:** 6 de abril del 2019.

**Objeto Social:** Actividades de atención de la salud humana y asistencia social.

### **Misión**

Lograr posicionarnos en el mercado del cuidado del adulto mayor a nivel nacional con responsabilidad, compromiso y ética para satisfacer a nuestros clientes con personal altamente capacitado.

### **Visión**

Somos una empresa dedicada a la prestación de servicio enfocados en el cuidado del adulto mayor con calidez y calidad, buscamos que nuestros clientes sientan confianza, seguridad y tranquilidad de que su familiar y hogar está en buenas manos.

### **Estructura organizativa del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.**

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

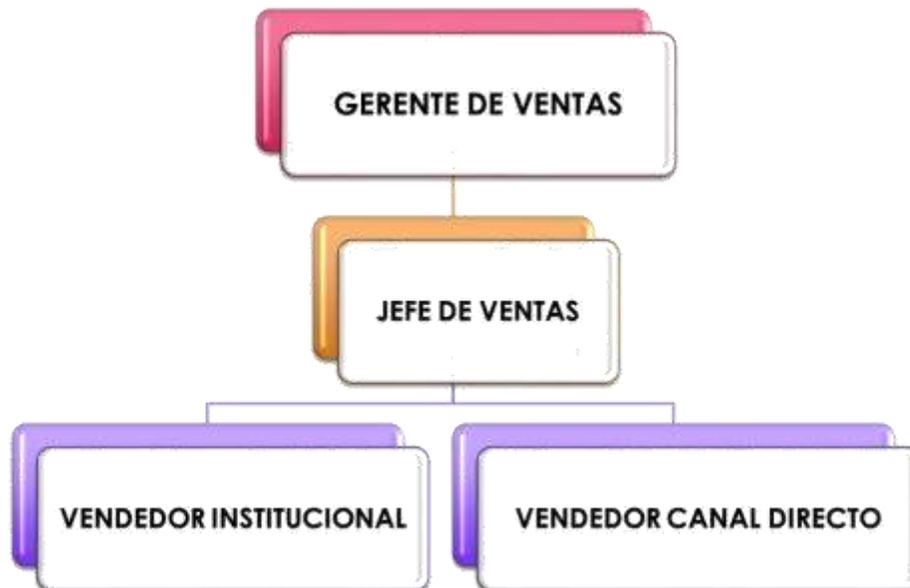


Figura 2. Organigrama

## **Plantilla total de trabajadores**

Cuadro 2. Plantilla Total de trabajadores

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente de Ventas	1
Jefe de Ventas	1
Vendedor Institucional	1
Vendedor Canal Directo	1

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## **Clientes, proveedores y competidores más importantes**

Según el INEC (Instituto Nacional de estadística y censo) informa que en la Parroquia Tarqui abarca una población de 1.050.826 personas, sin embargo, el emprendimiento está enfocado en personas mayores a 65 años siendo la demanda potencial de 18.117 personas.

### **Proveedores**

- Difare (Productos de Higiene personal)
- Pasa (Vestimenta, cobertores de cama)
- Supermaxi (Productos alimenticios)
- Grupo Orellana red de distribución Farmacéutica (Medicamentos, sueros)

### **Competidores**

- Hogar Geriátrico Memory Gerihomemory S.A.
- Club Edad Dorada- Hogar del Adulto Mayor – HoAM
- Centro Gerontológico Municipal Dr. Arsenio de la Torre Marcillo
- Hogar Corazón de Jesús.

## Principales productos o servicios

Cuadro 3. Servicios

<b>Servicios</b>	<b>Detalles</b>
Servicio de enfermería	Control de presión arterial, control de glucosa manual, medición mediante oxímetro de cada paciente previo a la consulta médica.
Consulta Médica en Geriatría	Valoración del paciente, realizar historia clínica
Consulta Médica en Nutrición	Valorar índice de masa corporal, peso y talla; Realizar un esquema de dieta balanceada de acorde a necesidad del paciente
Terapia de Rehabilitación	Se realiza pruebas físicas e implementación de electrodos y terapias manuales según la necesidad de cada paciente añadiendo que se mejora la pérdida de masa muscular debido a ser un problema frecuente al adulto mayor.
Talleres Ocupacionales –Didácticos	Se brindara actividades grupales que estimulen de forma creativa, aquí se considerara talleres de baile, actividad de manualidades y música.

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

Cuadro 4. Productos

Producto	Detalle
Kit de Suero Vitamínico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vitamina C.</li> <li>• Frasco Solución de 500mg.</li> <li>• Cloruro de Sodio de 200ml.</li> <li>• Catéter.</li> <li>• Equipo de Venoclisis.</li> </ul>
Kit de dieta Saludable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual didáctico (Porción alimenticia, dieta correspondiente a cada paciente).</li> </ul>
Kit de Terapia Motriz Golden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas para colorear.</li> <li>• Juego de lápices de colores.</li> <li>• Crayones.</li> </ul>
Kit de Actividades Lúdicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yoga y Natación.</li> </ul>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 3. Kit de Dieta Saludable

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 4. Kit de Suero Vitamínico

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 5. Kit de Terapia Motriz Golden

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 6. Kit de Actividades Lúdicas

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

### **Diseño de Investigación**

Según (Dos Santos, 2017):

Un diseño de investigación es un marco o modelo para la realización de un estudio de mercado. En él se detallan los procedimientos necesarios para la obtención de la información requerida. Su propósito es establecer un diseño de estudio que, o bien pruebe la hipótesis de interés y/o determine las posibles respuestas para esclarecer cuales son las preguntas de investigación que en última instancia proporcione la información necesaria para la toma de decisiones.

Por lo tanto, el diseño de investigación aplicado en el plan de negocios nos va permitir tener una guía al investigador con el objetivo de plantear y organizar cada situación a seguir con ello obtener resultados óptimos que nos lleven a soluciones altamente eficaces y eficientes ante el problema presentado.

### **Investigación Científica**

No todo trabajo de búsqueda de información es una investigación, y suele suceder que los estudiantes o profesionales inexpertos confunden

investigación con acopiar información y sintetizar su contenido, o con elaborar una monografía. La palabra “investigar” proviene del latín in (en) y vestigare (hallar, indagar, seguir vestigios), por lo tanto, entenderemos a la investigación científica como un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos de un determinado ámbito de la realidad. (Gómez, 2006)

De esta manera, se menciona que el emprendimiento conlleva una investigación científica debido a que se obtiene información que permite enriquecer de conocimiento a los investigadores lo cual ayuda a la formulación de ideas-soluciones, que prevengan y promuevan resultados al mismo tiempo control del proyecto en marcha.

### **Investigación Bibliográfica**

Según (UPEL, 2005):

La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio.

Este tipo de investigación se encuentra presente dentro del desarrollo del proyecto puesto que se indaga en diversas fuentes bibliográficas que proporcionan información relacionada al tema principal con ello facilita a futuros investigadores comprender en que se basa la temática planteada.

### **Investigación de Campo**

(QuestionPro, 2018) menciona que la investigación de campo como un término general que incluye el sinfín de actividades que realizan los investigadores de

campo cuando recopilan datos: participan, observan, generalmente entrevistan a algunas de las personas que observan y normalmente analizan documentos o algunos objetos relacionados con el estudio.

Dentro de lo que conlleva este plan de negocios, la investigación de campo se encuentra dentro debido a que permite la recolección de datos, de hechos promoviendo a la participación en la problemática cotidiana de las personas que estamos estudiando, se utilizará herramientas importantes como entrevista, encuestas que nos van ayudar dentro del proceso.

## **Tipos de Investigación**

### **Explicativa**

(Arias, 2006) explica que es aquel que “se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.”

Este tipo de investigación se emplea dentro del proyecto ya que el objetivo es de expandir el conocimiento centrándonos en los detalles, profundizando la investigación con ello permitir conocer más a fondo la problemática vista dentro del negocio.

### **Descriptiva**

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo, cosa de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos una interpretación correcta. (Tamayo, 2003)

De esta manera, se comenta que esta investigación se encuentra dentro del proyecto debido a que se desglosa detalladamente cada punto mínimo que sea de relevancia dentro del proyecto permitiendo la comprensión inmediata del mismo.

### **Exploratoria**

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir un nivel superficial de conocimiento. (Fidias, 2006)

La investigación exploratoria se encuentra dentro del proyecto debido a que la variable independiente (Adulto mayor) es poco conocida y socializada, creando un vacío de conocimiento dentro de la sociedad promoviendo a la falta de Equipo médico dentro de este sector.

### **Correlacional**

Una correlación es una medida del grado en que dos variables se encuentran relacionadas. Un estudio correlacional puede intentar determinar si individuos con una puntuación alta en una variable también tiene puntuación alta en una segunda variable y si individuos con una baja puntuación en una variable también tienen baja puntuación en la segunda. Estos resultados indican una relación positiva. (Anónimo, 2007)

Este tipo de investigación nos permite grandes probabilidades de poder identificar las cosas positivas y negativas que tiene el proyecto añadiendo que nos lleva a observar, analizar, determinar cómo nuestras variables propuestas se conjugan entre si con ello ver si se obtiene resultados a favor o en contra.

## **Población y muestra**

### **Población**

(Arias, 2006) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Por ende, la población establecida a quien estará dirigido este emprendimiento será a los ciudadanos habitantes de la Parroquia Tarqui ubicada en la ciudad de Guayaquil donde según datos del INEC la cantidad de población equivale a 1.050.826, en específico personas correspondientes al grupo de la tercera edad (65 años y más) que equivale al 5,8% según el INEC dando como resultado a las 18.117 personas, tal como se visualiza en el Anexo 1 de la presente tesis.

### **Muestra**

La muestra se clasifica en probabilística y no probabilística. La probabilística, son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas. La no probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla. La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional u opinática y muestra accidentada o sin norma. (Castro, 2003)

### **Tipo de Muestra:**

#### **Muestra Probabilística**

Los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos

tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. (García L. , 2017)

### **Muestra no Probabilística**

la muestra no probabilística no es un producto de un proceso de selección aleatoria. Los sujetos en una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador. (García L. , 2017)

Población objeto motivo de estudio 18.117 personas.

### **Fórmula infinita**

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

**Donde:**

**n**= Tamaño de muestra

**Z**= Nivel de confianza

**e**= Error de estimación máximo aceptado

**N**= Tamaño del universo

**p**= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

**q**= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

Cuadro 5. Valores de confianza Z

Valores de confianza tabla Z	
99%	2,58
95%	1,96
94%	1,89
93%	1,81
92%	1,76
91%	1,70
90%	1,65

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Fórmula aplicada a población del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto.**

**Datos:**

**n=?**

**Z= 1,96**

**e= 0.05%**

**N= 18.117**

**p= 0.5%**

**q= 0.5%**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0.5) (0.5) (18.117)}{(0.05)^2 (18.117 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{3,8416 (4529,25)}{(0.0025) (18.116) + 3.8416 (0.25)}$$

$$n = \frac{17.399,57}{45,29 + 0,9604}$$

$$n = \frac{17.399,57}{46,2504}$$

$$n = 376,203$$

$$n = 376$$

### **Técnicas de Investigación**

Según (González, 2021):

Son procesos e instrumentos que se utilizan al iniciar el estudio de un fenómeno determinado. Estos métodos permiten recopilar, examinar y exponer la información, de esta forma se logra el principal objetivo de toda investigación, que es adquirir nuevos conocimientos.

### **Encuesta**

Es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (García F. , 1979)

La estructura de la encuesta que se ha realizado estará dirigida a 376 personas de 65 años y más que habitan en la Parroquia Tarqui para conocer sus soluciones al problema presentado en la situación conflicto mediante preguntas elaboradas por el método de escala de Likert.

## **Estructura de la Encuesta**

- 1.** ¿Desearía formar parte del centro de atención Integral Gepetto?
  - Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
- 2.** ¿Cómo considera que debería ser la atención a un adulto mayor dentro de un centro dedicado al cuidado de personas de 65 años y más?
  - Excelente
  - Bueno
  - Regular
  - Malo
  - Pésimo
- 3.** Cree que el espacio en donde se brinde el servicio Gerontológico principalmente debe de ser:
  - Amplio
  - Abierto
  - Mixto (Abierto y cerrado)
  - Cerrado
  - Reducido
- 4.** Su ingreso salarial lo obtiene por:
  - Emprendimiento Independiente
  - Trabajador privado
  - Trabajador Público
  - Bono del Estado
  - Jubilado

5. ¿Le gustaría obtener un beneficio adicional en cadenas de farmacias obtenidas por el centro médico Gepetto?
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
6. ¿Cuál tipo de dispositivo tecnológico y asistencial que ayuda a la rehabilitación le encantaría que nuestro centro de atención integral ofreciera?
- Bicicletas ergométricas
  - Rueda de hombro
  - Ejercitador de tobillo
  - Bañera de hidromasaje
  - Terapias motrices virtual
7. ¿Está de acuerdo con que el centro de atención integral cumpla con las normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores?
- Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
8. ¿Con que forma de pago cuenta para que pueda costear el servicio que brinda el centro médico Gepetto?
- Efectivo (Billete o moneda)
  - Cheque personal
  - Tarjeta de Débito
  - Tarjeta de Crédito

- Todas las anteriores
- 9. ¿Sería de su agrado que nuestro centro de atención hacia el cuidado del adulto mayor brinde cursos para mejorar en nuestros clientes el manejo tecnológico favoreciendo a su desarrollo cognitivo y mejorar la comunicación de ellos con sus familiares?
  - Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
- 10. ¿Considera de suma importancia llevar a cabo la ejecución de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor dentro de su sector?
  - Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo

### **Entrevista**

Es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. (Díaz, 2013)

La estructura de la Entrevista presente se realizará a dos personas, uno de ellos capacitados en el sector Geriátrico y otro con título en administración de empresas para conocer diferentes soluciones para resolver la problemática planteada.

