



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

TEMA:

**ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SALUD A DOMICILIO EN LA
PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.**

AUTORA:

ANDREA ELIZABETH CASTILLO CASTILLO

TUTORA:

ECON. GLENDA GUTIÉRREZ CANDELA, MGS

Guayaquil, Ecuador

2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la **Lcda. Andrea Elizabeth Castillo Castillo**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud**

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs

REVISORA

Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, PhD

Guayaquil, a los 20 días del mes de enero del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Andrea Elizabeth Castillo Castillo

DECLARO QUE:

El proyecto de investigación **Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas** previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 20 días del mes de enero del año 2021

LA AUTORA

Andrea Elizabeth Castillo Castillo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD**

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Elizabeth Castillo Castillo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación del Grado Académico de Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud** titulada: **Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de enero del año 2021

LA AUTORA:

Andrea Elizabeth Castillo Castill



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

INFORME DE URKUND**

URKUND

Documento: [ANDREA CASTILLO -Revisión final.docx](#) (D90934324)

Presentado: 2021-01-04 10:46 (-05:00)

Presentado por: aecastillo@pucesid.edu.ec

Recibido por: maria.lapo.ucsg@analysis.urkund.com

Mensaje: TRABAJO DE INVESTIGACION [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de estas 57 páginas, se componen de texto presente en 12 fuentes.

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&eid=S1726-89582012000200010&lng=...
	PROYECTO FINAL DE TITULACION DB_BILLY DUARTE.docx
	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1592/1/IT-UCSG-PRE-ECO-ADM-59.pdf
	http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/25040/1/Tesis%20Johanna%20Chavez%20Orellana.pdf
	Trabajo de titulación Enny Selena Bosquez Zapata. pdf
	https://grupoemi.com/ecuador/conocenos/90/que-es-emi/81

76% # 1 Activo

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

TEMA:

Elaboración de un plan de negocios para la creación

de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

AUTORA: Castillo Castillo Andrea Elizabeth

TUTORA: Econ. Glenda Gutierrez, Mgs

Guayaquil, Ecuador 2020

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la

Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / TT Final Drs Bajana Mari... 76%

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRIA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

TEMA:

Plan de negocio para la creación

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Agradecimiento

A Dios, mi familia, amigos y compañeros de trabajo.

Andrea Elizabeth Castillo Castillo

Dedicatoria

A Dios por ser el principal motor que mueve mi alma, que me ha acompañado en cada momento de alegría, de tristeza, en las adversidades y en cada una de las experiencias de mi vida, por no dejarme nunca sola y sostenerme con su mano.

A la Virgen María por su gran amor de madre, que me ha acompañado a lo largo de mi posgrado, por su poderosa intercesión que me ha demostrado en cada momento.

A toda mi familia, especialmente a mi mamita Lucía por todo su sacrificio, por estar siempre pendiente de mí, porque al ver sus grandes esfuerzos me ha demostrado la grandeza de su amor; a mi papi José que con su fuerte carácter supo siempre regalarme lo mejor de él y enseñarme el valor de la responsabilidad, la coherencia de vida, y a ser una persona fuerte.

Andrea Elizabeth Castillo Castillo

ÍNDICE

Introducción.....	1
Antecedente.....	4
Problema de Investigación.....	5
Formulación del problema.....	7
Justificación.....	7
Preguntas de investigación.....	10
Objetivos.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Capítulo I.....	13
Marco Teórico-Conceptual.....	13
Componentes del plan de negocio.....	16
La idea del negocio.....	16
Ventajas competitivas.....	17
Estrategias de comercialización.....	18
Proveedores.....	18
Infraestructura y Localización.....	18
Comunicación con el mercado.....	19
Análisis del entorno.....	21
Planeación normativa.....	21

Tipos de contribuyentes	24
Diseño del producto o servicio.....	25
Estructura contable.....	25
Marco conceptual.....	28
Organización.....	28
Negocio.....	29
Plan de negocio.....	30
Prestación de Servicio.....	31
Servicios a domicilio.....	31
Servicios de salud	34
Capítulo II	35
Marco Referencial.....	35
Atención Domiciliaria en Ecuador.....	36
Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas	41
Actividad Económica.....	41
Servicios de Salud.....	41
Marco legal	43
Estudios legales.....	45
Requisitos para legitimidad.....	45
Servicio de Rentas Internas.....	47
Patente Municipal-G.A. D Santo Domingo	48
Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos.....	49
Capítulo III	50

Marco Metodológico.....	50
Enfoque/ tipo de investigación.....	50
Enfoque Cualitativo	50
Enfoque Cuantitativo	51
Tipo de Investigación.....	52
Población / Muestra	52
Población.....	52
Muestra	53
Técnicas e instrumentos de recogida de datos	54
Entrevista	55
Encuesta	55
Resultados de la entrevista.....	57
Tabla 5. Resultados de la entrevista.....	57
Resultados de encuesta.....	64
Capítulo IV	82
Propuesta.....	82
Plan de Negocio	82
Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio.....	82
Nombre de la Marca.....	83
Colores de la Marca	84
Misión	85
Visión.....	85
Valores Institucionales.....	85

Objetivos de la propuesta.....	86
Objetivo General	86
Objetivos Específicos.....	86
Organizaciones de las personas que forman parte de la empresa	86
Organigrama estructural.....	86
Organigrama funcional	87
Plan de marketing	88
Plan de mercadotecnia	89
Segmento del mercado	89
Segmentación Geográfica	89
Competencias directa e indirecta	90
Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	90
Producto o servicio	91
Precio	93
Promoción.....	95
Plaza.....	95
Posicionamiento.....	96
Estudio técnico de la producción de bienes y servicios.	97
Inversión fija	97
Inversión diferida.....	100
Aspectos legales.....	102
Actividad principal a la que se dedicara la empresa	103
Descripción de las características de localización del negocio	104

Localización.....	104
Macro localización.....	104
Micro localización	105
Bosquejo del área de trabajo	105
Diagrama de procesos.....	107
Matriz FODA.....	108
Capítulo V.....	109
Plan financiero	109
Capital del trabajo	109
Capital disponible	111
Depreciaciones y amortizaciones.....	111
Depreciaciones y amortizaciones.....	112
Amortización – préstamo a largo plazo	112
Presupuesto de ventas	114
Presupuestos de costos del servicio	117
Presupuesto de costo de ventas	118
Presupuesto de gastos financieros.....	119
Análisis de estados financieros	119
Estados de resultados o estado de pérdidas y ganancias	120
Balance general.....	127
Flujo de caja.....	129
Recuperación del capital	133
Razón costo beneficio	134

Resumen.....	136
Decisión financiera de inversión.....	136
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	136
Cálculo de la TIR.....	137
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	138
Conclusiones.....	139
Recomendaciones.....	140
Referencias	
Bibliográficas.....	141
Glosario.....	148
Apéndice.....	151

Índice de Tablas

Tabla 1. Estadísticas generales de los establecimientos de atención a la salud a nivel nacional	38
Tabla 2. Control de la población, número de camas disponibles, egresos hospitalarios, defunciones hospitalarias, días de estadía	40
Tabla 3. Establecimientos de salud en Santo Domingo	42
Tabla 4. Cálculo de muestra.....	54
Tabla 5. Resultados de la entrevista.....	57
Tabla 6. ¿Con que genero se identifica usted?.....	64
Tabla 7. ¿Cuál es el rango de Edad en la que se encuentra?.....	65
Tabla 8. ¿Con qué etnia se identifica?	66
Tabla 9. Sus ingresos económicos los obtiene por:.....	67
<i>Tabla 10. ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?.....</i>	<i>68</i>
Tabla 11. Generalmente cuando presenta una necesidad de servicios de salud, ¿A dónde acude?.....	69
Tabla 12. ¿En qué sector de la ciudad de Santo Domingo se encuentra ubicado su domicilio?.....	70
Tabla 13. Si presentara un problema de salud usted preferiría:	71
Tabla 14.....	72
Tabla 15. Qué profesionales de salud usted considera que se deberían integrar este servicio médico a domicilio. Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante	73

Tabla 16. En el caso de existir una empresa que brinde los servicios de los profesionales anteriormente descritos, ¿usted estaría interesada/o en contratarla?	74
Tabla 17. Recuerda usted el precio que canceló en su última atención médica, si su respuesta es positiva ¿Dentro de que rango se encontró?	75
Tabla 18.....	76
Tabla 19. En caso de que exista una empresa que oferte servicios médicos a domicilio, ¿cuánto adicional estaría dispuesto a cancelar?.....	77

Tabla 20. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información y promociones sobre servicios médicos a domicilio?	78
Tabla 21. ¿Qué Red Social es la que utiliza con más frecuencia?	79
Tabla 22. Variables de Segmentación	89
Tabla 23. Marketshare.....	90
Tabla 24. Servicios de Salud a Domicilio	92
Tabla 25. Precios	93
Tabla 26. Inversión fija, maquinaria y equipo	97
Tabla 27. Inversión fija, muebles y enseres	98
Tabla 28. Equipos de Oficina.....	98
Tabla 29. Equipo de Computo	99
Tabla 30. Otros activos	99
Tabla 31. Inversión Fija	100
Tabla 32. Gastos imprevistos	101
Tabla 33. Gastos Pre Operativos	101
Tabla 34. Inversión diferida	102
Tabla 35. Matriz FODA	108
Tabla 36. Costo y Financiamiento del Proyecto	110
Tabla 37. Capital Disponible.....	111
Tabla 38. Depreciaciones y Amortizaciones.....	112
Tabla 39. Amortización y Datos Financieros.....	113

Tabla 40. Presupuesto de Ventas	114
Tabla 41. Presupuesto de Costos del Servicio	117
Tabla 42. Presupuesto de Costo de Venta.....	118
Tabla 43. Gastos Financieros	119
Tabla 44. Estado de Resultados	120
Tabla 45. Balance general	127
Tabla 46. Flujo de caja.....	129
Tabla 47. Recuperación del Capital	133
Tabla 48. Razón Costo Beneficio	134
Tabla 49. Resumen.....	136

Índice de Figuras

Figura 1. Componentes del Plan de Negocio Fuente: Cardozo, 2012	16
Figura 2. ¿Con que genero se identifica usted?.....	64
Figura 3. ¿Cuál es el rango de Edad en la que se encuentra?	65
Figura 4. ¿Con qué etnia se identifica?	66
Figura 5. Sus ingresos económicos los obtiene por:	67
Figura 6. ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?	68
Figura 7. Generalmente cuando presenta una necesidad de servicios de salud, ¿A dónde acude?.....	69
Figura 8. ¿En qué sector de la ciudad de Santo Domingo se encuentra ubicado su domicilio?.....	70
Figura 9. Si presentara un problema de salud usted preferiría:	71
Figura 10. ¿Para usted, qué cualidades son las más importantes al contratar un servicio médico? Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante.	72
Figura 11. Qué profesionales de salud usted considera que se deberían integrar este servicio médico a domicilio. Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.	73
Figura 12. En el caso de existir una empresa que brinde los servicios de los profesionales anteriormente descritos, ¿usted estaría interesada/o en contratarla?	74
Figura 13. Recuerda usted el precio que canceló en su última atención médica, si su respuesta es positiva ¿Dentro de que rango se encontró?	75
Figura 14. Precio de Consultas	76