## Estructura de la entrevista

### ENTREVISTA

#### EMPRENDIMIENTO DE ATENCIÓN INTEGRAL GEPETTO

<b>Lugar:</b>		
<b>Fecha:</b>	<b>Hora de Inicio:</b>	<b>Hora final:</b>
<b>Dirigido a:</b>	<b>Entrevistador:</b>	

**Objetivo de la entrevista:** Evaluar la problemática dentro de la empresa y con ello encontrar soluciones desde perspectivas distintas.

- 1) ¿Considera usted que las capacitaciones a familiares de los clientes puedan permitir la corrección de la atención y brindar un mejor servicio?  
¿Por qué?
- 2) ¿Ha escuchado o visto acerca de lo que conlleva un centro de atención integral dirigido a adultos mayores, y en caso de haberlo escuchado que ha oído de ello?
- 3) ¿Considera que nuestros servicios están dirigidos a un mercado viable?  
¿Por qué?
- 4) ¿Cuáles son los problemas o procesos administrativos más comunes dentro de un centro atención integral?
- 5) ¿Considera usted que los centros de cuidado del Adulto mayor deberían estar en constante innovación? ¿Por qué?
- 6) ¿Cuál cree usted que sea la herramienta prioritaria para poder atraer más clientes?

## Observación

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. (Castellanos, 2017)

La guía de observación elaborada será dirigida directamente a la investigadora, fundadora del Emprendimiento De Atención Integral Gepetto, con el fin de obtener una observación directa donde podremos registrar todos los sucesos que ocurren en un determinado tiempo dentro del negocio.

### Estructura de la Guía de Observación

<b>GUÍA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>Nombre de la empresa</b>	
<b>Dirección</b>	
<b>Observador</b>	
<b>Fecha en que se realizó la observación</b>	
<b>Hora</b>	

<b>Indicadores</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Observación</b>
Los clientes se encuentran satisfechos con el servicio.			
El personal de trabajo es altamente capacitado tanto personal interno como personal externo.			

Dentro de las instalaciones se observa el debido aseo en cada espacio del centro médico.			
El plan de negocios está siendo una herramienta que ayuda a la mejora de ingreso económico dentro del centro de atención integral Gepetto.			
Se muestra un ambiente de relajación y de armonía dentro de las instalaciones, tanto interna como externa.			
Se realiza un mantenimiento seguido a maquinarias, equipos de oficina o bienes que sean de uso dentro del centro médico.			
La misión y la visión se está cumpliendo dentro del centro integral Gepetto.			
Fomentaría capacitaciones para mejorar la capacidad laboral que ayude a la mejora de atención al cliente.			
La herramienta FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) está en constante actualización.			

Elabora de manera estratégica los horarios y actividades a realizar con los pacientes del centro médico integral Gepetto.			
---	--	--	--

## **CAPITULO IV**

### **ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

Durante la elaboración de este proyecto se ha realizado cada una de las etapas que conlleva el mismo permitiendo obtener información con la cual se realizará el debido análisis e interpretación, por este motivo, en este capítulo se expondrá las necesidades y exigencias que presentan los consumidores del centro médico Integral Gepetto, puesto que, se utiliza la técnica de encuesta quien permite tener la opinión del consumidor.

Las herramientas utilizadas para la recopilación de información son un cuestionario con 10 preguntas formuladas para obtener una investigación precisa que permitan la mejora de atención y poder cubrir las expectativas de nuestros consumidores principales.

Asimismo, se utiliza la herramienta de una entrevista compuesta por 6 preguntas dirigidas a un especialista en la rama de la salud y a un licenciado en administración de empresas para poder conocer los diversos puntos de vista acerca del manejo correcto de una empresa y poder obtener soluciones a nuestra situación conflicto presentado en el capítulo I.

Como ultima herramienta que se utilizará será una guía de observación que será realizada a la fundadora del centro médico Integral Gepetto para obtener una información precisa acerca del funcionamiento externo e interno de la empresa con ello obteniendo el análisis e interpretación que ayude a obtener una solución al problema visto.

## Encuesta

Pregunta 1. ¿Desearía formar parte del centro de atención Integral Gepetto?

Cuadro 6. Formar parte del Centro de atención Integral Gepetto

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Desearía formar parte del centro de atención Integral Gepetto?	Totalmente de acuerdo	256	78
	De acuerdo	76	10
	Indeciso	24	7
	En desacuerdo	10	2,5
	Totalmente en desacuerdo	10	2,5
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

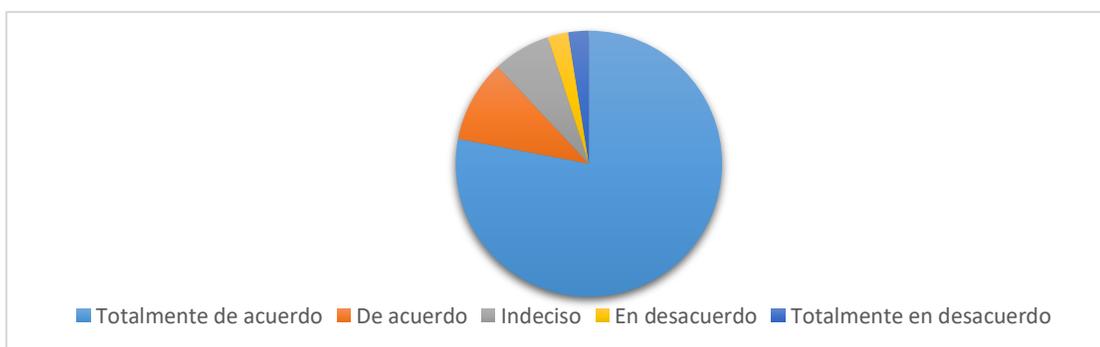


Figura 7. Respuesta pregunta 1

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 6 muestra que entre los encuestados 256 personas se sienten totalmente de acuerdo de formar parte del centro de atención Integral Gepetto lo cual representa al 78%, añadiendo que 76 personas indican estar de acuerdo con esta propuesta representando al 10%, asimismo 24 personas mostraron indecisión a esta pregunta quienes equivalen al 7%, sin embargo 10 personas se mostraron en desacuerdo con esta pregunta siendo el 2,5%, de igual manera 10 personas opinaron estar en totalmente en desacuerdo con esta propuesta siendo el 2,5%. Basándose en la figura 7 se indica que la mayor parte de los encuestados están totalmente de acuerdo con formar parte del centro médico Integral Gepetto.

Pregunta 2. ¿Cómo considera que debería ser la atención a un adulto mayor dentro de un centro dedicado al cuidado de personas de 65 años y más?

Cuadro 7. Atención al Adulto mayor dentro de un centro médico

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Cómo considera que debería ser la atención a un adulto mayor dentro de un centro dedicado al cuidado de personas de 65 años y más?	Excelente	324	85
	Bueno	27	8
	Regular	25	7
	Malo	0	0
	Pésimo	0	0
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

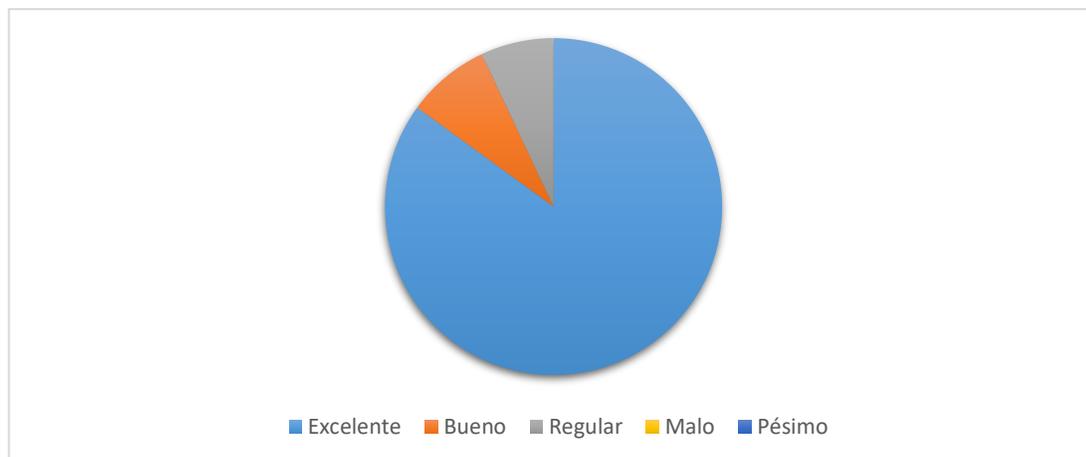


Figura 8. Respuesta pregunta 2

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 7 señala que 324 personas equivalentes al 85% comentan que la atención que se debe brindar dentro de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor debería de ser excelente agregando que 27 personas que corresponden al 7% consideran que debería de ser buena la atención, de la misma forma, 25 personas siendo el 7% opinan que la atención que se debería de brindar debe de ser regular. Basándose en la figura 8 se interpreta que el centro de atención integral Gepetto debe de brindar un servicio excelente a los clientes.

Pregunta 3. Cree que el espacio en donde se brinde el servicio Gerontológico principalmente debe de ser:

Cuadro 8. Espacio donde se brinde el servicio Gerontológico

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
Cree que el espacio en donde se brinde el servicio Gerontológico principalmente debe de ser:	Amplio	100	46
	Abierto	10	3
	Mixto (Abierto y cerrado)	265	50
	Cerrado	1	1
	Reducido	0	0
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

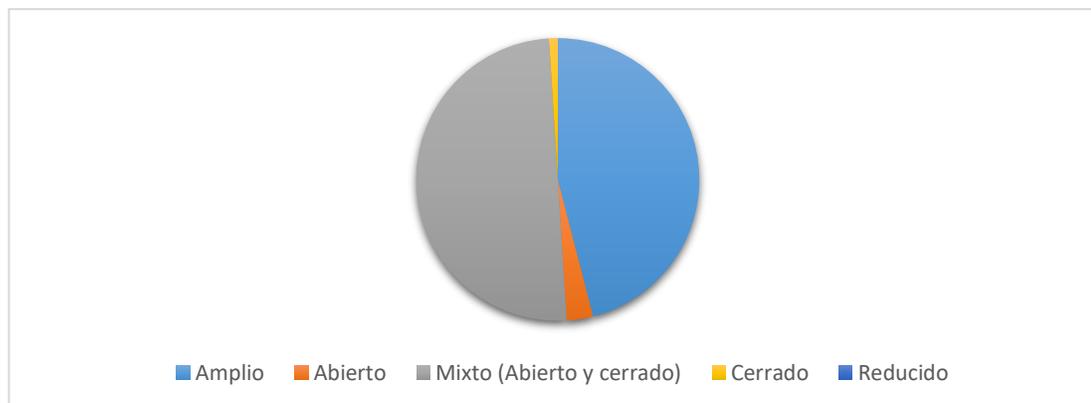


Figura 9. Respuesta pregunta 3

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 8 indica que 265 personas conformando el 50% opinan que el espacio en donde se brindara el servicio debe de ser mixto, es decir, un espacio abierto y cerrado, añadiendo que 100 personas equivalentes al 46% comentan que debería de ser un espacio amplio, asimismo 10 personas correspondientes al 3% mencionan que debería de ser un espacio abierto, no obstante, 1 persona que representa el 1% selecciona que el espacio debería de ser cerrado. Basándose en la figura 9 se menciona que el espacio en donde se brindará el servicio Gerontológico será un espacio mixto (abierto y cerrado).

Pregunta 4. Su ingreso salarial lo obtiene por:

Cuadro 9. Ingreso Salarial

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
Su ingreso salarial lo obtiene por:	Emprendimiento Independiente	8	3
	Trabajador privado	0	0
	Trabajador publico	10	7
	Bono del estado	113	34
	Jubilado	245	56
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 10. Respuesta pregunta 4

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** En el cuadro 9 se observa que 245 personas correspondientes al 56% comentan que su ingreso salarial lo obtienen por jubilación, asimismo 113 personas equivalentes al 34% comentan que su ingreso financiero lo obtienen por el bono del estado añadiendo que 10 personas representantes del 7% indican que lo ganan por ser trabajadores públicos no obstante 8 personas los cuales corresponden al 3% mencionan que su ingreso salarial lo obtienen por emprendimientos independientes que tienen. Basándose en la figura 10 se menciona los encuestados siendo personas de 65 años y más, la mayoría obtiene un ingreso salarial por jubilación.

Pregunta 5. ¿Le gustaría obtener un beneficio adicional en cadenas de farmacias obtenidas por el centro médico Gepetto?