Figura 15. En caso de que exista una empresa que oferte servicios médicos a domicilio, ¿cuánto adicional estaría dispuesto a cancelar?.....	77
Figura 16. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información y promociones sobre servicios médicos a domicilio?	78
Figura 17.¿Qué Red Social es la que utiliza con más frecuencia?.....	79
Figura 18. Logo de la Empresa. Elaboración propia.....	84
Figura 19. Publicidad, Colores de Marca.....	84
Figura 20. Organigrama estructural.	87
Figura 21. Organigrama Funcional	88
Figura 22. Promoción de la Empresa de Servicio de Salud a Domicilio. Fuente: imágenes obtenidas desde el buscador virtual Google.....	95
Figura 23. Posicionamiento.....	96
Figura 24. Localización Fuente: IGM (Instituto Geográfico Militar).....	105
Figura 25.Bosquejo del área de trabajo.....	106
Figura 26.Flujograma.	107

RESUMEN

Las personas son lo más importante de la sociedad, por tal motivo permanentemente se busca estrategias que permitan llegar a cada rincón con el mejor servicio médico, cuidando de esta manera de la salud de la población, razón por el cual se presentan innovadoras formas para la atención médica, siendo un reto lograr desarrollarlas por el bien de toda la comunidad y los ciudadanos, en este sentido el extenso de este trabajo contiene capítulos que sustentan y detallan las actividades aplicadas para desarrollar la idea de emprendimiento, planteando una metodología de participación activa, característica de la investigación cualitativa y cuantitativa, la información comprende datos obtenidos de la ciudadanía del centro de la provincia, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos, obteniendo resultados que favorecen la elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, siendo este el objetivo principal, obteniendo un impacto de relevancia en el área de salud, como en el bienestar social de dicha provincia, ya que el interés global es cuidar y conservar lo más valioso que tiene el ser humano como es “la vida”.

Palabras claves: Plan de negocio, Atención médica domiciliaria, Salud, Empresa

ABSTRACT

People are the most important in society, for this reason strategies are constantly being sought that allow reaching every corner with the best medical service, thus taking care of the health of the population, which is why new innovative ways of medical care, being a challenge to overcome for the good of the entire community and citizens, in this sense the extensive of this work contains chapters that support and detail the activities applied to develop the idea of entrepreneurship, proposing a methodology of active participation, characteristic of qualitative and quantitative research, the information includes data obtained from the citizens of the center of the province, through the application of data collection techniques and instruments, obtaining results that favor the development of a business plan for the creation of a home health services company in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas, this being the main objective, obtaining a relevant impact in the health area, as well as in the social welfare of said province, since the global interest is to care for and conserve the most valuable thing that the human being has, such as “life”.

Keywords: Business plan, Home health care, Health, company.

Introducción

Los servicios de salud son aquellas prestaciones que brindan asistencia sanitaria. Puede decirse que la articulación de estos servicios constituye un sistema de atención orientado al mantenimiento, la restauración y la promoción de la salud de las personas. Es importante tener en cuenta que los servicios de salud no contemplan sólo el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades o trastornos, también abarcan todo lo referente a la prevención de los males y a la difusión de aquello que ayuda a desarrollar una vida saludable.

Desde siempre la salud ha sido una prioridad en los seres humanos, no solo por la prevención de enfermedades sino también por alargar el periodo de vida. Esto se ha venido adaptando a los cambios que se han dado tanto en la sociedad como en el cambio de estilos de vida y es por eso que ahora se busca lugares que brinden servicios médicos los cuales puedan ser de fácil adquisición para las personas que necesitan el servicio. Siendo el propósito de esta investigación crear una empresa de servicios médicos a domicilio que responda las necesidades de los pacientes que debido a varios factores ven un beneficio el poder recibir la atención en salud en la comodidad de su hogar y en compañía de sus seres queridos.

Es importante crear este plan de negocio puesto que la problemática de sobrecupo en hospitales y centros de salud es notoria, además de que, en la provincia de Santo Domingo, no existen empresas que den este tipo de servicio, el mismo que en otras

ciudades del país ha tenido gran acogida por parte de los usuarios necesitados del servicio de salud con mayor facilidad y accesibilidad.

En el desarrollo del plan de negocio se muestra; el estudio y segmentación del mercado al cual serán dirigidos los servicios de la empresa; Medic Home, el direccionamiento estratégico donde se establecen los lineamientos o postulados fundamentales de la organización, lo que constituye la Plataforma Estratégica de la misma, la caracterización de los procesos para la operación de la organización y procedimientos a tener en cuenta por normatividad y la viabilidad económica del proyecto y su propuesta de valor a través de la parte técnica, táctica y operativa del negocio. Este plan de negocio de servicios de salud a domicilio surge como un proyecto asistencial avanzado que, mediante un uso más razonable de los recursos disponibles, consigue una mejora en la calidad asistencial que se presta a un paciente con cierta patología sin aislarlo de su medio familiar y social, y una significativa disminución de costos en aquellos procesos susceptibles de ser tratados en esta modalidad.

En el presente proyecto se desarrollarán temas relacionados a la prestación de servicios domiciliarios y las herramientas necesarias para la creación de este tipo de empresa de salud, con el objetivo de prestar servicios de calidad a la ciudadanía, se encuentra desarrollado en cinco capítulos; el primer capítulo contiene aspectos relevantes al marco teórico-conceptual que sustenta los conceptos emitidos en este trabajo de investigación, estos aportes son tomados desde el planeamiento de; Stutely (2000), Peña, Cardozo (2012) y la Guía para el desarrollo de la micro y pequeña

empresa (2013). En el caso del plan de negocio para crear un servicio de salud a domicilio se analizan conceptos que sirven de referente para la ejecución, entre los conceptos más importantes están la estructura de un plan de negocio y como está diseñado para que tenga aceptación en la población a implementarse.

El segundo capítulo denominado marco referencial considera otros trabajos similares y como estos estudios sirvieron de impacto y desarrollo en los lugares donde se implementó. El análisis se lo realizó de manera macro y micro en lo que concierne a la segmentación, también detalla aspectos geográficos y económicos de la población es decir de la Provincia y cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, utilizando información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) además del marco legal utilizado para sustentar los aspectos pertinentes establecidos en las diversas normativas que garantizan la vida comercial de la empresa.

En el tercer capítulo se plantea una metodología relacionada con el plan de negocio dentro del cual detalla aspectos como, la muestra seleccionada para el estudio del tema, las técnicas e instrumento apropiados para la recolección de los datos, para lo cual se plantea dos técnicas: la entrevista y la encuesta. Debido a que el enfoque de la investigación es de carácter mixto es decir cuenta con datos de la investigación cualitativa como de la investigación cuantitativa, sin embargo, el estudio del fenómeno va de la mano con aspectos legales y estadísticos que el investigador considera importante.

El cuarto capítulo plantea el plan de negocio, empezando por la descripción de la Idea del emprendimiento, también cuenta con el estudio de las variables del mix de

mercadotecnia (producto, precio, promoción, plaza), por último en el quinto capítulo, tenemos todo lo concerniente al capital del negocio, las depreciaciones, amortizaciones con el detalle de la casa financiera, así como el presupuesto de inicio, el balance general y el flujo de caja, también se presenta la decisión financiera calculada del Valor Actual Neto (VAN) y de la Tasa Interna de Retorno (TIR) todo este estudio del capital con el que cuenta la empresa tiene la finalidad de brindar el mejor servicio de atención médica a domicilio. Para finalizar con las conclusiones y las recomendaciones apropiadas, con las referencias bibliográficas utilizadas para todo el trabajo de investigación con el Glosario y el Apéndice.

Antecedente

La atención a domicilio, es una modalidad que permite brindar asistencia de salud en el hogar del paciente, que, por su situación de incapacidad física, o varios factores más, no puede desplazarse a un centro de salud, entendiéndose que el nivel de complejidad de los problemas de salud a resolver, no requiere la hospitalización del paciente, la realiza el equipo de atención primaria, y tiene características que la definen y la diferencian de la hospitalización en domicilio.

Según la Organización Mundial de la Salud OMS (2011) la atención domiciliaria es aquella modalidad de asistencia programada que lleva al domicilio del paciente, los cuidados y atenciones bio-psicosociales y espirituales. Constituye en una opción por parte del usuario dependiente de recibir atención continuada, integral y multidisciplinaria, agrupada en un conjunto de servicios que se prestan desde los equipos de salud, mediante funciones y tareas sanitarias y sociales.

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia que va en crecimiento poblacional, denominándose como la cuarta ciudad más poblada del país, cuenta con 368.013 habitantes, según INEC (2010), pese a ser una provincia con alta cantidad de población en referencia a las demás ciudades del país, se cuenta con la oferta de servicios de salud públicos, donde en su mayoría se encuentran abarrotados con alta demanda de usuarios, y los servicios privados representados por las clínicas del sector, no existe en la provincia la prestación de servicios de salud domiciliarios, misma opción que facilitaría el acceso de un tratamiento y diagnóstico oportuno de enfermedades en la población santodomingueña.

Problema de Investigación

Desde siempre la salud ha sido una necesidad primordial en los seres humanos, no solo por bienestar, sino por prevención y control de enfermedades. Actualmente en la ciudad de Santo Domingo existen 29 centros de salud de forma pública, clasificados por niveles de atención y de acuerdo a su capacidad resolutive, según el Ministerio de Salud Pública (2012) estos son: primer nivel de atención, segundo nivel de atención, tercer nivel de atención y cuarto nivel de atención, sin embargo, no son suficientes para la demanda existente según las cifras del INEC (2010) y la cantidad de sus habitantes.

Según estándares de la OMS (2009) por cada 10 000 habitantes deben existir 23 profesionales médicos y de enfermería, en referencia a las cifras poblacionales en la provincia el requerimiento de profesionales alcanzaría a 846 médicos y enfermeras, la escasez grave de personal sanitario, su distribución geográfica desigual y los

desequilibrios de la distribución de sus aptitudes suponen importantes obstáculos a la consecución de los objetivos de desarrollo del milenio. Siendo lo antes mencionado una situación que genera inconformidad en los ciudadanos y pone en riesgo la salud de los mismos, es necesario plantear alternativas de solución inmediata que logre erradicar el problema de forma satisfactoria, que en concordancia con lo expresado por Ceballos y Acebedo (2014) el desplazamiento desde el domicilio a una unidad de salud genera aumento de costos para los usuarios; el tiempo empleado en el desplazamiento agrava la condición de salud de la población y los pacientes en general, aumenta los costos que tienen que invertir los pacientes y/o sus familiares a fin de tener acceso a la salud que permita mejorar su calidad de vida, mitigando o controlando los riesgos por la inoportunidad en la atención.

Son realidades que se vive a diario en el quehacer de los centros que prestar atención médica, y de emergencia, sin embargo se ha podido notar que en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, la población requiere una atención más personalizada e inmediata que favorezca a la prevención, y no esperar hasta el momento crítico para ser atendido, situación que está pasando actualmente ante la falta de servicios o empresas que se dediquen a la atención médica domiciliaria, si bien es cierto existen casa de primeros auxilios, centros de salud, hospitales públicos, clínicas privadas entre otras entidades de salud pública todos estos tienen un protocolo de atención.