Cuadro 10. Beneficio Adicional

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Le gustaría obtener un beneficio adicional en cadenas de farmacias obtenidas por el centro médico Gepetto?	Siempre	274	66
	Casi siempre	69	15
	A veces	26	14
	Casi nunca	7	5
	Nunca	0	0
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

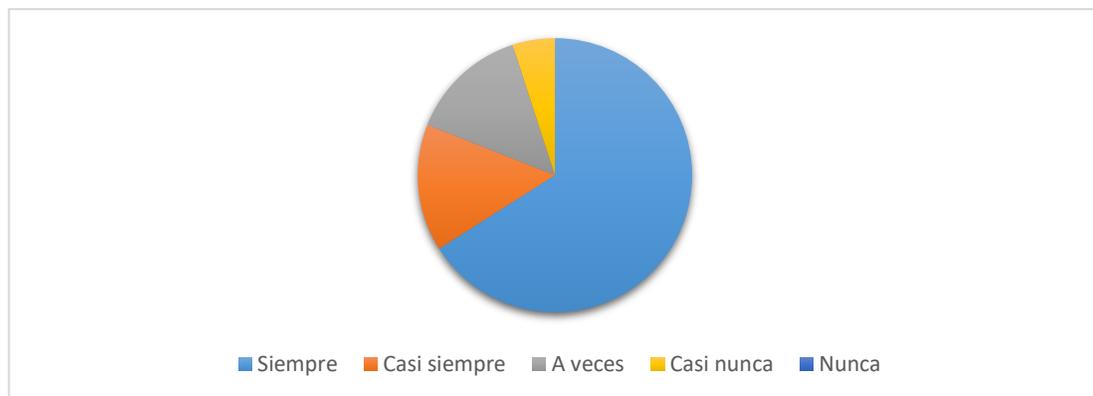


Figura 11. Respuesta pregunta 5

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** En el cuadro 10 muestra que 274 personas quienes corresponden al 66% comentan que siempre les gustaría recibir beneficios sociales en las cadenas de farmacias brindadas por el centro médico Gepetto, asimismo 69 personas quienes son el 15% opinan que casi siempre quisieran recibirlo añadiendo que 26 personas equivalentes al 14% lo quisieran obtener a veces, sin embargo, 7 personas siendo el 5% opinan que casi nunca les gustaría recibirlo. Basándose en la figura 11 se comenta que la gran mayoría de personas encuestadas les gustaría recibir siempre beneficios adicionales en cadenas de farmacias obtenidas por el centro médico Gepetto.

Pregunta 6. ¿Cuál tipo de dispositivo tecnológico y asistencial que ayuda a la rehabilitación le encantaría que nuestro centro de atención integral ofreciera?

Cuadro 11. Tipo de dispositivo tecnológico y asistencial

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Cuál tipo de dispositivo tecnológico y asistencial que ayuda a la rehabilitación le encantaría que nuestro centro de atención integral ofreciera?	Bicicletas ergométricas	79	10
	Rueda de hombro	18	5
	Ejercitador de tobillo	145	49
	Bañera de hidromasaje	134	36
	Terapias motrices virtual	0	0
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

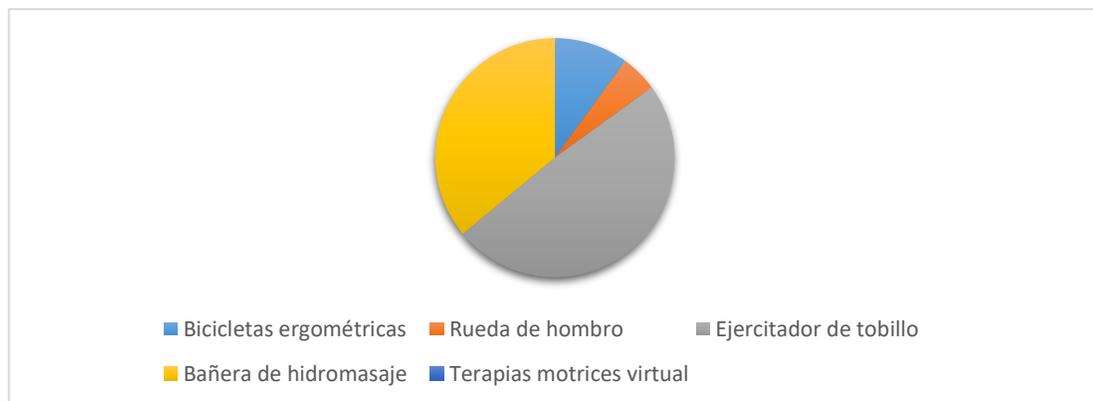


Figura 12. Respuesta pregunta 6

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** En el cuadro 11 indica que 145 personas siendo el 49% comentan que el Ejercitador de tobillo sería de su agrado que tenga el centro de atención integral Gepetto, añadiendo que 134 personas correspondientes al 36% prefieren la bañera de hidromasaje, de igual manera 79 personas equivalentes al 10% escogen las bicicletas ergométricas, no obstante 18 personas representando el 5% eligieron la rueda de hombro. Basándose en la figura 12 podemos mencionar que el dispositivo tecnológico y asistencial quien ayudara a la rehabilitación del paciente prioritario según la respuesta de los encuestados sería el Ejercitador de tobillo.

Pregunta 7. ¿Está de acuerdo con que el centro de atención integral cumpla con las normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores?

Cuadro 12. Normativas por la ley orgánica de las personas adultas mayores

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Está de acuerdo con que el centro de atención integral cumpla con las normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores?	Totalmente de acuerdo	245	63
	De acuerdo	122	33
	Indeciso	9	4
	En desacuerdo	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	0
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 13. Respuesta pregunta 7

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 12 muestra que 245 personas quienes equivalen al 63% están totalmente de acuerdo con que se cumpla las leyes impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores, asimismo 122 personas siendo el 33% comentan estar de acuerdo con esta propuesta, sin embargo 9 personas que representan el 4% opinan que están indecisos con esta pregunta. Basándose en la figura 13 se indica que la mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo con que se cumpla las normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores dentro del centro de atención Integral Gepetto.

Pregunta 8. ¿Con que forma de pago cuenta para que pueda costear el servicio que brinda el centro médico Gepetto?

Cuadro 13. Forma de Pago

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Con que forma de pago cuenta para que pueda costear el servicio que brinda el centro médico Gepetto?	Efectivo (Billete o moneda)	36	8
	Cheque personal	29	5
	Tarjeta de Débito	34	6
	Tarjeta de Crédito	134	35
	Todas las anteriores	145	46
	<b>Total</b>	<b>376</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 14. Respuesta pregunta 8

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 13 menciona que 145 personas correspondientes al 46% cuentan con todas las formas de pago antes mencionadas (efectivo-cheque personal-tarjeta de Débito-Tarjeta de Crédito), asimismo 134 personas quienes equivalen al 35% indican que poseen tarjeta de Crédito como forma de pago, sin embargo 36 personas quienes pertenecen al 8% comentan que puede pagar en efectivo (Billete o moneda), de igual manera 24 personas siendo el 6% mencionan que su forma de pago es por tarjeta de Débito y 29 personas representantes del 5% indican que puedes pagar por cheque personal. Basándose en la figura 14 se señala los encuestados cuentan con todas las formas de pagos mencionadas con las cuales estas pueden costear el servicio que brinda el centro médico Gepetto.

Pregunta 9. ¿Sería de su agrado que nuestro centro de atención hacia el cuidado del adulto mayor brinde cursos para mejorar en nuestros clientes el manejo tecnológico favoreciendo a su desarrollo cognitivo y mejorar la comunicación de ellos con sus familiares?

Cuadro 14. Cursos para mejorar manejo tecnológico en clientes

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Sería de su agrado que nuestro centro de atención hacia el cuidado del adulto mayor brinde cursos para mejorar en nuestros clientes el manejo tecnológico favoreciendo a su desarrollo cognitivo y mejorar la comunicación de ellos con sus familiares?	Totalmente de acuerdo	245	68
	De acuerdo	72	20
	Indeciso	56	10
	En desacuerdo	3	2
	Totalmente en desacuerdo	0	0
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 15. Respuesta pregunta 9

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 14 indica que 245 personas correspondientes al 68% están totalmente de acuerdo con que se brinde cursos para mejorar el manejo tecnológico en nuestros clientes, añadiendo que 72 personas siendo el 20% están de acuerdo con esta propuesta, asimismo 56 personas equivalentes al 10% se muestran indecisos con esta pregunta, no obstante 3 personas quienes representan el 2% están en desacuerdo con esta idea. Basándose en la figura 15 se indica que están totalmente de acuerdo de que se brinde cursos para mejorar el manejo tecnológico.

Pregunta 10. ¿Considera de suma importancia llevar a cabo la ejecución de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor dentro de su sector?

Cuadro 15. Ejecución de un médico Integral dentro de su sector

PREGUNTA	Alternativa	Fx.	%
¿Considera de suma importancia llevar a cabo la ejecución de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor dentro de su sector?	Totalmente de acuerdo	264	66
	De acuerdo	100	25
	Indeciso	6	5
	En desacuerdo	3	2
	Totalmente en desacuerdo	3	2
	<b>Total</b>		<b>376</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)



Figura 16. Respuesta pregunta 10

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 15 indica que 264 personas equivalentes al 66% comentan que están totalmente de acuerdo con que se lleve a cabo la ejecución de un centro médico integral en su sector, añadiendo que 100 personas siendo el 25% están de acuerdo, asimismo 6 personas representando el 5% se muestran indecisos en esta pregunta, sin embargo 3 personas quienes equivalen al 2% opinan estar en desacuerdo con esta idea, de igual manera 3 personas representando el 2% están totalmente en desacuerdo con esta idea. Basándose con la figura 16 se indica que los encuestados están totalmente de acuerdo con que se lleve a cabo la ejecución de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor dentro de su sector.

## **Análisis general de la Encuesta**

Los datos obtenidos por medio de la encuesta nos permiten visualizar que el rango de edades que adquiere una mayor demanda, el 89% está de acuerdo con que el servicio que se brindara en el centro Integral Gepetto debe de ser de excelencia añadiendo que el 78% de encuestados desean formar parte del proyecto como usuarios.

Además, con respecto a las formas de pago que contará el centro de atención Integral Gepetto siendo representado por el 43% de encuestados señalando que desean contar con todas las maneras de pago (Efectivo-Tarjeta de Débito-Tarjeta de Crédito-Cheque Personal) y que su ingreso salarial lo obtiene el 46% de la jubilación.

Cada uno de los datos obtenidos muestran una relevante importancia para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes, por ello, el 67% de los encuestados desean que se aplique dentro de este proyecto las leyes orgánicas del adulto mayor y que el espacio en donde se brinde el servicio sea un espacio Abierto y a su vez cerrado añadiendo que desean que se cuente con un beneficio especial en la línea de productos en farmacias al ser usuarios del centro Integral Gepetto.

## Entrevista

Cuadro 16. Ficha técnica de entrevista

<b>EMPRENDIMIENTO DE ATENCIÓN INTEGRAL GEPETTO</b>		
<b>Lugar:</b> Cuerpo Consular de Damas Sur		
<b>Fecha:</b> 23 de Marzo del 2022	<b>Hora de Inicio:</b>	<b>Hora final:</b>
<b>Dirigido a:</b> Dr. Jorge Robalino Santillán	<b>Entrevistador:</b> Tania Ullauri Pérez	

**Objetivo de la entrevista:** Evaluar la problemática dentro de la empresa y con ello encontrar soluciones desde perspectivas distintas.

**1. ¿Considera usted que las capacitaciones a familiares de los clientes puedan permitir la corrección de la atención y brindar un mejor servicio? ¿Por qué?**

Sin duda alguna el brindar una capacitación y tener el contacto directo con los familiares va permitir conocer que se debe de corregir en un centro de atención, el capacitar abre permite mejorar la visión de un proyecto.

**2. ¿Ha escuchado o visto acerca de lo que conlleva un centro de atención integral dirigido a adultos mayores, y en caso de haberlo escuchado que ha oído de ello?**

Como galeno conozco muy bien las necesidades de un adulto mayor, y si he tenido la oportunidad de conocer centros que brindan este servicio, en donde, he podido escuchar que brindan, asesoran por el cuidado y bienestar de los adultos mayores.

**3. ¿Considera que nuestros servicios están dirigidos a un mercado viable? ¿Por qué?**

Considero que el enfoque que brinda el servicio tiene mucha oportunidad de crecimiento ya que existe una alta tasa o demanda de futuros clientes.

**4. ¿Cuáles son los problemas o procesos administrativos más comunes dentro de un centro atención integral?**

Problemas con servicio al cliente, recordemos que cuando hablamos del sector salud, velamos por el bien del paciente y por su comodidad dentro de un centro, por ello debemos tener la parte humanitaria.

**5. ¿Considera usted que los centros de cuidado del Adulto mayor deberían estar en constante innovación? ¿Por qué?**

Si por supuesto, todo en este entorno debe de estar en constante innovación para así poder obtener un crecimiento como compañía y con ello poder expandir este emprendimiento a otros territorios.