En este sentido, no se considera al paciente que se encuentra en casa y que no puede asistir a ninguna de las entidades de salud existentes por múltiples razones, una

de ellas podría ser, una persona adulto mayor que vive en casa de un hijo y este a la vez trabaja ochos horas diarias, sumando a esto las horas que ocupa para movilización y otros inconvenientes, no cuenta con la disponibilidad del tiempo, aunque tenga el recurso económico para llevar a su padre a una casa asistencial. Pero si la situación fuese al contrario de lo que normalmente se practica, el logro de la prevención y del cuidado de la salud de los pacientes indiferentemente de la edad que tenga sería un éxito, ya que muchas personas dejan pendiente la consulta médica por el factor tiempo y muchos médicos no pueden hacer mayor intervención por el mismo motivo “el tiempo” que también se presenta mientras un paciente es trasladado. Dentro de estas atenciones están las saturaciones, exámenes de tipo bilógicos entre otros servicios que son de suma importancia para el cuidado de la salud y prevención de enfermedades.

Formulación del problema

Con estos antecedentes se da origen para plantear la pregunta problema de este proyecto: ¿Un plan de negocio permite desarrollar de la creación de una empresa de servicios de salud domiciliaria para los ciudadanos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Justificación

Este estudio surge como alternativa ante la situación de difícil acceso a la salud en lo referente a la saturación de la red de atención pública y privada. Plantear un modelo de prestación de servicios que permita atender al paciente de manera oportuna, eficiente y eficaz en su domicilio; es la propuesta que se presenta para la

provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas brindando facilidad y accesibilidad al paciente para la atención y cuidados médicos en todo índole y especialidades, contando con una gama de profesionales, aptos y disponibles según la necesidad de la población.

Las enfermedades, accidentes o problemas con la salud han estado presentes siempre en la sociedad, a lo largo del tiempo se han implementado espacios y métodos para controlar dichos inconvenientes que afectan directamente a la salud. Estos medios que ayudan a la salud se han convertido en innumerables fuentes de ingresos, Ecuador no es la excepción; la implementación de lugares que ayuden a prevenir complicaciones en contra de la salud ha ido incrementándose a medida del tiempo y creando una gran gama de sitios que prestan dichos servicios, muchas personas requieren servicios de salud en el país, pero por varias razones las personas han descuidado su salud personal o han tenido restricciones para acceder a dichos servicios, esto forma parte del crecimiento poblacional y de las dificultades económicas que atraviesan los distintos grupos económicos del país, al igual que la distribución de tiempo que determina cada persona para satisfacer sus necesidades.

En Santo Domingo no existen empresas que brinden este tipo de servicios de atención médica y mucho menos el cuidado necesario para prevenir cualquier tipo de afectación a la salud personal, por lo tanto, es un sector de la industria que no se ha desarrollado en la provincia. Se puede ver que el cuidado y atención de salud es un problema para las personas que sufren de alguna afección por diversos motivos, en especial la falta de tiempo, es por eso que mediante un análisis y estudio de los

clientes en la zona urbana de Santo Domingo; determinando preferencias, gustos, estilos de vida y percepciones, se podrá encontrar las razones que motivan al cuidado del bienestar de salud y de igual manera las causas para el descuido de los mismos. Con esta información se podrá realizar un adecuado proyecto de factibilidad para centro médico a domicilio.

Uno de los puntos que se debe considerar es la competencia, dentro de este factor a domicilio existen centros de salud y hospitales que brindan servicios médicos de calidad, pero no a domicilio en la provincia. Es por esto que Medic Home busca ser un proyecto rentable al no existir mayor cantidad de competidores directos que ofrezca los mismos servicios y bajo las mismas condiciones.

El mercado de la salud está creciendo en todo el mundo, y especialmente en Latinoamérica, donde aún queda mucho crecimiento y expansión, por lo que en el Ecuador en los próximos años se proyecta un mayor crecimiento y aceptación del cuidado integral de la salud de las personas. Se plantea a las universidades que orienten sus investigaciones y proyectos hacia aquellas áreas que produzcan un impacto positivo sobre la sociedad, entre las cuales se incluye a los profesionales en Gerencia de la Salud, orientando al mejoramiento continuo de los procesos en las instituciones de Salud, en la búsqueda de la calidad. Esto lleva a la satisfacción del usuario y mejora los indicadores de morbilidad y mortalidad del país en todas las áreas de Salud.

La presente investigación sigue los lineamientos dispuestos en la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 32 donde se enuncia que se garantiza la salud

de los seres humanos, así como lo establecido en el objetivo número tres del Plan Nacional del Buen Vivir y lo contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021) que hace referencia a la mejora de la calidad de vida de la población, considerando que los principales beneficiarios de esta propuesta siempre serán los usuarios y familiares de los pacientes que accedan a este tipo de atención domiciliaria.

Al mismo tiempo es pertinente indicar que el presente proyecto se encuentra desarrollado dentro la línea de investigación de Planeamiento Estratégico en Organizaciones de Salud, misma que se caracteriza por incluir un conjunto de planes conceptuales, operativos e indicativos en las organizaciones de salud.

Preguntas de investigación

Para el desarrollo de la investigación se plantean las siguientes interrogantes:

¿Revisar el marco conceptual que se requiere para la elaboración de un plan de negocios ayudará a generar conocimientos sobre el tema de investigación?

¿Realizar un análisis de investigaciones nacionales e internacionales relacionadas con planes de negocios de salud a domicilio, dará una perspectiva del plan de negocios que se desea implementar?

¿Realizando un estudio de mercado se podrá determinar la demanda existente y las necesidades que presenta la ciudadanía en temas referentes a salud?

¿Elaborar un diseño de plan de marketing proporciona, las herramientas para ofertar el servicio de la empresa de salud?

¿Mediante un análisis financiero se podrá estimar factibilidad económica de la empresa?

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio a través de la creación de una empresa de salud que brinde servicio domiciliario en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Objetivos específicos

Revisar el marco teórico-conceptual que se requiere para la elaboración de un plan de negocios relacionado a la atención domiciliaria.

Analizar la situación actual de atención médica hospitalaria y domiciliaria mediante la revisión de investigaciones nacionales e internacionales para obtener información relevante.

Determinar el permiso y autorización de funcionamiento de la empresa de servicios de salud domiciliaria mediante la revisión de la normativa en función del marco legal.

Obtener información de los usuarios mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos para realizar un estudio real del mercado donde se quiere crear la empresa de salud a domicilio.

Analizar el aspecto económico y financiero a través de la proyección del mercado y la competencia con la finalidad de garantizar la factibilidad económica y la sostenibilidad de la empresa.

Capítulo I

Marco Teórico-Conceptual

En este capítulo se detalla el sustento teórico-conceptual con el que está basado la investigación en estudio, considerando los resultados de expertos que han desarrollado a lo largo del tiempo teorías sobre el plan de negocio para la creación de empresas, en este sentido todos los conceptos y aportes son utilizados para orientar o direccionar el logro los objetivos planteados por la investigadora, como es el caso de crear una empresa que preste servicios de salud a domicilio, existen muchas teorías y conceptos relacionados con el tema pero no siempre están acorde con los objetivos planteados.

Por lo tanto, este marco es entendido como la representación general de toda la información dada en el proceso de la investigación, de acuerdo con (Canales, 2013), indica que el marco teórico es una descripción detallada de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación, también incluye las relaciones más significativas que se dan entre esos elementos teóricos. De esta manera, el marco teórico está determinado por las características y necesidades de la investigación, lo constituye la presentación de postulados según autores e investigadores que hacen referencia al problema investigado y que permiten obtener una visión completa de las formulaciones teóricas en la que fundamenta conocimiento científico, tal como se indicó al inicio de este capítulo, sin embargo es

necesario seleccionar aquellas teorías que tenga la misma línea de acción para que brinde sustento y sostenibilidad durante el desarrollo de la investigación.

Por lo tanto, la contribución de las bases teóricas está fundamentadas por Stutely (2000), Peña, Cardozo (2012) y la Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa (2013) considerando primeramente que la pregunta clave para todo emprendedor es ¿qué es un plan de negocio? Respuesta que debe orientar al emprendedor a conocer las bases que necesita para plantear el desarrollo de una empresa rentable que brinde beneficios individuales y colectivos (Stutely, 2000) expresa que “El plan estratégico de negocios una herramienta de primer orden para conducir un negocio [...]” (p. 11)

Los pasos para el logro de un plan exitoso de negocio (Stutely, 2000) los plantea de la siguiente manera:

- Defina las actividades de su negocio
- Defina el estado que guarda actualmente el negocio
- Defina el mercado externo, las competencias que enfrenta y su posicionamiento de mercado.
- Defina sus objetivos para el periodo que cubra el plan
- Formule una estrategia para lograr los objetivos
- Identifique los riesgos y las oportunidades

- Trace una estrategia para limitar los riesgos y explorar las oportunidades
- Depure las estrategias hasta obtener planes de trabajo
- Projete los costos y los ingresos y desarrolle un plan financiero
- Documentélo con concisión.

En este primer criterio teórico, se observa un interés inicial por las actividades que se pretende realizar en el negocio, asociando lo antes expuesto con el tema de investigación, se plantea que existe dentro de los 10 pasos parámetro que pueden ser muy significativos para la creación de una empresa de atención a la salud en domicilio, pero también es necesario darle otra mirada o alternativa que tengan mayor relación con la idea de brindar servicio médico y que se pretende lanzar al mercado.

Considerando que la función de una empresa es orientar llevando la dirección, producción, las finanzas, el recurso humano, la rentabilidad comercial y la administración, ya que una vez complementadas todas estas funciones se puede dar inicio a un plan de negocio rentable, seguro del logro de los objetivos empresariales, acorde a la misión, visión y valores.