**6. ¿Cuál cree usted que sea la herramienta prioritaria para poder atraer más clientes?**

Considero que se puede realizar más publicidad para permitir que este tipo de centros de atención sean más conocidos, compartir por medio de ellos lo que se realiza.

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

Cuadro 17. Ficha técnica de entrevista

<b>EMPRENDIMIENTO DE ATENCIÓN INTEGRAL GEPETTO</b>		
<b>Lugar:</b> Ceibos		
<b>Fecha:</b> 25 de Marzo del 2022	<b>Hora de Inicio:</b> 8:22am	<b>Hora final:</b> 9:05am
<b>Dirigido a:</b> Bryan Cansing	<b>Entrevistador:</b> Tania Ullauri Pérez	

**Objetivo de la entrevista:** Evaluar la problemática dentro de la empresa y con ello encontrar soluciones desde perspectivas distintas.

- 1. ¿Considera usted que las capacitaciones a familiares de los clientes puedan permitir la corrección de la atención y brindar un mejor servicio? ¿Por qué?**

Digamos que depende si el familiar del cliente esta con el adulto mayor durante el servicio que recibe, si el familiar no está con el adul no puede saber qué tipo de servicio recibe el adulto mayor. Lo más probable que capacitaciones a los familiares, la situación mencionada antes se dé cuando si el familiar del cliente esta con el adulto mayor durante el servicio que recibe. Para corregir se pensaría en esas condiciones.

- 2. ¿Ha escuchado o visto acerca de lo que conlleva un centro de atención integral dirigido a adultos mayores, y en caso de haberlo escuchado que ha oído de ello?**

Nunca he escuchado en si lo que debe de ser un asilo sin embargo recuerdo haber visto uno cerca de la fuente de beneficencia de Guayaquil y uno que está en el hogar “San José”, hace 5 o 6 años. He observado al menos en la beneficencia de Guayaquil el mal trato que recibían los abuelitos al

momento de ser atendido. Verdaderamente no se en que consiste un centro de atención integral.

**3. ¿Considera que nuestros servicios están dirigidos a un mercado viable? ¿Por qué?**

El negocio es viable, debido a que, la situación actual los adultos mayores son abandonados, justamente salió en las noticias donde ellos protestaban pidiendo que se abra este tipo de centros para que puedan ayudarse e incluso mencionan que algunos ancianos fallecen por la por la falta de estos centros, hay una necesidad de esos centros y es muy vista en la actualidad.

**4. ¿Cuáles son los problemas o procesos administrativos más comunes dentro de un centro de atención integral?**

Servicios al cliente, no se satisface la es decir si el empleado lo que desea no mas es ganar dinero obviamente hay tenemos un error, puesto debe ser un servicio integral en todas las áreas. Eso es un error, pensar en las necesidades que uno tiene y no pensar en la necesidad del cliente, que es lo primordial.

A nivel más administrativo, tiene que ver un poco con el papeleo, hablamos de un centro de atención integral nuestra rama es la salud, si no le damos la debida atención estaremos en juego con la salud y sería un problema burocrático. Ser humanos, es muy esencial, la parte humanitaria dentro de un centro de atención.

**5. ¿Considera usted que los centros de cuidado del Adulto mayor deberían estar en constante innovación? ¿Por qué?**

La innovación siempre es necesario, ver por el bien del cliente, capacitaciones a todos los empleados, brindar temas que permitan mejorar

al empleado tanto laboral como humano y ver la situación conflicto del usuario, es decir, antes no era el problema de abandono hoy en día lo es. Innovar en qué sentido, en este caso lo relaciono a lo humanitario, aunque verdaderamente debemos tener en cuenta que significa la palabra “Innovación” y saber manejarla correctamente, la innovación no debería ser tan técnica para que clientes, empleados, no lo vean tan imposibles de alcanzar. En resumen, la innovación es necesaria debido a que las necesidades del adulto mayor cambian.

**6. ¿Cuál cree usted que sea la herramienta prioritaria para poder atraer más clientes?**

Servicio al cliente, el cliente es fundamental, el servicio que se brinda debe de calidad para poder recibir referencias buenas, lo mejor sería mostrar la realidad que vive el usuario compartiendo testimonios del usuario, lo que realizan en las actividades.

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Análisis general de la Entrevista**

La información obtenida a través de la entrevista nos permite visualizar los diferentes puntos de vistas con respecto al tema de resolver la problemática de nuestro proyecto, sin embargo, podemos destacar que los entrevistados comentan acerca que una de las problemáticas vistas dentro de los centros de atención al adulto mayor es la falta humanitaria dentro del servicio al cliente considerado una herramienta fundamental dentro del proyecto.

## Guía de observación

Cuadro 18. Ficha técnica de observación

<b>GUÍA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>Nombre de la empresa</b>	Centro médico Integral Gepetto
<b>Dirección</b>	Parroquia Tarqui
<b>Observador</b>	Tania Ullauri Pérez
<b>Fecha en que se realizó la observación</b>	25 de marzo del 2022
<b>Hora:</b>	12:12 AM

<b>Indicadores</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Observación</b>
Los clientes se encuentran satisfechos con el servicio.	X		
El personal de trabajo es altamente capacitado tanto personal interno como personal externo.		X	Presentan falencias que son corregidas mediante la capacitación constante
Dentro de las instalaciones se observa el debido aseo en cada espacio del centro médico.	X		
El plan de negocios está siendo una herramienta que ayuda a la mejora de ingreso económico dentro del centro de atención integral Gepetto.		X	Se ha observado una deficiencia en el manejo de plan de negocios por lo cual se ejecuta una revisión inmediata
Se muestra un ambiente de relajación y de armonía dentro	X		

de las instalaciones, tanto interna como externa.			
Se realiza un mantenimiento seguido a maquinarias, equipos de oficina o bienes que sean de uso dentro del centro médico.	X		Se realizado un mantenimiento cada determinado semestre para tener optimas las condiciones de los equipos
La misión y la visión se está cumpliendo dentro del centro integral Gepetto.	X		Se cumple sin embargo se establece que hay puntos a mejorar en el mismo
Fomentaría capacitaciones para mejorar la capacidad laboral que ayude a la mejora de atención al cliente.	X		
La herramienta FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) está en constante actualización.	X		
Elabora de manera estratégica los horarios y actividades a realizar con los pacientes del centro médico integral Gepetto.	X		Se ha establecido un cronograma para mantener el orden y la coordinación y así brindar un buen servicio a los usuarios

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** Los datos de esta ficha técnica permite evaluar el manejo interno y externo del centro médico integral Gepetto, en donde se puede comprobar que existe una deficiencia en la elaboración del plan de negocios, añadiendo que el emprendimiento no tiene un personal altamente capacitado obteniendo en algunas ocasiones la incomodidad del cliente.

Sin embargo, se presenta un buen manejo de aseo y de mantenimiento a las maquinarias utilizadas dentro del centro médico agregando que la herramienta FODA se encuentra en una constante actualización dándonos a entender que su misión y visión se cumplen dentro de la empresa, sin embargo, estos objetivos pueden mejorarse. Se menciona que se muestra un ambiente de relajación y de armonía dentro del personal interno como externo destacando que esto ayuda a la formulación de estrategias para poder mejorar la atención y llevar un orden de las actividades que debe realizar el cliente.

### **Análisis del FODA**

Cuadro 19. Análisis del FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de la promesa al cliente</li> <li>• Información digitalizada y de fácil comprensión y análisis</li> <li>• Fidelización de clientes</li> <li>• Oferta de servicios de calidad y con precios competitivos en el mercado.</li> <li>• Personalización del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de Gobierno</li> <li>• Mano de Obra Disponible (Desempleo)</li> <li>• Preocupación por la salud y la condición física</li> <li>• Impacto social debido a la pandemia por COVID-19</li> <li>• Avance tecnológico</li> <li>• Adquisición, desarrollo y transferencia de tecnología</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos económicos limitados</li> <li>• Falta de infraestructura en el área de salud especializada para ancianos.</li> <li>• No existen alianzas con otras instituciones que beneficien a nuestros clientes.</li> <li>• Poca experiencia en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores posicionados en el mercado</li> <li>• Legislación tributaria, comercial, laboral y penal.</li> <li>• Política monetaria, tributaria, fiscal y de previsión social</li> <li>• Tasa de interés financiero</li> <li>• Situación socioeconómica</li> <li>• Conocimiento y manejo de herramientas tecnológicas</li> </ul>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:** El cuadro 19 presenta el análisis FODA del centro médico Integral Gepetto menciona las oportunidades y fortalezas que contiene este proyecto, asimismo, indica las debilidades y amenazas que tiene el emprendimiento dentro del mercado global, indicando el riesgo que tiene el proyecto en un futuro y con ello proponer estrategias que prevengan esta situación.

Diagrama de Ishikawa

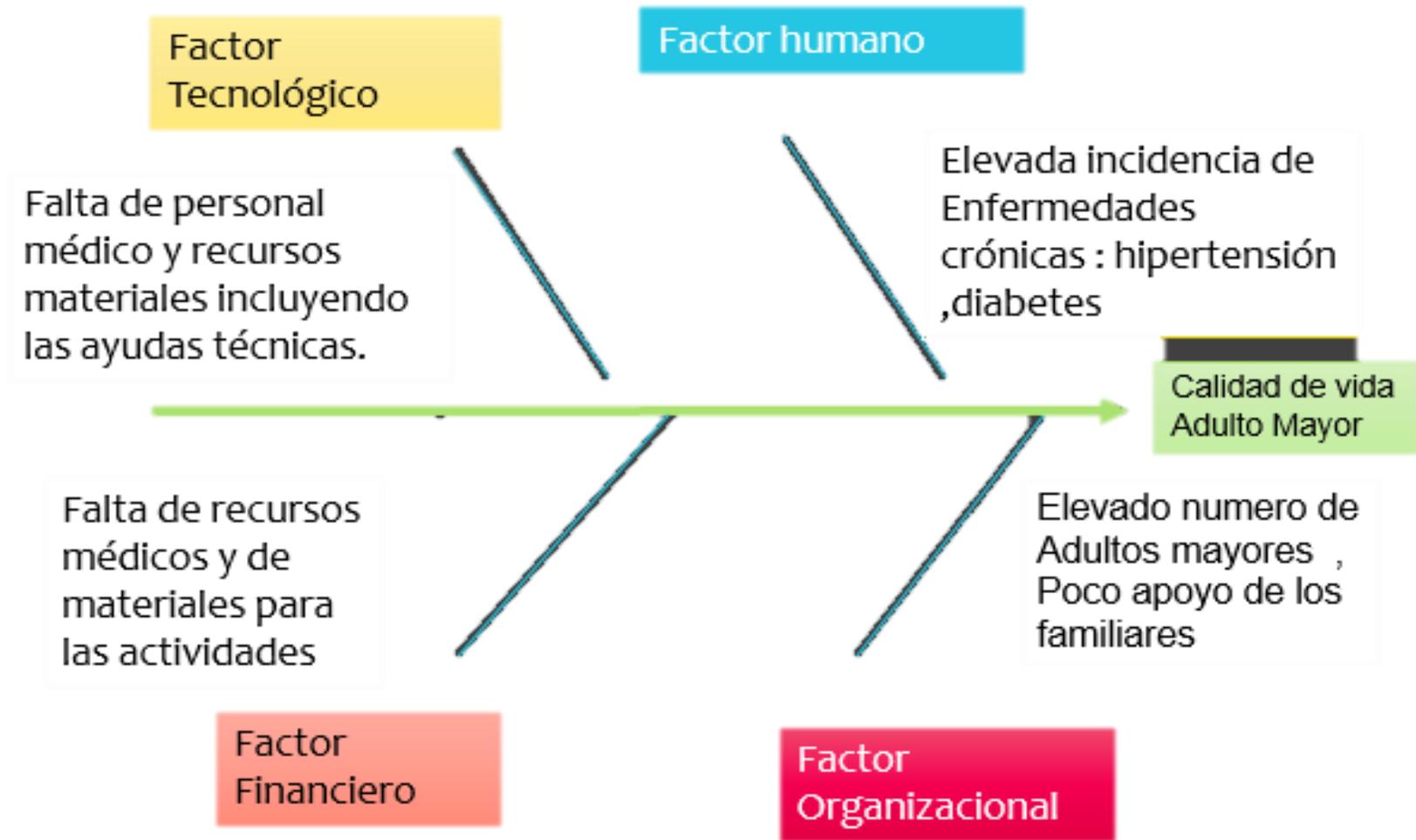


Figura 17. Espina de Ishikawa

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## Presupuesto

Cuadro 20. Presupuesto Anual

<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>INGRESOS</b>													
<b>VENTA DE BIENES O SERVICIOS</b>	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750.	25,750	309,000
<b>TOTAL INGRESOS</b>	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	25,750	309,000
<b>EGRESOS</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>Presupuesto</b>
<b>GASTOS FIJOS</b>													
<b>SUELDOS SALARIOS Y REMUNERACIONES</b>	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	4,100	49,200
<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	4,100
<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	341.67	4,100
<b>APOORTE PATRONAL 11.15%</b>	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	457.15	5,485.80
<b>HONORARIOS PROFESIONALES</b>	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	2,672	32,064
<b>ARRENDAMIENTO LOCAL</b>	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000