Dependiendo de la estructura seleccionada para plan de negocio este seguirá un proceso, en la mayoría de los casos se inicia con el estudio del mercado, luego estudia la revisión de los aspectos técnicos para continuar con los concerniente a los procesos organizacionales, legales y ambientales, aunque este último puede ser abordado también en un estudio técnico o en un capítulo aparte, esto depende de la complejidad del emprendimiento por último se realiza el estudio económico financiero y

conclusiones. (Peña, 2012) manifiesta que “se realizan algunas conjeturas con respecto a las conclusiones; por lo que necesariamente, tendrá un tinte subjetivo ya que es un sujeto el que las concluye” (p. 6)

Componentes del plan de negocio

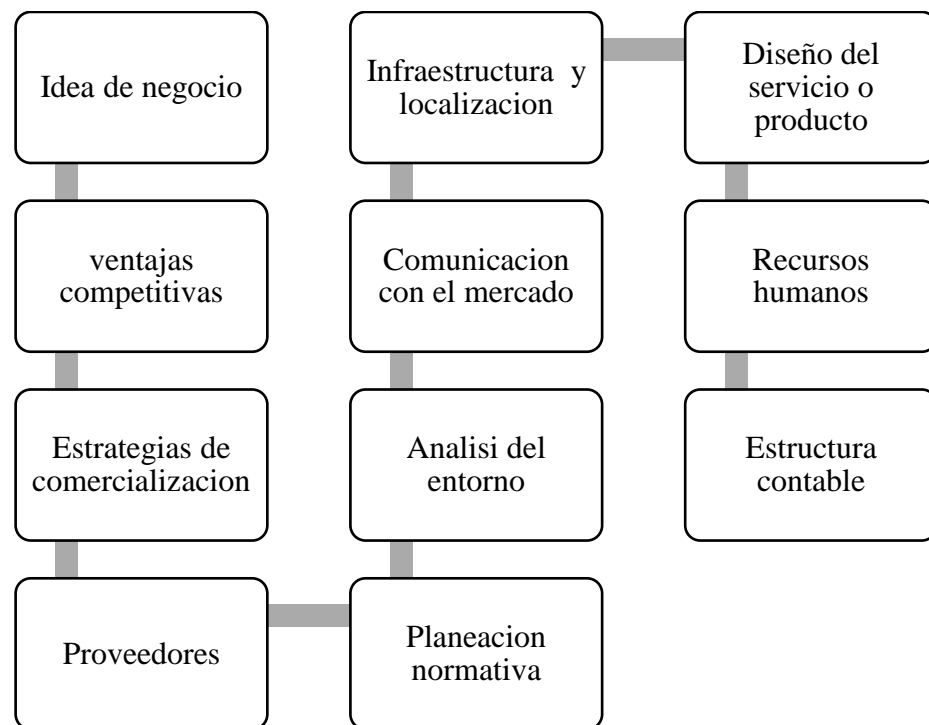


Figura 1. Componentes del Plan de Negocio Fuente: Cardozo, 2012

La idea del negocio

Es el punto de partida, se convierte en el interés por emprender un negocio para satisfacer a la colectividad y obtener beneficios lucrativos ya sea por corporación o posicionamiento. Para planificar un negocio y llevarlo a la marcha en el sector

comercio, requiere de muchos aspectos, que permita su elaboración o diseño; comercializar o vender un producto o servicio debe estar acompañado de plan de negocios práctico de fácil desarrollarlo para el emprendedor. “Identificar la idea de negocio no es una cosa sencilla ni algo que se hace de forma inmediata, debemos retroceder el tiempo y evidenciar momentos vividos o percibidos en cuanto a las prácticas de los negocios” (Kantis & Drucaroff, 2011); citado por (Romero, 2018) desde esta perspectiva importante observar con atención los detalles para plasmar la idea del negocio, cada observación hará de manera inmediata que se corrija antes de lanzar la idea al público en el caso del negocio a los clientes.

Ventajas competitivas

Siendo el mercado el que impulsa las actividades de la organización que lleva la empresa en relación a precio, promoción, distribución y venta de los servicios, cada uno de ellos con base en las preferencias del comprador, en tal caso para ganar terreno y obtener ventajas favorables en los negocios, la oferta y la demanda deben sincronizar de forma dual obteniendo resultados exitosos. La oferta es el comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de una parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el plan de negocios. (Romero, 2018).

Estrategias de comercialización

Cuando se refiere a consumidores, directamente se está tratando de indicar al tipo de cliente, porque son los clientes la esencia de un estudio de mercado. (Romero, 2018) Una empresa además de brindar un producto o servicios está sujeta a considerar los gustos o beneficios del cliente, sino llega a suceder esto puede llevar al fracaso del negocio, por muy bueno que sea el servicio o producto, el elemento complementario y de elección lo hace el cliente. Por lo tanto, involucrar al cliente es la vía más asertiva para que progrese y se sostenga la empresa, además de crear vínculos afectivos y una buena relación clientes – empresa, a la vez estaría garantizando que el valor de la marca aumente y permanezca.

Proveedores

El proveedor es quien suministra sus productos o servicios para una clientela amplia; el subcontratista, quien fabrica los productos o servicios a medida. A pesar de esta distinción, la guía utiliza indistintamente ambos términos. Afirma, (Yacuzzi, 2012) que los contratistas deberán “ayudar a sus proveedores en su desarrollo para que sus requisitos en cuanto al precio, a los plazos, a la calidad, al medio ambiente, etc., se vean cumplidos” (p. 4).

Infraestructura y Localización

Todo aquel que va a emprender o ejecutar un plan de negocio debe conocer que la segmentación de mercado le va a permitir llegar a obtener el logro de los objetivos sin importar que sea un mercado mayorista o minorista, lo importante es que se conozca

el servicio o producto. Para la identificación del segmento de mercado es necesario realizar la aplicación de encuestas, entrevistas o grupos focales a la población o (grupo objeto) a la cual va dirigido el producto o servicio, considerando al grupo de clientes al cual se enfoca el negocio tomando en cuenta algunas características que permitan obtener la información necesario y eficiente que se necesita para el posicionamiento de la empresa en el mercado una vez identificado este último.

Por otra parte, la segmentación geográfica es parte importante de un plan de negocio (Ayala, 2013) Este tipo de segmentación como su nombre indica permite usar un parámetro geográfico para segmentar a los clientes que puede ser regiones, ciudades, pueblos, países etc. Las condiciones geográficas permiten que la macro localización este dentro de la ciudad, puesto que se garantiza el lanzamiento de las ofertas y promociones, así como otros aspectos para lograr impactar en el mercado. Por tanto, la ubicación de la empresa y su infraestructura debe cumplir con la función de almacenamiento bien sea de maquinaria o del producto, es necesario que esté, organizado y con todas las medidas de seguridad y cuidado tanto de los materiales como del recurso humano.

Comunicación con el mercado

Los estudios de las variables del mix de mercadotecnia como son los productos, precio, promoción y plaza, tienen su particularidad y aporte en las empresas, según. (Rivera, 2013) Detectar las oportunidades en el mercado, es decir las necesidades no satisfechas que puedan ser definidas como un segmento potencial que ofrece posibilidades de negocio para la empresa, en este sentido es considerable contar con

la aplicación de la mezcla de marketing conocida como la cuatro P, siendo la planificación de los elementos que intervienen en la comercialización.

El producto o servicio, que viene a ser la parte física observable es decir la razón de la idea inicial según (Stanton, 2004) "Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (p. 221)

Otro de los elementos importantes de comercialización es el precio, ya que debe ser determinado bajo un análisis de costos y gastos incurridos en los procesos de producción, administración y venta (Estudio financiero), relacionándolo también con los precios referenciales de mercado, pues se pretende captar clientes mediante esta estrategia, de manera que sectores de ingresos bajos y medios puedan demandar los servicios de la empresa. Este valor puede estar afectado por algunas variables psicológicas que determinan cual va a ser el precio que está dispuesto a pagar el consumidor, y que puede ser muy diferente al precio que puede establecerse en función de los costes de producción. (Rivera, 2013).

Una buena promoción parte desde el lanzamiento de la empresa, para este proceso es necesario contar con una publicidad desde el marketing online y marketing offline. El marketing online se realiza en Internet y el marketing offline fuera de él. Esto significa que ambos modos se valen de medios distintos para enviar sus mensajes: el primero utiliza la red mientras que el segundo, los canales tradicionales (prensa, radio, televisión y el cara a cara) (Sanz, 2018).

Por otro lado, identificar las diferentes plazas de comercialización o ventas depende de los encargados del plan de Marketing de la empresa o negocio. Considerando que la plaza o distribución es el instrumento que permite que los distintos productos o servicios estén al alcance de los clientes en el momento que ellos lo necesitan sin tener que gastar tiempo ni hacer mucha inversión para adquirir el servicio o producto (Color, 2006).

Análisis del entorno

El análisis situacional conocido como FODA, además de ser parte del estudio económico, aporta para evaluar las ideas de negocios, siendo relevante determinar los aspectos positivos y negativos que pueden afectar al reciente emprendimiento. Una vez identificadas las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas (FODA) elementos clave de evaluación. Se puede analizar el ambiente externo del negocio, estableciendo cuáles son los factores que se relacionan con la empresa y a la vez precautelando las situaciones de riesgos posteriores (Romero, 2018)

Planeación normativa

Para la formalización de un nuevo negocio las empresas deben estructurarse según su forma legal y de acuerdo a lo que establece la ley, existen cuatro opciones formales para la figura legal de una empresa que son:

Negocio de único propietario (unipersonal)

Sociedades (dos o más personas)

Corporaciones/compañías de responsabilidad limitada (dos socios o más con capital mínimo de 400 dólares)

Compañía anónima (accionistas con capital mínimo de 800 dólares)

La intervención de la superintendencia de compañías, valores y seguros a los entes del mercado, en el Art. ...- Intervención. Plantea que:

Es facultad de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros declarar la intervención de las entidades reguladas por esta Ley, con la finalidad de precautelar los intereses de los inversionistas, socios o accionistas, y terceros, sin perjuicio del establecimiento de las responsabilidades administrativas a que hubiere lugar. Son causales de intervención las siguientes:

Cuando existan irregularidades producto de inobservancias a la Ley, reglamentos y demás normas complementarias y secundarias que las rigen, inclusive sus estatutos, reglamentos internos y manuales operativos;

Cuando existan irregularidades que pudieren ocasionar perjuicios a los clientes, inversionistas, socios o accionistas, comitentes, partícipes, constituyentes, beneficiarios de fideicomisos, originadores o terceros, sea que tales irregularidades hayan sido detectadas de oficio o a consecuencia de una denuncia;

Si se comprobare ante una denuncia de parte interesada o de oficio, que en la contabilidad de los entes regulados por esta Ley se ha ocultado información sobre activos o pasivos, o se ha incurrido en falsedades u otras infracciones, y que estos hechos pudieran generar perjuicios a los clientes, inversionistas, socios o accionistas,

comitentes, partícipes, constituyentes, beneficiarios de fideicomisos, originadores o terceros;

Si la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros requiere información a un ente regulado por esta Ley, y este no remitiere la información requerida en los términos solicitados.

Toda empresa por pequeña o grande que sea está obligada a cumplir con cada uno de los requisitos legales para su funcionamiento entre estos requisitos esta: las patentes municipales, el registro único de contribuyentes (RUC) o el régimen impositivo simplificado (RISE). De acuerdo al tamaño de la empresa, puede ser microempresa, pequeña empresa o mediana empresa, adicional a los requisitos expuestos, el emprendedor elige la figura legal que adoptará (según el tipo de empresa). Pero al inicio del negocio hay algunos requisitos legales claves para el arranque como son:

Registro Único de Contribuyentes (RUC), lo emite el Servicio de Rentas Internas (SRI) El RUC, es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador. Corresponde al número de identificación asignado a todas aquellas personas naturales y/o sociedades, que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deben pagar impuestos.

Está conformado por 13 dígitos y se divide de la siguiente manera:

Personas naturales ecuatorianos y extranjeros residentes:

Tipos de contribuyentes

Personas naturales. - Son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad.

Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.

Obligados a llevar contabilidad.

Deben cumplir con lo establecido en el Art. 37 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

La persona natural puede declarar sus impuestos bajo dos regímenes:

Régimen general

Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano - RISE

Permiso del Cuerpo de Bomberos (el negocio debe cumplir con las condiciones de seguridad y protección contra incendios)

- Patentes municipales
- Permiso de la Dirección de Salud. En caso de que tu negocio produzca alimentos, bebidas o medicina.
- El Registro Sanitario.

Una vez revisado estos componentes, se determina que ciertos detalles tanto administrativos como jurídicos son para el emprendedor una manera de obtener capacidad de conocimiento, para elaborar su propio análisis técnico. (Romero, 2018).

Diseño del producto o servicio

El emprendedor establece la forma, tamaño y estructura administrativa que tendrá su negocio, de ello depende que tipo de puestos se debe crear, el número de empleados que se contrataran, su perfil profesional (formación, capacidades y experiencia), las actividades a cumplirse y cómo se distribuirá el trabajo en el negocio. (Romero, 2018)

Estructura contable

Dentro de la estructura contable encontramos los estados financieros, que al momento de diagnosticarlos permite analizar la situación de una empresa para tomar decisiones seguras. Para lo cual es primordial tener claro el estado de situación inicial o conocido también como balance general, este es un documento que determina la condición financiera de una empresa, cumpliendo con todos requerimientos básicos, para su desarrollo como son los activos, pasivos y patrimonio.

En este punto es muy importantes el control de los registros. (EMPRETEC, 2020)
¿Qué son los registros? Las anotaciones de todo lo que ingresa a su negocio por concepto de venta y las que salen en concepto de gastos con la información general

de los elementos el plan de negocio se logran obtener una buena estructura, que garantiza el emprendimiento de la empresa en cualquier mercado.

Lo anterior expuesto indica que esta estructura de plan de negocio contempla muchos aspectos relevantes en cuestión de creación de una empresa, siendo una buena orientación para el presente desarrollo de emprendimiento de servicio de salud, pero también otro aspecto importante para garantizar el futuro del negocio es tener claro qué tipo de empresa y como va a estar constituida de manera que la idea de negocio funcione asertivamente en el mercado.

Ya que todas las empresas sin importar su tamaño pueden estar constituidas por personas naturales o jurídicas, va a depender los aspectos legales de inicio que disponga en la norma legal del estado donde se encuentra el mercado escogido para el desarrollo de la empresa, ya que el emprendedor o socios debe cumplir con ciertos requisitos concernientes al número de trabajadores y volumen de ventas. Según la (Guía de desarrollo, 2007) manifiesta que:

Por lo general la idea de negocio parte de la identificación de una necesidad en el mercado y del producto o servicio que podría atenderla sin embargo la idea de negocio no será necesariamente una oportunidad de negocio para que la idea sea una oportunidad será necesario analizar la demanda efectiva la oferta efectiva en mercado efectivo. (p. 67)

En concordancia con lo expuesto en la guía antes mencionada, es necesario realizar un análisis exhaustivo del mercado, ya que entendiendo que por más que una idea de negocio sea tentativa va a depender mucho de la decisión que se tome con

relación al mercado, este aspecto marca un punto que puede ser determinante en la vida institucional de una empresa.

El plan de negocio es un resumen de tallado de una empresa, indicando los productos y servicios que ofrece, la forma operativa de llevar el comercio, proyectando planes para el futuro y analizando periódicamente el financiamiento con que cuenta. Guía de desarrollo, (2007) propone como estructura en la mayoría de los planes para empresas capítulos como:

Resumen ejecutivo

Descripción de la visión del negocio

Análisis del mercado

Planeamiento estratégico estrategias de comercialización y venta

Análisis del proceso productivo

Análisis económico financiero.

Para ganar espacio en el mundo de los negocios es prudente estudiar puntos de vista diferentes, así como considerar las experiencias de personas que han dedicado oportunamente a mejorar los procesos de aplicación en temas de plan de negocio, en este sentido es importante tomar en cuenta para el desarrollo de la creación de una empresa de salud a domicilio lo que le favorezca en función de que la prestación de servicio sea conveniente y aceptada en el mercado.

Marco conceptual

Para complementar el desarrollo de este capítulo es necesario establecer y definir cada uno de los términos que comprenden el tema en estudio, considerando que el marco conceptual es el espacio que permite validar entre un concepto y otro, buscando el más apropiado y de interés del emprendedor, según, (Reidl, 2012) el marco conceptual es “La manera en la que el investigador recoge sus datos, lo que a su vez determina o establece los límites de las clases de análisis que pueden emplearse” (p. 147), en el marco de lo expuesto, se plantea a continuación los términos más relevantes, de manera que se tenga claro la idea de negocio y la finalidad de la misma.

Organización

La palabra organización, según el diccionario de la Real Academia de la lengua española (RAE, 2019) “Es la acción y efecto de organizar y organizarse”, además la define como la asociación de personas reguladas por un conjunto de normas en función de determinados fines visto también este término como una disposición, arreglo y orden.

La organización es fundamental para plantear las ideas principales y secundarias en base a los objetivos que se desean alcanzar con la empresa, desde los inicios del mercado. Según la (UTN) “Las Organizaciones están cambiando, pero los Gerentes y la Administración seguirán siendo importantes y necesarios para la creación, desarrollo y crecimiento de las empresas” (S/F. p 8).

Existen modelos cambiantes de organización que van desde la organización tradicional hasta la organización moderna. Sin embargo, la aplicación de cualquiera de estos modelos no influye en la función del gerente o el desarrollo de la administración.

Para Henry Fayol, Una organización logra un correcto funcionamiento cuando hay una sincronización de todos los elementos y áreas de la empresa, es decir, los descritos en los apartados anteriores. No puede fallar ninguno, ya que si lo hace se ven perjudicadas las demás áreas también, y la organización entonces no puede funcionar de forma eficiente. Además, los trabajadores también juegan un papel primordial en el cumplimiento de dichas funciones. (Martin, 2019)

Desde este punto de vista es determinante que la organización de una empresa tome todas las medidas apropiadas a considerar siguiendo las líneas correspondientes. La importancia de la organización le da forma a la idea principal, orientando a llevar la dirección y administración correcta bajo un mismo esquema organizacional, permite además empoderar a cada uno de los actores empresariales en la función que le corresponde dentro del ejercicio de productividad y de servicio, por tal motivo la elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio, tiene como primera actividad organizar todo los aspectos relevantes en cuestión de determinar los lineamientos organizacionales.

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. (Perez, 2013). 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.

Plan de negocio

Un plan ofrece un marco de referencia para administrar un negocio puedes exponer un método que abarca desde la estrategia general hasta las actividades cotidianas, esta variación va a depender del grado de medición y control. A cabe mencionar, que, en un plan de negocio la parte financiera empieza como justificación y luego pasa hacer el presupuesto con el que se espera cumplir los objetivos, considerando, que en el mismo plan se detallan aspectos como: plan de inversión, plan de estrategia y plan de marketing.

El plan de negocios no es solo un documento formal que plantea una idea de desarrollo empresarial, sino que además de ello, se enfoca en el proceso que se debe seguir para implementar un proyecto, las estrategias que se deben aplicar para lograr los objetivos establecidos en el plan de negocios, y el tiempo en que deben realizarse. (Peña, 2012)

Otro de los conceptos es que es una herramienta que brinda las pautas para saber dónde están hacia donde se quiere ir y cuanto falta por recorrer, como hacer uso en otros recursos económicos y financieros además de evaluar diversas alternativas en la toma de decisiones en cuanto a la inversión. Desarrollar el plan de negocio ayuda a

minimizar los riesgos mediante el manejo de la información insumo más importante para la toma de decisiones económicas, mientras más conozcamos del negocio más posibilidades de éxito se pueden lograr (Guía de desarrollo, 2007)

Prestación de Servicio

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado (Galan, 2020) Existen varias diferencias entre bienes y servicios, lo principal en estas diferencias es que el bien puede ser tangible o intangible, pero el servicio únicamente puede ser intangible. Por ejemplo, un bien tangible es un coche (se puede tocar) y un bien intangible es un programa informático (no se puede tocar).

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible. Esto se debe a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea. (Raffino, 2020)

En este sentido la conceptualización anterior se relaciona con la intención de la idea de crear una empresa de servicios de salud a domicilio, por tanto, es un servicio que espera cubrir las necesidades del mercado identificado para su desarrollo, comprendido que este el término puede ser material o intangible no es de pertenencia del consumidor.

Servicios a domicilio

La atención a domicilio se constituye en un instrumento para conocer el medio en el que viven las personas y su grupo familiar, valorar su capacidad de autonomía y su nivel de dependencia, proporciona apoyo en el ámbito del cuidado y la asistencia sanitaria.

El aumento de la población de adultos mayores y la dependencia, son dos factores que más influyen en la importancia de esta actividad. Los modelos de atención a domicilio en función de las características de provisión son tres:

1. Modelos integrados, son los que contemplan la intervención del médico y de la Lic. en enfermería, y se apoyan en programas desde los distintos procesos asistenciales orientados a las personas y sus grupos familiares.

2. Modelos dispensarizados, aquellos donde algunos de los profesionales del equipo de salud se responsabilizan de la atención a domicilio, tanto a demanda como programada.

3. Modelos sectorizados, son aquellos en donde el distrito o zona de salud, se divide en sectores geográficos con el fin de hacer más eficiente el tiempo de desplazamiento.

La atención domiciliaria ha pasado de ser un experimento, a confirmarse como alternativa al ingreso convencional, como ha ocurrido ya en Gran Bretaña, Francia (en 1985 había 32 Hospitales Domiciliarios, llevando más de 40 años de actividad), Alemania, Dinamarca, Bélgica, Estados Unidos, y ahora en España, tal y como afirma Rosa Ramón, directora médica de la ciudad sanitaria de Bellvitge. Y también lo

acreditan los datos aportados en la reunión de Barcelona, sobre la Atención Domiciliaria, ya que todos coinciden y vienen a afirmar la satisfacción de los pacientes y el ahorro que supone dicho ingreso para el hospital. Se destaca, por ejemplo, que, en Bélgica, la Atención Domiciliaria está a disposición del 20% de los ancianos. En Alemania el pago es en efectivo a los asegurados que dispongan de este servicio.

La hospitalización a domicilio es una alternativa asistencial del Área de Salud, que consiste en un modelo organizado, capaz de dispensar un conjunto de atenciones y cuidados médicos y de enfermería, de rango hospitalario, (tanto en calidad como en cantidad), a los pacientes en su domicilio cuando ya no precisan la infraestructura hospitalaria, pero todavía necesitan vigilancia activa y asistencia compleja.

Esta acción comprende el acercamiento del servicio ofrecido por la empresa al cliente, sin tener que realizar ninguna movilización para su adquisición. de acuerdo al diccionario (Reverso, 2020) el termino servicio en cuestión de prestación significa, el trabajo que realiza una persona para otra. También se entiende que la empresa presta servicios a varias reparticiones.

En el caso de la empresa de servicios de salud a domicilio busca efectivamente llegar al cliente en la comodidad de su hogar donde se sienta seguro y sin tener que invertir tanto, Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la atención domiciliaria es aquella modalidad de asistencia programada que lleva al domicilio del paciente, los cuidados y atenciones biopsicosociales y espirituales. Dado que en muchas ocasiones las personas buscan un servicio del cual le implica movilización,

transporte, y un sin número de situaciones, que se pueden presentar en transcurso que adquiere el servicio, motivo por el cual la efectividad del servicio a domicilio es un mecanismo que optimiza muchos aspectos de trámite al cliente.