<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
<b>AGUA, ENERGÍA Y TELECOMUNICACIONES</b>	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
<b>TOTAL DE GASTOS FIJOS</b>	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	9,412.5	112,949.8
<b>GASTOS VARIABLES</b>														
<b>OTROS GASTOS (ALIANZAS)</b>	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400
<b>INTANGIBLES (APP)</b>	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	833.33	10,000
<b>GASTOS DE GESTIÓN (CAPACITACIÓN)</b>	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200
<b>TOTAL DE GASTOS VARIABLES</b>	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	1,133.3	13,600
<b>TOTAL EGRESOS</b>	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	10,546	126,549.8
<b>DISPONIBILIDAD TOTAL</b>	15,204	15,204	15,204	15,204	15,204.2	15,204	15,204.2	15,204	15,204	15,204	15,204	15,204	15,204	182,450

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## Inversión y Financiamiento

Cuadro 21. Inversión y financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
No.	CAPITAL INSOLUTO	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL PAGADO
1	\$ 130.799,60	\$ 1.627,82	\$ 4.530,00	\$ 2.902,18
2	\$ 127.897,42	\$ 1.591,70	\$ 4.530,00	\$ 2.938,29
3	\$ 124.959,13	\$ 1.555,13	\$ 4.530,00	\$ 2.974,86
4	\$ 121.984,27	\$ 1.518,11	\$ 4.530,00	\$ 3.011,88
5	\$ 118.972,38	\$ 1.480,63	\$ 4.530,00	\$ 3.049,37
6	\$ 115.923,02	\$ 1.442,68	\$ 4.530,00	\$ 3.087,32
7	\$ 112.835,70	\$ 1.404,26	\$ 4.530,00	\$ 3.125,74
8	\$ 109.709,96	\$ 1.365,36	\$ 4.530,00	\$ 3.164,64
9	\$ 106.545,32	\$ 1.325,97	\$ 4.530,00	\$ 3.204,02
10	\$ 103.341,30	\$ 1.286,10	\$ 4.530,00	\$ 3.243,90
11	\$ 100.097,40	\$ 1.245,73	\$ 4.530,00	\$ 3.284,27
12	\$ 96.813,13	\$ 1.204,85	\$ 4.530,00	\$ 3.325,14
13	\$ 93.487,98	\$ 1.163,47	\$ 4.530,00	\$ 3.366,52
14	\$ 90.121,46	\$ 1.121,57	\$ 4.530,00	\$ 3.408,42
15	\$ 86.713,04	\$ 1.079,16	\$ 4.530,00	\$ 3.450,84
16	\$ 83.262,20	\$ 1.036,21	\$ 4.530,00	\$ 3.493,79
17	\$ 79.768,41	\$ 992,73	\$ 4.530,00	\$ 3.537,27
18	\$ 76.231,15	\$ 948,71	\$ 4.530,00	\$ 3.581,29
19	\$ 72.649,86	\$ 904,14	\$ 4.530,00	\$ 3.625,86
20	\$ 69.024,00	\$ 859,01	\$ 4.530,00	\$ 3.670,98
21	\$ 65.353,02	\$ 813,33	\$ 4.530,00	\$ 3.716,67
22	\$ 61.636,35	\$ 767,07	\$ 4.530,00	\$ 3.762,92
23	\$ 57.873,43	\$ 720,24	\$ 4.530,00	\$ 3.809,75
24	\$ 54.063,68	\$ 672,83	\$ 4.530,00	\$ 3.857,17
25	\$ 50.206,51	\$ 624,83	\$ 4.530,00	\$ 3.905,17
26	\$ 46.301,34	\$ 576,23	\$ 4.530,00	\$ 3.953,77
27	\$ 42.347,57	\$ 527,02	\$ 4.530,00	\$ 4.002,97
28	\$ 38.344,60	\$ 477,20	\$ 4.530,00	\$ 4.052,79
29	\$ 34.291,81	\$ 426,77	\$ 4.530,00	\$ 4.103,23
30	\$ 30.188,58	\$ 375,70	\$ 4.530,00	\$ 4.154,29
31	\$ 26.034,28	\$ 324,00	\$ 4.530,00	\$ 4.206,00
32	\$ 21.828,29	\$ 271,66	\$ 4.530,00	\$ 4.258,34
33	\$ 17.569,95	\$ 218,66	\$ 4.530,00	\$ 4.311,33
34	\$ 13.258,61	\$ 165,01	\$ 4.530,00	\$ 4.364,99

35	\$ 8.893,62	\$ 110,68	\$ 4.530,00	\$ 4.419,31
36	\$ 4.474,31	\$ 55,68	\$ 4.530,00	\$ 4.474,31
37	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
38	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
39	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
40	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
41	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
42	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
43	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
44	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
45	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
46	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
47	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
48	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
49	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
51	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
52	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
53	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
54	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
55	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
56	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
57	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
58	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
59	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 32.280,23</b>	<b>\$ 163.079,83</b>	<b>\$ 130.799,60</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

### Interpretación:

En el cuadro 20 se presenta el presupuesto anual que se tiene planteado como objetivo en el Centro Integral Gepetto obtenido por medio de los presupuestos dados en el ingreso y egreso de la empresa, mientras que, en el cuadro 21 se presenta la inversión que se obtendrá con sociedades privadas para el debido crecimiento, funcionamiento y mantenimiento del emprendimiento.

Cuadro 22. Tabla de Amortización

<b>RESUMEN TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>Cuidado del Adulto Mayor GEPETTO S.A.</b>				
<b>No.</b>	<b>CAPITAL INSOLUTO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>
1	\$ 130.799,60	\$ 17.048,33	\$ 54.359,94	\$ 37.311,62
2	\$ 93.487,98	\$ 11.078,47	\$ 54.359,94	\$ 43.281,47
3	\$ 50.206,51	\$ 4.153,43	\$ 54.359,94	\$ 50.206,51
4	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 32.280,23</b>	<b>\$ 163.079,83</b>	<b>\$ 130.799,60</b>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

**Interpretación:**

En el cuadro 22 se puede visualizar el Resumen de la amortización de la modificación original que fue entregado al inicio con nuestro crédito, incluido las cuotas e intereses.

## Plan de negocios

### Visión

Lograr posicionarnos en el mercado del cuidado del adulto mayor a nivel nacional con responsabilidad, compromiso y ética para satisfacer a nuestros clientes con personal altamente capacitado a fin de mejorar la atención al cliente y obtener mayores fuentes de ingresos económicos que permitan el aumento de tasas de empleo dentro del país.

### Misión

Prestar servicios enfocados en el cuidado del adulto mayor con calidez y calidad instruyendo personal capacitado y entidades privadas que brinden programas que favorezcan a la mejora del servicio, a su vez, generar confianza, seguridad y tranquilidad en los clientes de que su familiar y hogar está en buenas manos.

### Logo



Figura 18. Logo del Centro Integral Gepetto

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## **Promesa de servicio**

El centro Integral Gepetto es un emprendimiento dedicado al cuidado y bienestar del adulto mayor para toda la comunidad de 65 años y más ubicados en la Parroquia Tarqui, brindando un servicio de calidad y confiable para crecer.

El centro Integral Gepetto cuenta con unas promesas de servicio al cliente que se compromete a cumplir para nuestros clientes:

1. El Centro Integral Gepetto se compromete con nuestros clientes al servicio de excelencia dando así el cuidado correcto del adulto mayor y brindar beneficios en las cadenas de farmacias al ser usuario del centro.
2. Nos comprometemos a tener personal totalmente capacitado en todas las áreas administrativas, operacionales, de salud, entre otros. En caso de que ocurra alguna eventualidad la empresa Centro Integral Gepetto se hará cargo de un descuento del 20% en el servicio.
3. El espacio en donde se brindará el servicio tendrá los debidos tamaños, que permitan servir de manera fácil y evitar incomodidad dentro del centro médico.

## **Valores**

**Honestidad:** Respeto por las pertenencias de nuestros clientes, ofreciendo personal capacitado y con historial comprobable, que se desenvuelvan en un ambiente de confianza y armonía, garantizando con ello respaldo, seguridad, tranquilidad y transparencia en su labor del día a día.

**Lealtad:** La confianza que tienen nuestros clientes en las Colaboradoras por su rectitud, comportamiento, fidelidad y gratitud hacia una labor realizada con excelente calidad.

**Respeto al ser humano:** Reconocer como una profesión el servicio doméstico en los hogares, basados en la dignidad, la equidad y la justicia, donde clientes

y colaboradores, entreguen y reciban un trato cortés y amable en el desarrollo del servicio.

### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocio de atención al adulto mayor, para la mejora del ingreso económico en el emprendimiento “Atención Integral Gepetto”, del cantón Guayaquil.

### **Objetivo Específicos**

- Promover cambios de estilo de vida, hábitos, costumbres y estimular la participación familiar que favorezcan la salud del adulto mayor.
- Implementar la ley Orgánica para la optimización y eficiencia de trámites administrativos dentro del Centro Integral Gepetto.
- Emplear en el personal de ventas técnicas que permitan la mejora del servicio de atención al cliente para la satisfacción del usuario y obtener la descripción de las funciones del personal principal.

### **Política: Ley Orgánica para la Optimización y eficiencia de trámites administrativos**

El centro médico Integral Gepetto acoge la ley orgánica para la optimización y eficiencia de trámites administrativos para obtener la mejora en el área de administración, con ello, alcanzar la satisfacción del usuario añadiendo que permitirá la ausencia de las diversas problemáticas con lo que conlleva la política dentro del país:

Los Requisitos para permiso de funcionamiento de establecimientos de servicios de salud públicos y privados.

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Plano del local a escala 1.50 (excepto consultorios)
- Copia del RUC del establecimiento.

- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica, en caso de Fundaciones la resolución de los estatutos otorgada por el MIES o el MSP.
- Copia del Certificado del Ministerio de Energía Renovable (en caso de tener áreas de Radiología)
- Copia certificada o notariada del nombramiento del representante técnico (Centros Médicos y Dispensarios Médicos).
- Copias de la cédula y certificado de votación del director técnico (Centros Médicos y Dispensarios Médicos).
- Copias certificadas de los títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copias de los registros de los títulos en el SENESCYT
- Copia de los certificados de salud ocupacional de todo el personal (técnico, administrativo y de servicios), Emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos
- Copia del certificado y calificación del manejo de desechos

## Flujograma

Diagrama de flujo del servicio de atención centro Integral Gepetto anterior:

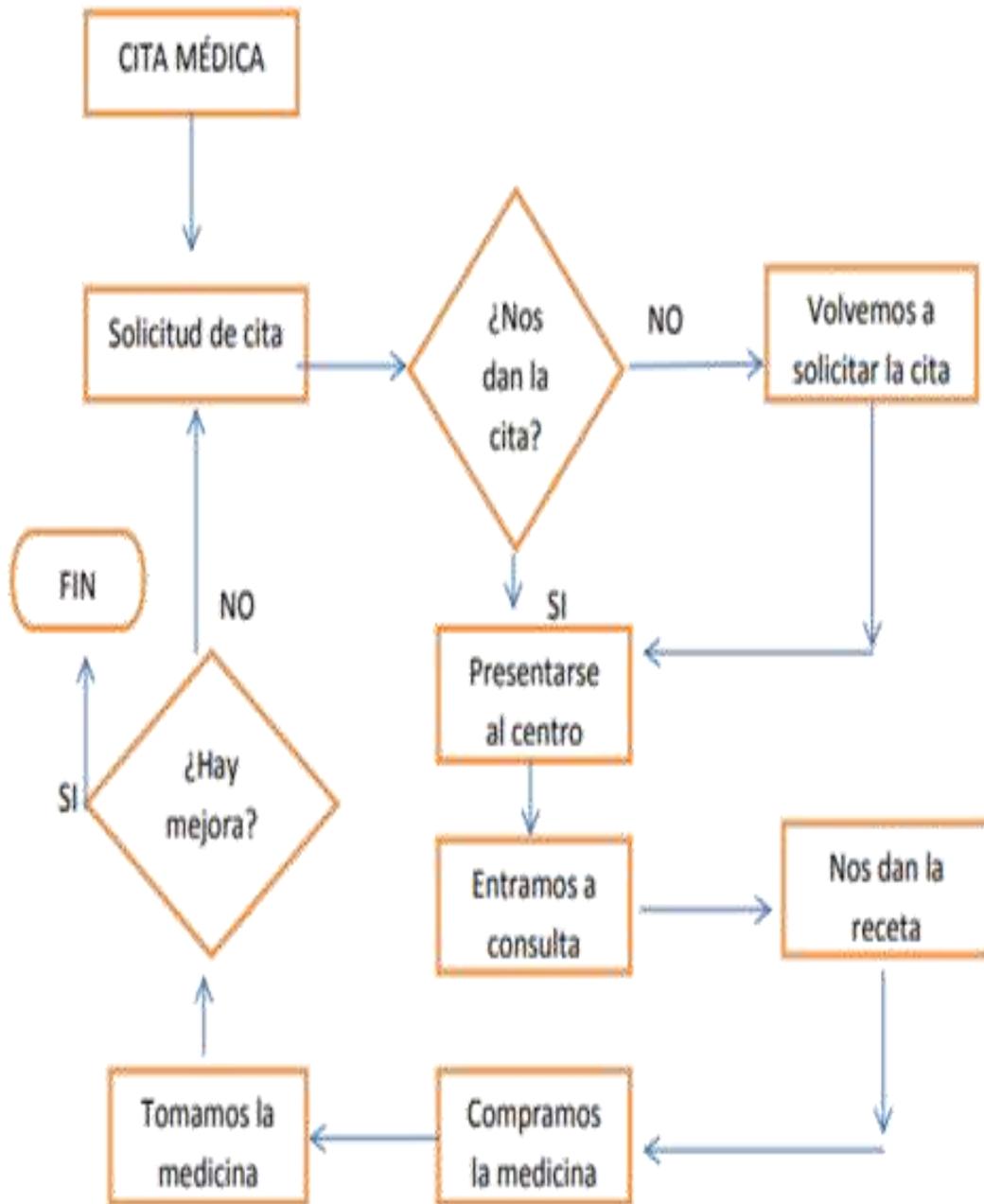
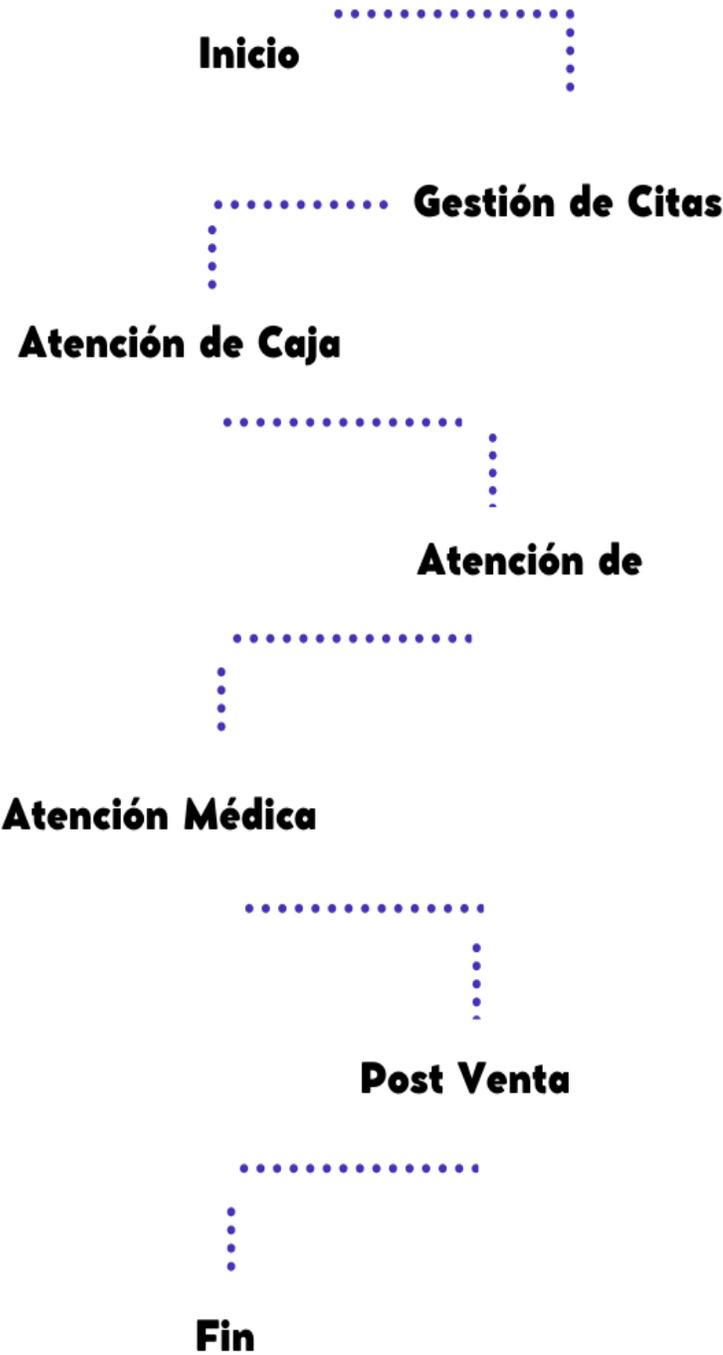


Diagrama de flujo del servicio actual de atención del Centro Integral Gepetto:



## Descripción de funciones

Cuadro 23. Función Gerente de Ventas

<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>Gerente de ventas</b>
Número de Cargos:	Uno (1)
Área:	Administrativa
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Perfil del cargo</b>	Profesional Graduado en Ingeniería Comercial, Administración de empresas, Economía o carreras afines, Maestría en Finanzas, Marketing o Ventas.  Conocimiento de Normativas de Organismo de Control, Servicio al Cliente y Ventas
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Experiencia mínima de Cinco (5) años en labores propias del cargo.
<b>Propósito del Cargo</b>	
Formular y dirigir los esfuerzos estratégicos relacionados al desarrollo de la empresa, crear e implementar estrategias que permitan el posicionamiento competitivo de la empresa en el mercado	
<b>Descripción de Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la prospección de clientes en los mercados objetivos.</li> <li>• Capacitar, entrenar y supervisar el equipo de ventas, ejerciendo labores de formación, persuasión y motivación.</li> <li>• Elaborar y realizar el seguimiento de los presupuestos de ventas por ejecutivo y por cliente.</li> <li>• Administrar la base de datos de clientes.</li> <li>• Desarrollar estrategias y tácticas de ventas para los distintos segmentos del mercado atendidos por la empresa.</li> <li>• Conocer la competencia cercana con sus capacidades competitivas y su posicionamiento.</li> <li>• Realizar convenciones de ventas o eventos especiales con ejecutivos de ventas y/o con clientes.</li> <li>• Mantener las estadísticas de ventas y de base de datos por cliente, segmento y ejecutivo de ventas.</li> <li>• Medir la eficiencia en ventas por ejecutivo (Nro. de clientes vinculados / total de clientes visitados), la eficacia (ventas reales / ventas potenciales) y la rentabilidad o los márgenes netos de las ventas</li> </ul>	

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

Cuadro 24. Función Jefe de Ventas

<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>Jefe de Ventas</b>
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Gerente de Ventas
Área:	Administrativo-Ventas
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Perfil del cargo</b>	Profesional en Ing. En Marketing y Publicidad, Ing. Comercial, Administración de Empresas u otras carreras afines, conocimientos de MS Office, software Corel, Photoshop e Ilustrador y aplicaciones online de uso en el ámbito del marketing (herramientas de CRM, analíticas online, Google Adwords, etc.) Manejo de Microsoft Office.
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Experiencia mínima de Dos (2) año en labores propias del cargo.
<b>Propósito del Cargo</b>	
Dirigir, planificar, organizar e implantar los programas de ventas de la Organización.	
<b>Descripción de Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y evaluar las estrategias de ventas, los planes y programas orientados al desarrollo de las políticas de ventas establecidas por la dirección de la compañía y realizar ajustes de acuerdo a la coyuntura empresarial y del mercado.</li> <li>• Desarrollar las relaciones internas con los clientes, detectando sus necesidades y oportunidades de negocio, coordinando con el resto de la organización para prestar el mejor servicio.</li> <li>• Realizar prospección de mercado y negocio, evaluando la potencialidad y rentabilidad de nuevos clientes.</li> <li>• Organiza y dirige el equipo comercial, reclutando, formando y motivando al mismo.</li> </ul>	

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

Cuadro 25. Función Vendedor Institucional

<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>Vendedor Institucional</b>
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Jefe de Ventas
Área:	Administrativa-Ventas
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Perfil del cargo</b>	Profesional en Ing. En Marketing y Publicidad, Ing. Comercial, Administración de Empresas u otras carreras afines. Con conocimientos en computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Experiencia mínima de un (1) año en labores propias del cargo.
<b>Propósito del Cargo</b>	
Responder por toda la gestión de ventas institucionales y desarrollar una labor Cobertura asistiendo los clientes asignados al área hospitalaria, clínicas y visitando clientes altamente potenciales.	
<b>Descripción de Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y organizar su horario de trabajo diario para llamar y visitar a los clientes existentes o potenciales.</li> <li>• Ejecutar visitas comerciales con fines de negociación y asesoría en el canal institucional.</li> <li>• Apertura de nuevos negocios y mantenimiento de los mismos.</li> <li>• Realizar un estudio de comportamiento de venta de cada cliente y controlar el crecimiento de la cartera asignada</li> <li>• Contribuir en la resolución de problemas o conflictos</li> <li>• Conocer en profundidad todos los productos y servicios que ofrece la empresa</li> <li>• Conocer el mercado y la competencia</li> <li>• Administrar de manera eficiente su cartera de clientes</li> <li>• Elaboración de Informe de actividades y de resultados</li> </ul>	

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

Cuadro 26. Función Vendedor Canal Directo

<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del cargo:	<b>Vendedor Canal Directo</b>
Número de Cargos:	Uno (1)
Reporta a:	Jefe de Ventas
Área:	Administrativa-Ventas
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Perfil del cargo</b>	Profesional en Tecnólogo en Administración de Empresas u otras carreras afines. Con conocimientos en computación, administración, comercialización y ventas.
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Experiencia mínima de un (1) año en labores propias del cargo.
<b>Propósito del Cargo</b>	
Responder por toda la gestión de ventas y desarrollar una labor Cobertura asistiendo los clientes asignados y visitando clientes altamente potenciales.	
<b>Descripción de Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y organizar su horario de trabajo diario para llamar y visitar a los clientes existentes o potenciales.</li> <li>• Resolver reclamos de los clientes</li> <li>• Elaboración de Informe de actividades y de resultados</li> <li>• Diseñar estrategias para obtener y mantener la atención de los clientes.</li> <li>• Contribuir al esfuerzo del equipo de ventas para lograr los resultados requeridos, cumpliendo o excediendo los objetivos de ventas.</li> <li>• Capacitarse constantemente para actualizar sus técnicas y estrategias de venta</li> <li>• Prestar apoyo y asistencia en los eventos que tengan relación con marketing.</li> <li>• Retroalimentar a la empresa referente a inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia)</li> </ul>	

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## **Análisis ambiental**

El proyecto favorece el impacto ambiental, porque contribuye mediante las condiciones adecuadas de la infraestructura y elementos que posee el centro de atención integral Gepetto promoviendo la mejora de las condiciones sociales en las personas adultas mayores, previniendo complicaciones en el proceso de envejecimiento.

Para minimizar los impactos de los procesos del centro integral para adulto mayor de acuerdo al nivel de impacto encontrado en la matriz establecemos los siguientes mecanismos de mitigación:

- Uso de papel: establecer manejo adecuado del papel mediante su reciclaje
- Paisaje: establecer un plan para el manejo de los residuos y escombros que se generen en la etapa de diseño del centro día.
- Calidad de vida: para minimizar el riesgo de contaminación auditiva se propone la utilización de los equipos audiovisuales bajo los decibeles permitidos y no mayor a ellos; para evitar la contaminación visual se propone disponer adecuadamente los elementos de trabajo posterior a su uso.

## **Análisis PEST (análisis externo)**

El centro de atención integral Gepetto ejecuta un plan de acción concreto agregando los factores del entorno externo que pueden generar problemáticas dentro del negocio, el mismo que podrá definir como la empresa se ubicará mediante sus cambios.

En este proyecto, han sido analizados 4 factores que conforman la herramienta llamada PEST.

Cuadro 27. PEST

Factores Políticos	Factores Económicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores.</li> <li>• Cambio de leyes comerciales, laborales, penales y tributarias que afectan a nuestros servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas reformas tributarias.</li> <li>• Incremento Salarial de acuerdo al código de trabajo.</li> <li>• Formas de pago de acuerdo al Sistema Financiero Nacional (Banco central del Ecuador).</li> </ul>
Factores Socioculturales	Factores Tecnológicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupación por la salud y la condición física.</li> <li>• Situación socioeconómica de cada segmento de la población.</li> <li>• Leyes de protección del medioambiental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avance tecnológico: Disponer de herramientas tecnológicas que benefician el desarrollo del negocio.</li> <li>• Conocimiento y manejo de herramientas tecnológicas en los consumidores.</li> <li>• Destrezas limitadas en el uso de tecnología.</li> </ul>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## Análisis de las 5 fuerzas de Porter (análisis interno)

En esta parte del plan de negocios se empleará el modelo creado por Michael Porter, titulado las cinco fuerzas de Porter. Considerado una herramienta estratégica que permitirá la evaluación y el debido análisis de las competencias que se encuentra dentro de nuestro mercado.



Figura 19. Análisis Porter

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

La principal fortaleza del centro médico Gepetto tiene como finalidad brindar un modelo alto de servicio y contar con un personal altamente profesional, con una gran experiencia en atención al adulto mayor. Una de las debilidades que presenta nuestro negocio es el hecho de ser nueva en el mercado la cual todavía no obtiene el debido reconocimiento.