Servicios de salud

Siendo un servicio el acto y el efecto de servir con la finalidad de satisfacer una necesidad al relacionarlo con la salud, se está refiriendo a un servicio que tenga un vínculo con el bienestar físico y psicológico. Desde este punto se establece que los servicios de salud, son aquellas prestaciones que brindan asistencia sanitaria, constituye un sistema de atención orientado al mantenimiento, la restauración y la promoción de la salud de las personas. Los servicios de salud no solo miran el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades o trastornos, sino que van más allá buscando la prevención de los males y a la difusión de aquello que les permita a las personas tener una vida saludable.

Cabe señalar dentro de este contexto que los lugares de asistencia a la salud de primera mano son los hospitales, las clínicas, los centros de salud y los sanatorios son algunas de las instituciones donde se prestan servicios de salud. Entre los profesionales que trabajan en este sector, es posible mencionar a los médicos, los enfermeros y los farmacéuticos.

Sin embargo, existen también empresas dedicadas a la prestación de servicio a domicilio siendo esta actividad una ventaja para el paciente que no puede movilizarse para recibir una atención con un profesional médico, de enfermería o de laboratorio clínico, recalando que no solo es por una situación diagnóstica o de tratamiento,

también es necesaria la prevención. La atención de salud a domicilio comprende llegar hasta el lugar donde se requiere la atención de un profesional médico o de enfermería, por lo tanto, cada uno de este concepto enmarca y sustenta el plan de negocio a desarrollar, utilizando herramientas tecnológicas e innovadoras del actual siglo como son las redes sociales, páginas web entre otras opciones que son de fácil acceso y manejo, facilitando la intervención al cuidado de la salud en el momento oportuno.

Capítulo II

Marco Referencial

El marco referencial es un texto que identifica y expone los antecedentes, las teorías, las regulaciones y/o los lineamientos de un proyecto de investigación (Tamayo, 2014), El marco referencial de una investigación consiste en una compilación breve y precisa de conceptos, teorías y reglamentos que están directamente ligados con el tema y el problema de la investigación. Esta parte de la investigación permite dilucidar las ideas y las finalidades de los autores.

La primera atención domiciliaria la introdujo el Dr. Bluestone en N.Y. (USA), en 1.947, haciendo así una extensión de su hospital, siendo dos los motivos que le llevaron a ello: descongestionar su hospital y crear un ambiente psicológico más favorable. Más tarde, en 1.960, se introdujo en Canadá. En 1.987 se realiza una experiencia piloto con tres hospitales en Montreal: puesta de antibióticos a domicilio.

El grupo EMI vela por la salud de las personas todas las 24 horas, los 365 días del año con más de 3.200 empleados de los cuales más de 1.000 son médicos. La historia de esta empresa de atención médica domiciliar empieza en 1979, fecha de creación en Montevideo, Uruguay, siendo la primera compañía prepagada de emergencia médica a domicilio, que estableció un modelo exitoso de atención, en el 2006 se desarrolló el GRUPO EMI, con la fusión de compañías radicadas en Colombia, Uruguay y Panamá, constituyéndose en el prestador prehospitario más importante de Latinoamérica. Para 2007 – 2008, se abren nuevas redes y el GRUPO EMI se consolida con la incorporación de compañías de Venezuela, Ecuador, y la apertura de nuevas sedes en ciudades de Colombia.

En el 2011 se une el GRUPO EMI con el GRUPO FALCK, convirtiéndose así en el líder mundial de atención médica prehospitaria.

Atención Domiciliar en Ecuador

En la ciudad de Quito y Guayaquil funciona la empresa de atención médica domiciliar SALUD SA, esta compañía de salud prestadora de servicios de atención médica a domicilio tiene más de 35 años de experiencia en diferentes países de Latinoamérica. Esta empresa se basa en una filosofía de calidad y orientados por sus propios principios institucionales, también valoran el cumplimiento de sus requisitos, normas y reglamentos. Su compromiso con la salud de los afiliados es lo más importante y esto se refleja a través de los programas de calidad en el servicio y seguridad del paciente, asegurando tener la mejor atención de médicos, con el objetivo de aumentar la calidad de vida de todos los clientes.

La misión de la empresa SALUD SA “Enamoramos a nuestros clientes con un excelente servicio en la protección de su salud” y su visión expresa “Seremos una empresa internacional recomendada por nueve de cada diez clientes gracias a nuestro servicio legendario”.

Esta empresa ofrece a las familias afiliadas una atención en las áreas de: medicina general, Odontología, ginecología, laboratorio y farmacia. La consulta médica a domicilio de la empresa en Sistema de Médicos Integrados SISMEDIN, ubicada en la ciudad de Quito, comprende la aplicación de Este servicio que está diseñado para tratar enfermedades agudas que no requieren de atención en un centro especializado o de urgencias y que permitan que el paciente pueda ser valorado en la comodidad de su hogar.

Durante la atención, si se requiere, el médico aplicará los medicamentos necesarios para controlar los síntomas, realizará curaciones, ordenará exámenes y recetará las medicinas necesarias. Otro de los servicios que presta la empresa es el servicio de laboratorio facilitando los exámenes de quienes por su condición no pueden dejar su casa o para aquellos que prefieran tomarlos en la intimidad de su hogar, llegando los resultados obtenidos en línea como parte de del expediente electrónico del paciente.

Según datos obtenidos por el Instituto de Estadísticas y censo INEN (2013) en todos los servicios de salud del Ecuador las cantidades de establecimientos hospitalarios, número de egresos, días y promedio de estadía de los pacientes, número de camas hospitalarias disponibles, días-cama disponibles, porcentaje de ocupación y giro de

camas, según sector, clase de establecimiento y entidades a las que pertenecen los resultados fueron estos:

Tabla 1. Estadísticas generales de los establecimientos de atención a la salud a nivel nacional

Sector, entidad y clase	Número de establecimiento	Número de egresos	Días de estada	Promedio días de estada	Número de camas hospitalarias disponibles	Días - cama disponibles	Rendimiento o giro de camas	Rendimiento o giro de camas
Nacional	783	1.178.989	5.022.709	4,26	23.667	8.636.565	58,16%	49,82
Sector público	189	835.465	3.963.344	4,74	14.860	5.423.900	73,07%	56,22
Hospital de especialidades	5	95.696	610.271	6,38	1.968	718.320	84,96%	48,63
Ministerio de Salud Pública	1	14.779	130.876	8,86	425	155.125	84,37%	34,77
Ministerio de Defensa Nacional	1	9.737	59.676	6,13	232	84.680	70,47%	41,97
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	3	71.180	419.719	5,90	1.311	478.515	87,71%	54,29
Hospital especializado	29	174.577	963.863	5,52	3.624	1.322.760	72,87%	48,17
Ministerio de Salud Pública	15	84.202	512.269	6,08	1.859	678.535	75,50%	45,29
Otros públicos	1	4.421	22.687	5,13	151	55.115	41,16%	29,28
Municipios	2	356	407	1,14	14	5.110	7,96%	25,43
Junta de Beneficencia de Guayaquil	3	59.234	303.207	5,12	999	364.635	83,15%	59,29
Sociedad de Lucha contra el Cáncer	8	26.364	125.293	4,75	601	219.365	57,12%	43,87
Hospital general	59	375.750	1.714.994	4,56	6.590	2.405.350	71,30%	57,02
Ministerio de Salud Pública	26	234.149	994.953	4,25	3.832	1.398.680	71,14%	61,10
Ministerios de Justicia, Derechos Humanos y Cultos	2	9.621	51.840	5,39	234	85.410	60,70%	41,12
Ministerio de Defensa Nacional	10	10.352	46.757	4,52	411	150.015	31,17%	25,19
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	13	81.041	356.335	4,40	1.220	445.300	80,02%	66,43
Municipios	6	8.242	22.550	2,74	165	60.225	37,44%	49,95
Universidades y politécnicas	1	8.733	36.772	4,21	96	35.040	104,94%	90,97
Junta de Beneficencia de Guayaquil	1	23.612	205.787	8,72	632	230.680	89,21%	37,36
Hospital básico	96	189.442	674.216	3,56	2.678	977.470	68,98%	70,74
Ministerio de Salud Pública	87	178.564	633.238	3,55	2.411	880.015	71,96%	74,06
Ministerios de Justicia, Derechos Humanos y Cultos	1	103	2.837	27,54	15	5.475	51,82%	6,87
Ministerio de Defensa Nacional	1	668	2.275	3,41	30	10.950	20,78%	22,27

Nota: Fuente: INEC Anuario de estadísticas hospitalarias: egresos y camas (2013)

Ante las cifras expuestas en el cuadro anterior es importante indicar que, aunque existe una cantidad establecidas de atención a la salud de los ecuatorianos, la misma que cuenta con el recurso físico y el recurso humano lamentablemente no llega cubrir

la demanda de la población, quedando en espera de obtener una atención muchas personas. Desde hace algún tiempo en el Ecuador los médicos a domicilio, como se denomina al servicio en el que los doctores acuden al lugar donde está el paciente, tienen más usuarios en Quito. En la capital hay cuatro empresas privadas (De los Valles, UTIM, EMI, Médico Móvil) que atienden en Medicina General y Fisioterapia. En la ciudad de Guayaquil incluso hay servicios de laboratorio en casa.

En el último año han registrado un incremento promedio de hasta el 20% en atenciones. Por ejemplo, hace un año Medihome del Hospital de los Valles recibía 199 llamadas al mes, ahora registra 249. En fisioterapia, el número de visitas diarias se elevó hasta en un 250%, en los dos últimos años, de dos casos pasaron a siete. Se puede evidenciar que este tipo de servicio se está empezando a desarrollar en el país en las ciudades más pobladas, razón por lo que se ve factible el desarrollo de un proyecto de este tipo en la Provincia de Santo Domingo.

Siendo la atención de la salud a domicilio una manera de prevenir enfermedades que puedan llevar a la pérdida de un ciudadano, que en ocasiones le toca esperar para atenciones tan sencillas como la toma de muestra de sangre o por un control de glucosa, acciones que si no son intervenidas a tiempo y correctamente terminan en situaciones graves.

Según datos publicados por INEC (2013) todas las provincias del Ecuador cuentan con servicios de salud públicos como privado, llevando a la vez control de la población, el número de camas disponibles, egresos hospitalarios, defunciones hospitalarias, días de estada, índices y tasas, según regiones y provincia.