## Competidores

Cuadro 28. Competidores

Nombre Competidor	Criterio del Competidor	Fortalezas/Debilidades del Competidor
<p>HOGAR GERIATRICO MEMORY GERIHOMEMORY S.A.</p> <p>Es una empresa que vela por el adulto mayor, activan su cuerpo, y proporcionan salud y previenen el deterioro de las enfermedades cognitivas lo que permite aportar al bienestar de sus clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horarios</li> <li>• Precios</li> <li>• Acompañamiento en el ámbito familiar</li> <li>• Empleados capacitados</li> <li>• Programa lúdico-recreativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena infraestructura en el área de salud especializada para ancianos.</li> <li>• Personal altamente capacitado, y especialista en terapias Físicas y de Rehabilitación.</li> </ul> <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos elevados para el manteamiento del área.</li> </ul>
<p>CLUB EDAD DORADA</p> <p>Es un centro recreativo para adultos mayores, en donde se realizan varias actividades para que ellos pasen un rato alegre y entretenido, permiten la recreación y la estimulación del Adulto Mayor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal altamente capacitado</li> <li>• Servicios online</li> <li>• Horarios</li> <li>• Charlas Educativas en el ámbito familiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal altamente capacitado para diferentes áreas.</li> <li>• Clases personalizadas.</li> </ul> <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con amplias áreas verdes en el Centro.</li> </ul>

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## Plano de distribución del centro Integral Gepetto

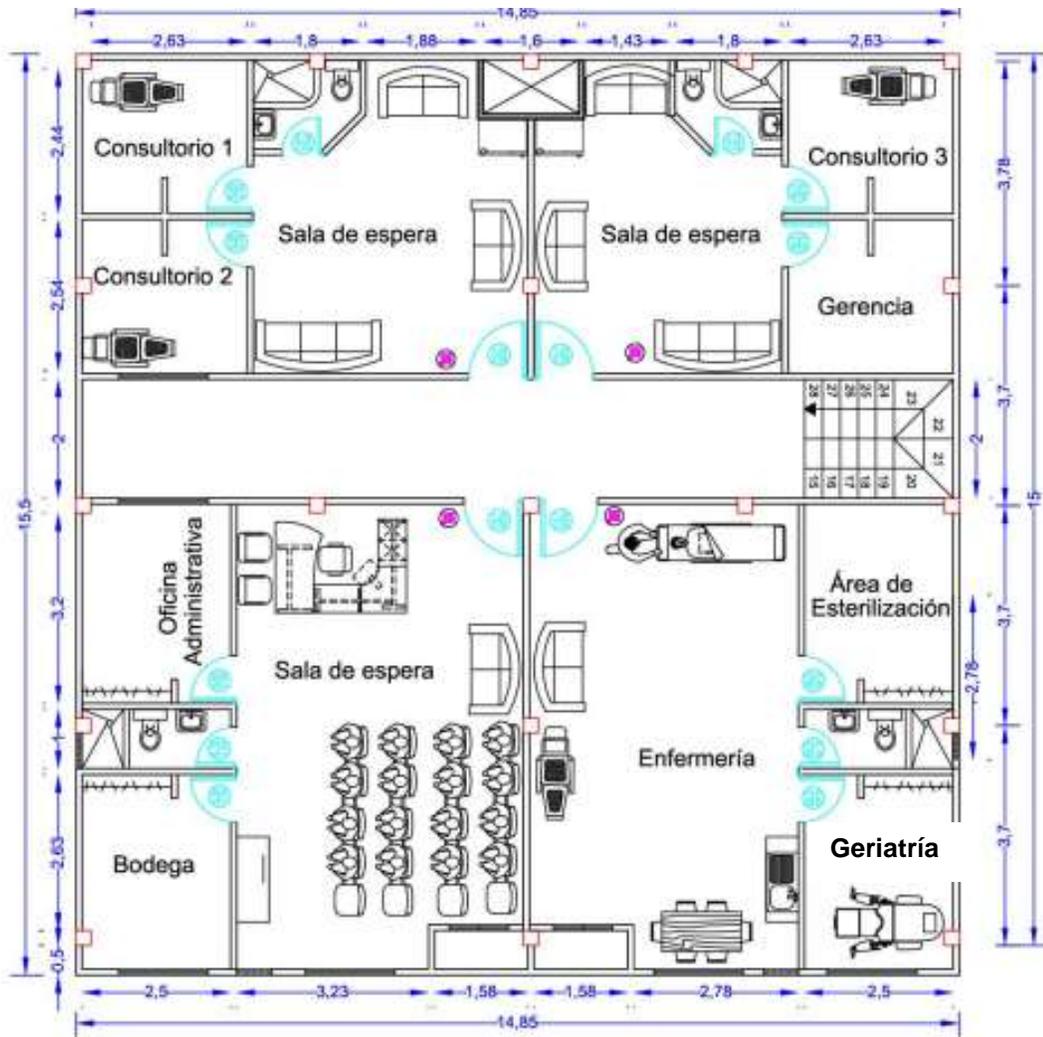


Figura 20. Plano de Distribución

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## Técnica 5w2H

Cuadro 29. Técnica 5w2H

<b>WHAT</b> ¿QUÉ ? (Estrategia)	<b>WHY</b> ¿PORQUÉ ? (Meta)	<b>HOW</b> ¿CÓMO ? ( Táctica )	<b>WHEN</b> ¿CUÁNDO? INICIO/FIN	<b>WHO</b> ¿QUIÉN?	<b>WHERE</b> ¿DÓNDE?	<b>HOW MUCH</b> CUÁNTO?
Conseguir alianzas con socios estratégicos para la oferta de servicios complementarios para nuestros clientes.	Generar confianza, seguridad y tranquilidad en nuestros clientes y lograr posicionarnos en el mercado a nivel nacional	Mediante convenios con Laboratorios, Farmacias	Enero a Marzo 2022	Gerencia General	En laboratorios clínicos y cadenas farmacéuticas	\$ 2400
Diseñar una app que permita a nuestros clientes conocer y contratar nuestros servicios.	Disponer de herramientas tecnológicas que beneficien el desarrollo del negocio.	Adquisición e implementación de un software	Enero a Junio 2022	Gerencia de Tecnología	En conjunto con el proveedor de tecnología	\$10.000
Desarrollar actividades educativas sobre la importancia y la responsabilidad del adulto mayor	Contribuir a elevar el nivel de salud, el grado de satisfacción y de calidad de vida del adulto mayor.	Implementar capacitaciones a familiares y adultos mayores.	Enero a Diciembre 2022	Gerencia de Operaciones	En las instalaciones de Gepetto S.A. y en plataformas virtuales.	\$ 1200

Elaborado por: Ullauri, T. (2022)

## **Conclusiones**

En la actual investigación se analizaron las diversas problemáticas notando que el negocio carece de problemas administrativos dentro del plan de negocios que evita el correcto incremento económico dentro del emprendimiento añadiendo que se presenta un plan estratégico que no abarca los correctos objetivos del Centro Integral Gepetto.

Se realizó el debido análisis acerca de la historia, funciones administrativas e innovaciones como el de Canvas de un plan de negocios por medio de diversas fuentes bibliográficas por autores tales como María del Mar Cabrerizo Dumont, Guanilo Arista Dajhanna, entre otros escritores, todo ello siendo obtenido por medio de Tesis, Libros y revistas científicas.

Se realizó la presentación del emprendimiento Centro integral Gepetto, dando a conocer el análisis de misión, visión, proveedores, clientes, entre otros añadiendo que se presentó los diferentes productos y servicios que ofertara el emprendimiento además se ejecutó el marco metodológico que consiste en dar a conocer que tipo de diseño de investigación presenta el proyecto, muestra y se presenta las herramientas técnicas (Encuesta-Entrevista-Guía de Observación) que se utilizarán dentro del mismo.

Para finalizar se realizó una encuesta a 376 personas de 65 años y más a quienes estará dirigido el emprendimiento, se llevó a cabo dos entrevistas a un doctor geriátrico y a un licenciado en administrador de empresas y se efectuó una guía de observación siendo llenada por la Jefa del Centro Integral Gepetto, todo esto para poder obtener diversas opiniones para dar solución a la situación conflicto planteada, siendo así que luego de este análisis e interpretación se presenta las diversas soluciones para esta problemática como el planteamiento de un FODA, aplicación de la técnica 5W2h, las 5 fuerzas de Porter y el debido planteamiento de un plan de negocio.

## **Recomendaciones**

- Realizar un estudio de mercado después de haber culminado el plan de negocios.
- Realizar un estudio financiero luego de terminar el planteamiento de un plan de negocios.
- Analizar la profundidad de mercado en el sector geriátrico para visualizar la evolución del emprendimiento.
- Visualizar que los precios de los productos y servicios estén acorde al mercado competitivo.
- Capacitar a los trabajadores para poder mejorar el servicio al cliente dentro del emprendimiento.
- Realizar un análisis del FODA para poder notar si se lleva un correcto funcionamiento del plan estratégico.

## Referencias

- Amat, J. (2003). Control de Gestión: Una perspectiva de Dirección. Barcelona: Gestión2000.
- Amsden, A., & Robson, A. (2010).
- Ander-Egg, E. (2007). Introducción a la planificación estratégica. Argentina: Lumen Hvmanitas.
- Anónimo. (2007). Introducción a la Psicología. Departamento de Psicología de la salud.
- Anónimo. (2015). Importancia de un plan de negocios para el éxito empresarial. Obtenido de Aicad Business School: <https://www.aicad.es/plan-negocios-importancia>
- Anónimo. (03 de 12 de 2019). ECLKC. Obtenido de ¿Qué es un plan de acción?: <https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/es/planificacion-del-programa/foundations-excellence/que-es-un-plan-de-accion#:~:text=Un%20plan%20de%20acci%C3%B3n%20es,los%20objetivos%20y%20lograr%20resultados>.
- Anónimo. (2020). Marco teórico y conceptual sobre la Distribución del Ingreso. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/yvbsp/1.pdf>
- Anónimo. (9 de 03 de 2022). ¿Qué es ser un empleado / trabajador? Obtenido de Symplifica: <https://symplificasupport.zendesk.com/hc/es/articles/360001544291--Qu%C3%A9-es-ser-un-empleado-trabajador->
- Aparicio, A. (2014). World Economic History 1950–1990. Elsevier, 2014(385), 70-83. doi:10.1016/S0185-0849(14)70420-7
- Arguello, T. (2019). Plan De Negocios Para La Creación De Un Centro Recreacional Gerontológico “Nueva Vida”. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/46920>
- Arias, F. (2006). EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN - Introducción a la metodología científica.
- Ávila, P. (2009). La importancia de la retroalimentación en los procesos de evaluación. Querétaro. Obtenido de [http://www.universidadcies.com/wp-content/uploads/2017/06/Avila\\_retroalimentacion.pdf](http://www.universidadcies.com/wp-content/uploads/2017/06/Avila_retroalimentacion.pdf)

- Baena, E., & Sanchez, J. (2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. Valencia, España. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4845158.pdf>
- Betancourt, D. (2022). 5W2H para la Planificación: ¿Qué es y cómo se hace? Ingenio Empresa. Obtenido de <https://www.ingenioempresa.com/5w2h/>
- Cabrerizo, M. d. (2009). Plan de Negocios. En J. A. María del Mar Cabrerizo Dumont, Dirección y Gestión de Empresas. Editorial Vértice. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=VOXvqBv7FX8C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Castellanos, L. (18 de 03 de 2017). Técnicas de Observación. Obtenido de Metodología de la Investigación: [https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/#\\_ftn1](https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/#_ftn1)
- Castro, F. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. Caracas: Editorial Uyapar.
- Chávez FitzGerald. (2015).
- Chiavenato, I. (1999). ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Obtenido de [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos\(%20lect%202\)%20CHIAVENATO.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos(%20lect%202)%20CHIAVENATO.pdf)
- Chiavenato, I. (2017). Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones. Mexico: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. Ecuador. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Díaz, L. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. México: Investigación educ. médica.
- Dos Santos, M. A. (2017). Investigación de Mercados. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Drucker, P. (2018). El gran poder de las pequeñas ideas. Buenos Aires: Sudamericana.
- Dupont, A. (1962). Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Beard Books.