Tabla 2. Control de la población, número de camas disponibles, egresos hospitalarios, defunciones hospitalarias, días de estadía

Regiones y Provincias	Total		Hospital de especialidades		Hospital especializado				Hospital general		Hospital básico		Clínica especializada		Clínica general	
	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	Agudo		Crónico		N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles
					N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles	N° de establecimientos	N. camas hospitalarias disponibles								
Total República	783	23.667	8	2.187	16	2.241	17	1.776	75	7.060	98	2.730	28	323	541	7.350
Región Sierra	345	11.611	7	1.752	3	548	12	1.047	38	3.839	38	791	10	147	237	3.487
Azuay	43	1.373	3	309	-	-	3	173	4	348	5	108	2	19	26	416
Bolívar	7	185	-	-	-	-	-	-	2	125	2	30	-	-	3	30
Cañar	8	262	-	-	-	-	-	-	1	146	2	62	-	-	5	54
Carchi	6	228	-	-	-	-	-	-	1	166	2	35	-	-	3	27
Cotopaxi	22	485	-	-	-	-	-	-	2	237	4	76	1	10	15	162
Chimborazo	24	685	-	-	1	40	1	34	4	376	4	100	-	-	14	135
Imbabura	15	567	-	-	-	-	-	-	3	330	3	106	-	-	9	131
Loja	33	755	-	-	-	-	1	50	4	377	8	146	-	-	20	182
Pichincha	122	5.542	4	1.443	2	508	6	760	9	1.003	5	89	5	84	91	1.655
Tungurahua	36	913	-	-	-	-	1	30	5	554	3	39	1	12	26	278
Santo Domingo de los Tsáchilas	29	616	-	-	-	-	-	-	3	177	-	-	1	22	25	417
Región Costa	398	11.223	1	435	13	1.693	5	729	25	2.829	46	1.630	17	176	291	3.731
El Oro	60	1.132	-	-	1	23	1	20	4	349	7	214	1	9	46	517
Esmeraldas	29	473	-	-	1	40	-	-	4	189	5	133	3	1	16	110
Guayas	154	6.359	1	435	9	1.592	3	631	10	1.572	13	205	7	97	111	1.827
Los Ríos	72	1.080	-	-	1	28	-	-	2	194	5	177	5	56	59	625
Manabí	71	1.890	-	-	1	10	1	78	4	525	11	712	1	13	53	552
Santa Elena	12	289	-	-	-	-	-	-	1	-	5	189	-	-	6	100
Región Amazónica	38	804	-	-	-	-	-	-	11	377	13	295	1	-	13	132
Morona Santiago	9	163	-	-	-	-	-	-	1	36	6	104	-	-	2	23
Napo	5	191	-	-	-	-	-	-	1	67	3	122	-	-	1	2
Pastaza	5	86	-	-	-	-	-	-	4	81	-	-	-	-	1	5
Zamora Chinchipe	3	87	-	-	-	-	-	-	1	57	2	30	-	-	-	-
Sucumbios	9	122	-	-	-	-	-	-	1	40	1	15	1	-	6	67
Orellana	7	155	-	-	-	-	-	-	3	96	1	24	-	-	3	35
Región Insular	2	29	-	-	-	-	-	-	1	15	1	14	-	-	-	-
Galápagos	2	29	-	-	-	-	-	-	1	15	1	14	-	-	-	-

Nota: Fuente: INEC Anuario de estadísticas hospitalarias: egresos y camas (2013)

Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicada en la zona centro noroccidental del Ecuador, a 133 km de la ciudad de Quito; con un clima cálido húmedo y con temperaturas que oscilan entre los 21 a 33°C en verano y en invierno de 23 a 38°C.

Su cantonización se realizó el 3 de julio de 1967 y la provincialización el 6 de noviembre de 2007. Tiene una superficie de 3537.97 km², distribuidas en 8 parroquias: El Esfuerzo, Santa María del Toachi, Valle Hermoso, Luz de América, San Jacinto del Búa, Alluriquín, Puerto Limón, Abraham Calazacón.

Actividad Económica

El 25.2 % de la población de Santo Domingo de los Tsáchilas según el censo económico del 2010, se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, siendo las principales actividades que generan economía, esto se debe a su clima cálido-húmedo, llevando a la provincia a tener la producción de café, palma africana, abacá, cacao, tubérculos, maíz, caucho, flores tropicales, esta región constituye uno de los principales centros agroindustriales del país ya que aquí se han instalado: plantas procesadoras de aceite de palma y emparadoras o envasadoras de yuca en diversas presentaciones.

Servicios de Salud

En la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas actualmente se encuentra ofertando el servicio de salud en todos los sectores de la ciudad, tanto en el área urbana como en

el área rural, a continuación, el detalle de las unidades que prestan atención de salud, que a diferencia de la tabla dos expuesta en este estudio en el 2013 solo se cuenta con 29 casa de atención a la salud, esto indica que existe un incremento de mayor oferta de casas asistenciales, entre las públicas y privadas, pero sigue existiendo la necesidad de la atención en el domicilio:

Tabla 3. *Establecimientos de salud en Santo Domingo*

• Establecimientos	Cantidad
Centros de Salud (MSP)	34 unidades
Hospitales	2 MSP
	1 IESS
Clínicas Privadas	48

Nota: Fuente: Proceso de Planificación y Estadística del área de salud provincial

Estas entidades de asistencia de salud se encuentran establecidas en la provincia en tres puntos:

- 1.- Área de salud 01 Augusto Egas
- 2.- Área de salud 02 Los Rosales
- 3.- Área de salud 03 La Concordia

En las unidades antes mencionadas se oferta distintos servicios de salud que van desde la de medicina general, pediatría, medicina interna y especialidades como: endocrinología, neumología, Trabajo social, Anestesiología, Traumatología, Neonatología, Rehabilitación, Imagenología, Dermatología, Psiquiatría, Psicología, Patología, Audiología, Cardiología, Cirugía general, además de emergencias y pacientes por consulta externa con una previa cita, mediante el uso de la tecnología ya que los turnos son tomados desde la internet, sumado a esto están los servicios de baciloscopia, de análisis de laboratorio, farmacia.

Cabe indicar, además, según estadísticas del área de salud provincial de Santo Domingo entre las principales causas de morbilidad que son atendidas en las casas de salud se encuentran con el 30% las rinofaringitis (resfriados comunes), con 24% seguido por la parasitosis intestinal, y con un 22% en tercer lugar las infecciones de vías urinarias.

Marco legal

Revisando la Constitución de la Republica del Ecuador (2008) en la Sección tercera de las formas de trabajo y su retribución Art. 325 estable que el Estado: “Garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores” en concordancias con la codificación del código del trabajo, (Arts. 2, 273)

De igual manera en el mismo documento de la constitución en el Título VII del REGIMEN DEL BUEN VIVIR en la Sección segunda que refiere a la Salud, el Art. 358. Plantea que el sistema nacional de salud tendrá por finalidad:

El desarrollo, protección y recuperación de las capacidades y potencialidades para una vida saludable e integral, tanto individual como colectiva, y reconocerá la diversidad social y cultural. El sistema se guiará por los principios generales del sistema nacional de inclusión y equidad social, y por los de bioética, suficiencia e interculturalidad, con enfoque de género y generacional.

También el Art. 359, indica que el sistema nacional de salud: “Comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos, acciones y actores en salud; abarcará todas las dimensiones del derecho a la salud; garantizará la promoción, prevención, recuperación y rehabilitación en todos los niveles; y propiciará la participación ciudadana y el control social”.

Mientras que el Art. 361 y 362 plantean que será el estado que ejercerá la rectoría del sistema a través de la autoridad sanitaria nacional, será responsable de formular la política nacional de salud, y normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector. Concordancias con lo establecido en la Ley Orgánica de Salud, y, que la atención de salud como servicio público se prestará a través de las entidades estatales, privadas, autónomas, comunitarias y aquellas que ejerzan las medicinas ancestrales alternativas y complementarias. Los servicios de salud serán seguros, de calidad y calidez, y

garantizarán el consentimiento informado, el acceso a la información y la confidencialidad de la información de los pacientes.

Estudios legales

A continuación, se enumeran las leyes, normas, ordenanzas y reglamentos que más influyen en la elaboración de este proyecto.

Requisitos para legitimidad

La Superintendencia de Compañías del Ecuador, establece que para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según datos obtenidos en la Superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

Dentro de los requisitos obligatorios se describen:

Ser mayor de edad.

Ser capaz de contratar y obligarse.

Los pasos a seguir previo a la constitución de una compañía son los siguientes:

Carta dirigida a la Superintendencia de Compañías, solicitando el nombre de la Empresa que se desea constituir, (deberá ser solicitada por un abogado).

Se apertura una cuenta de integración de capital a nombre de la compañía que se va a crear, determinada cuenta deberá cumplir con lo establecido en la Ley de Compañías, (toda sociedad anónima deberá aportar el 25% de capital suscrito).

Emitida la cuenta de integración, la aprobación del nombre de la empresa, copias de cédulas y certificados de votación de los accionistas, se lleva toda la documentación antes descrita a una Notaria en la cual se elabora la minuta y procede a elevarlo a Escritura Pública (4 testimonios entregan la Notaría).

Mediante una carta se ingresa las Escrituras para que un delegado de la Superintendencia de Compañías, realice el estudio y la aprobación del trámite;

Luego de aprobado el trámite se deberá cumplir con los requerimientos que se encuentran especificados en la Resolución Aprobatoria del trámite

El extracto que nos entregan en la Superintendencia de Compañías, deberá ser enviado a uno de los periódicos de la ciudad, para su respectiva publicación.

Se inscribe en Registro Mercantil las Escrituras de constitución y luego de ello;

Se procede a inscribir los nombramientos de los representantes legales de la compañía y;

Con todos estos documentos se solicita a la Superintendencia de Compañías, que emita la hoja de Registros de Sociedades (documento que es obligatorio presentar al SRI para obtener el RUC

Por último, para obtener el Registro Único de Contribuyentes.

Servicio de Rentas Internas

Para obtener el Registro Único de Contribuyentes se debe presentar la siguiente documentación:

Hoja de Registros de Sociedades (emitido por la Superintendencia de Compañías)

Original y copia de la Escritura de Constitución o en su defecto copia notariada.

Original y copia del Nombramiento del Representante legal de la Compañía.

Copia de cédula y certificado de votación del Representante Legal.

Formularios 01A y 01B debidamente firmados por el representante legal;

Original y copia de planilla de agua, luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, gerente o nombre de la compañía; de no tener estos documentos deberá adjuntar contrato de arrendamiento debidamente inscrito en la Corte de Justicia.

De realizar el trámite una tercera persona, esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del gerente de la Compañía, así como también copia de la cédula de identidad y certificado de votación.

Gestiones ante el Gobierno Autónomo Descentralizado de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Patente Municipal-G.A. D Santo Domingo

Para ejercer una actividad económica en la ciudad de Santo Domingo hay que presentar los siguientes requisitos establecidos por esta misma institución:

Ser solvente (no adeudar al GAD Santo Domingo)

Cédula de Identidad y certificado de votación (persona natural); copia de la escritura de constitución de la compañía y nombramiento del representante legal (persona jurídica).

Copia del RUC o RISE

Copia de servicio básico

Calificación artesanal (de ser el caso)

Para actividades económicas con LOCAL presenta:

Propio: se verifica en catastro.

Arrendado: contrato de arriendo registrado.

Prestado: declaración juramentada (con autorización del Director de Avalúos y Ordenamiento territorial y Gestión de Suelo, se aceptará carta de autorización de uso de predio incluido copias a color de Cedula de Identidad y papeleta de votación).

Cesión: Declaración juramentada del propietario del local de ceder el mismo para el uso en cuestión.