- Fidias, A. (2006). El proyecto de Investigación. Caracas: Editorial EPISTEME, C.A.
- Fleitman, J. (2010). Como empezar una empresa exitosa. México: EDITORIAL PAX MEXICO.
- García, F. (1979). La encuesta.
- García, L. (2 de 02 de 2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>
- García, T. (2013). EL FODA: UNA TÉCNICA PARA EL ANÁLISIS DE PROBLEMAS EN EL CONTEXTO DE LA PLANEACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>
- GestioPolis.com, E. (28 de 01 de 2022). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/#origenes>
- Gil, R. S. (2012). El análisis “DAFO” aplicado a la intervención en casos de personas en situación de exclusión social. Documentos de Trabajo Social.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas. Obtenido de <https://files.sld.cu/issf/files/2009/02/cursos-metodologia.pdf>
- González, G. (13 de 12 de 2021). Técnicas de Investigación. Obtenido de Liferder: <https://www.liferder.com/tecnicas-de-investigacion/>
- Guajardo, G. (2005). Fundamentos de Contabilidad. Mexico: McGraw.
- Guanilo, D. (2016). PLAN DE NEGOCIOS PARA UN SERVICIO DE CUIDADO ASISTENCIAL PARA EL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE CHICLAYO. Chiclayo. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/676/1/TL\\_GuaniloAristaDajhannaStefany.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/676/1/TL_GuaniloAristaDajhannaStefany.pdf)
- Herrera, C. D. (30 de 01 de 2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Universum. doi:<https://doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Irigoyen, J. (2015). Vender no es un arte.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

- LEY ORGANICA DE EMPRESAS PUBLICAS. (2009). LEY ORGANICA DE EMPRESAS PUBLICAS, LOEP. Ecuador. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/LEY-ORGANICA-DE-EMPRESAS-PUBLICAS.pdf>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Marquez, J. F. (25 de 06 de 2010). INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO: LA METODOLOGÍA DE OSTERWALDER EN LA PRÁCTICA. REVISTA MBA EAFIT, pag. 30-47.
- Márquez, T. (2007). Transición: envejecer no es para cobardes. Norma.
- McCarthy, J. (2000). Marketing un enfoque global. Mexico: McGraw-Hill.
- Melissa Chávez Fitzgerald, Y. M. (2015). "PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GLORIOSA EDAD. Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1040/Melissa\\_Tesis\\_maestria\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1040/Melissa_Tesis_maestria_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mendoza. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta.
- Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta. Revista Científica "Dominio de las ciencias". doi:<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Mora, J. V. (2015). PLAN DE NEGOCIOS – ENTORNO DE ALEGRÍA. Bogotá. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11416/Mora-Novoa-JessicaViviana-2015.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Morales, A. (03 de 12 de 2020). Significados. Obtenido de Significado de Valores: <https://www.significados.com/valores/>
- Ortega, A. (1982). Diccionario de planeación y planificación: un ensayo conceptual. México: Editorial Edicol.
- Pablo, E., & Castro, D. (2001). Administración y dirección. Madrid: McGraw-Hill.

- Pérez, J., & Gardey, A. (2009). Definición de negocio. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/negocio/>
- Ponce, H. (2007). LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES. México: Enseñanza e Investigación en Psicología. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Prieto, B., Arroyo, A., & Aguilar, P. (2006). Contabilidad de costes y de gestión : un enfoque práctico. Madrid: Delta.
- QuestionPro. (26 de 01 de 2018). Investigación de Campo. Obtenido de QuestionPro: [https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html#que\\_es\\_investigacion\\_de\\_campo](https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html#que_es_investigacion_de_campo)
- Rodríguez, M. Á. (2001). Prospectiva del diagnóstico. Investigación Educativa, págs. 315-362.
- Romero, R. (2016). Análisis de las barreras al compromiso con la mejora continua en el servicio posventa de la industria automotriz.
- S.A, C. (1999). Diccionario de marketing /Cultural, S. A. España.
- Sahlins, M. (1974). Economía de la Edad de Piedra. Chicago: Aldine Publishing Company. Obtenido de [https://revolucioncantonal.net.files.wordpress.com/2018/02/sahlins-economia\\_de\\_la\\_edad\\_de\\_piedra.pdf](https://revolucioncantonal.net.files.wordpress.com/2018/02/sahlins-economia_de_la_edad_de_piedra.pdf)
- Sahlman, W. A. (1997). How to Write a Great Business Plan. Harvard Business Review. Obtenido de <https://hbr.org/1997/07/how-to-write-a-great-business-plan>
- Serna, H. (2006). Gerencia Estrategica. España: 3R EDITORES.
- Silva, D. (4 de Agosto de 2020). Los 11 tipos de clientes y sus características: todo lo que necesitas saber para mejorar la relación con tus clientes. Obtenido de Web Content & SEO Associate: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-clientes-caracteristicas/>
- Tamayo, M. (2003). EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. México: EDITORIAL LIMUSA. S.A. Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/EI\\_proceso\\_de\\_la\\_investigacion\\_cientifica\\_Mario\\_Tamayo.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/EI_proceso_de_la_investigacion_cientifica_Mario_Tamayo.pdf)
- Tempelman, J. H. (2010). Austrian Business Cycle Theory and the Global Financial Crisis: Confessions of a Mainstream. The Quarterly Journal of

Austrian Economics. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.206.1048&rep=rep1&type=pdf>

Thompson, I. (2022). Promonegocios.net. Obtenido de Definición de Servicios: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

Tisalema, J. (2018). DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE VARIEDADES PARA SATISFACER LA NECESIDAD DE LA POBLACION DEL CANTÓN PALENQUE. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/498>

UPEL. (2005). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Venezuela: FEDUPEL. Obtenido de <https://1library.co/document/eqolkp7q-manual-trabajos-grado-especializacion-maestria-tesis-doctorales-upel.html>

Vargas, A. (2012). MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS. Cali, Colombia: Estudios Gerenciales.

Weinberger, K. (2009). Plan de negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú. Obtenido de [http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)

Yates, C. (2018). La Excelencia Empresarial. España: Metas ediciones.

Zorita, E. (2015). Plan de negocios. Madrid: ESIC EDITORIAL.

## Anexos

### Anexo 1: Parroquia Tarqui INEC

INFOGRAFÍA

## Así es Guayaquil cifra a cifra

► Población del cantón Guayaquil

**2.350.915**

1.158.221 **49,2%** | 1.192.694 **50,7%**

► Población y tasa de crecimiento intercenso anual



► Proceso de personas por hogar (suma 2001 y 2010)



► Porcentaje de población por grupos de edad

Grupo de edad	2001	2010
0 a 14	23,4%	20,2%
15 a 64	64,7%	65,4%
65 años	11,9%	14,4%

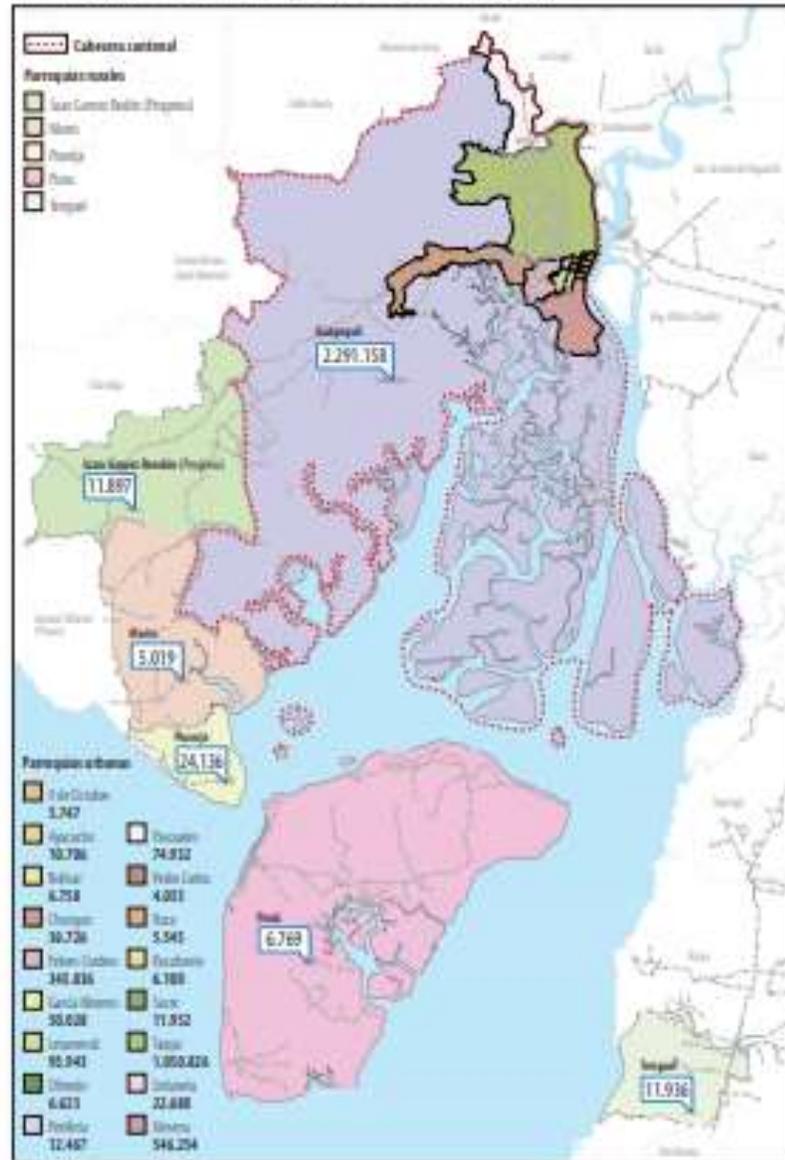
► Autoidentificación de la población



► Disponibilidad de TIC'S



► Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales).



Fuente: INEC, Censos Nacionales 2010

**INEC**  
Instituto Nacional de Estadística y Censos

## Anexo 2: Modelo de Encuesta

Fecha:	
Nombre:	Edad:
Responda en cada enunciado una sola respuesta.	

- ¿Desearía formar parte del centro de atención Integral Gepetto?
  - Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
- ¿Cómo considera que debería ser la atención a un adulto mayor dentro de un centro dedicado al cuidado de personas de 65 años y más?
  - Excelente
  - Bueno
  - Regular
  - Malo
  - Pésimo
- Cree que el espacio en donde se brinde el servicio Gerontológico principalmente debe de ser:
  - Amplio
  - Abierto
  - Mixto (Abierto y cerrado)
  - Cerrado
  - Reducido
- Su ingreso salarial lo obtiene por:
  - Emprendimiento Independiente
  - Trabajador privado
  - Trabajador Público
  - Bono del Estado
  - Jubilado

5. ¿Le gustaría obtener un beneficio adicional en cadenas de farmacias obtenidas por el centro médico Gepetto?
- Siempre
  - Casi siempre
  - A veces
  - Casi nunca
  - Nunca
6. ¿Cuál tipo de dispositivo tecnológico y asistencial que ayuda a la rehabilitación le encantaría que nuestro centro de atención integral ofreciera?
- Bicicletas ergométricas
  - Rueda de hombro
  - Ejercitador de tobillo
  - Bañera de hidromasaje
  - Terapias motrices virtual
7. ¿Está de acuerdo con que el centro de atención integral cumpla con las normativas impuestas por la ley orgánica de las personas adultas mayores?
- Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo
  - Indeciso
  - En desacuerdo
  - Totalmente en desacuerdo
8. ¿Con que forma de pago cuenta para que pueda costear el servicio que brinda el centro médico Gepetto?
- Efectivo (Billete o moneda)
  - Cheque personal
  - Tarjeta de Débito
  - Tarjeta de Crédito
  - Todas las anteriores
9. ¿Sería de su agrado que nuestro centro de atención hacia el cuidado del adulto mayor brinde cursos para mejorar en nuestros clientes el manejo tecnológico favoreciendo a su desarrollo cognitivo y mejorar la comunicación de ellos con sus familiares?
- Totalmente de acuerdo
  - De acuerdo

- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿Considera de suma importancia llevar a cabo la ejecución de un centro dedicado al cuidado del adulto mayor dentro de su sector?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indeciso
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

### Anexo 3: Modelo de Entrevista

**ENTREVISTA**

**EMPRENDIMIENTO DE ATENCIÓN INTEGRAL GEPETTO**

Lugar:		
Fecha:	Hora de inicio:	Hora final:
Dirigido a:	Entrevistador:	

Objetivo de la entrevista: Evaluar la problemática dentro de la empresa y con ello encontrar soluciones desde perspectivas distintas.

- 1) ¿Considera usted que las capacitaciones a familiares de los clientes puedan permitir la corrección de la atención y brindar un mejor servicio? ¿Por qué?
- 2) ¿Ha escuchado o visto acerca de lo que conlleva un centro de atención integral dirigido a adultos mayores, y en caso de haberlo escuchado que ha oído de ello?
- 3) ¿Considera que nuestros servicios están dirigidos a un mercado viable? ¿Por qué?
- 4) ¿Cuáles son los problemas o procesos administrativos más comunes dentro de un centro atención integral?
- 5) ¿Considera usted que los centros de cuidado del Adulto mayor deberían estar en constante innovación? ¿Por qué?
- 6) ¿Cuál cree usted que sea la herramienta prioritaria para poder atraer más clientes?

#### Anexo 4: Modelo de Guía de Observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN			
Nombre de la empresa			
Dirección			
Observador			
Fecha en que se realizó la observación			
Hora			

Indicadores	SI	NO	Observación
Los clientes se encuentran satisfechos con el servicio.			
El personal de trabajo es altamente capacitado tanto personal interno como personal externo.			
Dentro de las instalaciones se observa el debido aseo en cada espacio del centro médico.			
El plan de negocios está siendo una herramienta que ayuda a la mejora de ingreso económico dentro del centro de atención integral Gepetto.			
Se muestra un ambiente de relajación y de armonía dentro de las instalaciones, tanto interna como externa.			
Se realiza un mantenimiento seguido a maquinarias, equipos de oficina o bienes que sean de uso dentro del centro médico.			
La misión y la visión se está cumpliendo dentro del centro integral Gepetto.			
Fomentaría capacitaciones para mejorar la capacidad laboral que ayude a la mejora de atención al cliente.			
La herramienta FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) está en constante actualización.			
Elabora de manera estratégica los horarios y actividades a realizar con los pacientes del centro médico integral Gepetto.			