Vía Pública: permiso de ocupación vía.

Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos

Requisitos:

Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.

Fotocopia nítida del RUC actualizado.

Carta de autorización a favor de quien realiza trámite

Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.

Nombramiento del representante legal si es compañía.

Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Señalar dimensiones del local.

Capítulo III

Marco Metodológico

La metodología dentro de la investigación desarrollará un papel importante, partiendo de este fundamento se cita que:

La investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta (Hernández, 2010)

El actual proyecto utilizó un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo con un tipo de investigación no experimental, transversal exploratorio.

Enfoque/ tipo de investigación

Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo en el desarrollo de este trabajo permite describir las cualidades de un fenómeno, según (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) “Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación” (p. 7), en relación a la atención de salud en el domicilio es necesario aplicar las técnicas e instrumentos que forman parte de este enfoque.

Este enfoque cualitativo se convierte en el pensamiento o idea que lleva a cabo un plan de negocio para crear una empresa de servicio de salud en domicilio en la provincia de Santo Domingo, por lo tanto, el estudio del fenómeno relacionado a la salud de los individuos es un tema de análisis desde la complejidad que tiene el diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades ya sean estas catastróficas o de otra índole que siguen en aumento dentro de la población en estudio.

Enfoque Cuantitativo

De igual manera en la investigación se considera importante aplicar técnicas e instrumentos que forman parte del enfoque cualitativo, ante la necesidad de conocer aspectos relevantes de la ciudadanía, información que se valida con la finalidad de conocer de manera estadística las necesidades de atención domiciliarias que tiene la ciudadanía y la medida de lo posible tener datos específicos que garanticen el desarrollo del plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de salud en domicilio, en concordancia con (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) ” El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos” (p. 4) Entonces se confía en la medición numérica, para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Siendo así se plantea un cuestionario de preguntas aplicadas a personas que asisten regularmente a la casa de salud de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchil

Tipo de Investigación

También conocido como alcance, en el cual se deberá establecer los límites de la investigación. Para ello los investigadores deberán tener noción acerca del tema en estudio, el mismo que según (Hernández, 2010) “Disponemos de distintas clases de diseños preconcebidos y debemos elegir uno o varios entre las alternativas existentes, o desarrollar nuestra propia estrategia. (p. 120)

Los conocimientos que se adquieren durante la investigación fomentan un desarrollo en la mentalidad del investigador, lo cual le permite establecer alcances según su propia perspectiva.

Población / Muestra

Para realizar un estudio, el investigador necesita determinar ciertos aspectos en su investigación como son: el área de estudio, la cantidad de objetos o individuos que se va a estudiar, entre otros. El investigador cambia su centro de interés desde los resultados obtenidos en grupos, aunque también lo hace individualmente (Pérez, Galán y Quintanal, 2011)

Población

La población será el objeto de estudio con quienes se aplicará una investigación, partiendo desde su definición:

Según (Martínez, 2015) “Es conjunto de individuos, personas, animales, ciudades, instituciones, objetos, etc.-que poseen las características en relación con el problema a investigar y sobre los que se desea realizar el estudio” (p. 259)

La población de estudio juega un papel importante, porque mediante la observación y determinación de las necesidades que existen de servicios médicos a domicilio se podrá realizar un análisis de datos con la información recolectada y a la vez se podrá dar respuesta a los problemas de investigación generando acciones encaminada para la realización el plan de negocios.

En el presente proyecto la población con la que se realizará el trabajo de investigación serán los 368 013 habitantes de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para quienes estaría dirigido el plan de negocios.

Muestra

Por otra parte, la muestra, es una pequeña parte de la población la cual abarca personas u objetos, los mismos que se seleccionan para un estudio.

Según (Martínez, 2015) “Los resultados de los análisis proporcionados por la muestra se llaman estadísticos. En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la investigación ya que tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra” (p. 259) Por lo tanto, es el tipo de muestreo que se debe utilizar en el proyecto, por ser riguroso y científico, enfocándose en la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

La misma que nos da como resultado una muestra de 384 personas, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, población con la que se realizará la presente investigación.

Tabla 4. *Cálculo de muestra*

CALCULO DE MUESTRA		
Tamaño de la población	Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)
368,013	95	5
Tamaño de la muestra		
384		

Técnicas e instrumentos de recogida de datos

Técnicas:

-Entrevista

-Encuesta

Instrumentos:

- Guía de entrevista

-Formato de encuesta

Entrevista

La entrevista dentro de la investigación aportará a la recolección de información de una forma más directa y fiable.

La entrevista cualitativa genera la oportunidad para comprender los puntos de vista de los participantes en la investigación acerca de su mundo tal como son descritos en sus propias palabras. la entrevista cualitativa abarca desde una aproximación no estructurada a una semí estructurada (Maya, 2001)

Por medio de esta se obtendrá datos necesarios a través de testimonios verbales y se desarrollará un contacto con la población para profundizar en el tema de interés, con la finalidad de obtener los datos que lleven a buscar los mejores beneficios para la empresa una vez creada. Por tal motivo la entrevista contará con un guion de preguntas con un total de cuatro preguntas abiertas, las mismas que son contestadas por un experto en el tema de plan de negocio para la creación de una empresa de servicio de salud en domicilio.

Dicha entrevista se realiza entre los dos actores entrevistador y entrevistado, el entrevistador es quien hace las preguntas en base al cuestionario redactado y al tema de interés, mientras que el entrevistado contesta las interrogantes desde su experiencia y conocimiento del tema en estudio.

Encuesta

La encuesta es otro tipo de técnica para recolección de datos que ayuda a valorar el estado de la población además de obtener información importante para el desarrollo de

la investigación. Se utiliza para conocer características de un conjunto o grupo de personas en una determinada situación. Intenta conocer la incidencia, distribución y relaciones entre diversos aspectos o características que conforman a ese conjunto como actitudes, variables demográficas, características de personalidad o atributos de personas, creencias, opiniones, afiliaciones, modos de comportarse, intereses y motivación, entre otras (Valarino, 2016)

La encuesta es aplicada a una muestra de 384 personas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que recurren diario a las casa de asistencia médica por diversos motivo de cuidado de la salud, dicha encuesta contara con 15 preguntas cerradas, las misma que serán de opciones múltiples y que facilitaran la obtención de resultados sobre la pertinencia y la necesidad que cada persona ante la creación de una empresa de servicios médicos a domicilio en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Estas técnicas ayudarán a organizar y procesar la información obtenida a lo largo de la investigación. Según (Martínez, 2015) “El propósito del análisis de los datos es reducir y sintetizar la información para darle un sentido y poder responder así a los objetivos de la investigación, conforme a la naturaleza de los datos recogidos” (pp. 156-157)

Una vez aplicadas las técnicas de recolección de datos, se procede al análisis de cada una de las interrogantes, para este proceso será necesario el uso del programa Microsoft Office Excel, ya que este recurso digital nos facilita los resultados de manera que se

represente en tablas de frecuencia como en figuras estadísticas de tal manera que se plantea el análisis e interpretación de los resultados.

Resultados de la entrevista

Tabla 5. Resultados de la entrevista

Crterios	Entrevistad o un médico del área de salud	Entrevistad o dos enfermeras	Entrevistad o tres usuarios servicio medico	Análisis de las respuestas
¿Considera importante llevar controles periódicos de su salud?	Claro, que considero importante llevar un control médico periódico,	En mi experiencia como enfermera he podido notar que en su mayoría los pacientes esperan estar enfermos recién	Por lo general siempre estoy en controles médico, pero cuando requiero colocarme medicina por intravenosa o curaciones,	Los entrevistados coinciden con la respuesta de que la salud debe estar siempre cuidada de la mejor forma, pero a la vez refieren que
¿Con qué frecuencia contrata servicios de	porque pienso que es una forma de cuidar mi salud previniendo	mayoría los pacientes esperan estar enfermos recién	los requiero de estar siempre cuidada de la mejor forma, pero a la vez refieren que	

atención enfermedades acercarse a ver busco a una acuden al

médica? crónicas que que les sucede, señora que vive médico
 con el pasar del y, con relación cerca de mi únicamente
 tiempo tienden a la frecuencia casa y presta cuando se
 a ser un con la que servicios de encuentran
 problema para contrato enfermería. enfermos, no
 uno, como es el servicios se realizan
 caso de la médicos no lo controles
 diabetes, por lo hago seguido, periódicos.
 general las porque cuando
 personas no he necesitado
 hacemos algún servicio
 consciencia de debo
 la necesidad de trasladarme de
 controlar los un sector a otro
 niveles de y es muy
 glucosa en complicado
 nuestra sangre porque en
 y sobre todo de horas de la
 tener hábitos mañana es muy
 alimenticos o difícil que un
 estilos de vida carro me haga
 la carrera hasta

favorables para el laboratorio o
la salud el centro de
salud

2. ¿Qué características considera importantes al recibir control médico?

Bueno, una Resulta que Considero Los datos de las en muchas que debe ser un recolectados las características ocasiones las servicio con en la debe ser que personas que amabilidad, entrevista dan cuando una trabajan en el respeto y a notar que control persona es área de salud profesionalism los pacientes médica? atendida por no muestran o, aplicando buscan algún problema interés por lo todos los principalm de salud, se le que el paciente protocolos de e médicos de muestre interés necesita, esta salud que los experiencia, por lo que le actitud puede caracteriza. seguido por ocurre. traer una serie las de complicacione horarios de s a lacada de atención se salud. ajusten al usuario.

**3. ¿Si Me gustaría Me ha Para ser En esta
tuviera la que fuera en la tocado sincera, si pregunta la
oportunidad comodidad de observar a tuviera que mitad de
de elegir mi casa, ya que miembros de hacerme entrevistados
entre eso me permite mi familia que exámenes, respondieron
atención en sentirme más van a cuidar a controles u que
una clínica o segura, junto a otros y las otras dependiendo
en su mis familiares. condiciones atenciones de la razón de
domicilio por son este tipo lo consulta
qué opción se inadecuadas mejor es que podrían
inclinaria? aun siendo en fuera en casa. realizar una
clínicas, elección entre
además que las 2
creo que se opciones,
puede agarrar mientras que
cualquier virus otra cantidad
o bacterias ya respondió que
que en los preferiría
hospitales o atención en
clínicas hay domicilio ya
muchas que resulta
personas con**

diferentes más fácil y
enfermedades accesible.

4. ¿Cuáles son las expectativas que usted tiene si le recomiendan un servicio de atención médica a domicilio?

Una de mis expectativas sería primero el valor económico, usted sabe que hay que contar con el dinero para obtener un servicio dependiendo de los valores uno se motiva a utilizarlo, en el caso que los costos altos

Tengo como expectativa que los servicios de salud podrían acceder considerando que en mi casa hay limitaciones en cuestión de espacio y otros factores, además como sería la forma de comunicarme.

Desde mi punto de vista una de las expectativas más grande sería, que ahí la oportuna sea calidad y de calidez, y a la vez poder recibir un tratamiento efectivo para alguna enfermedad desde la comodidad de su domicilio.

5. **¿Cree usted que los valores económicos por la atención médica estarían acorde al presupuesto de la ciudadanía?** La verdad es que no me he percatado en función de los valores, pero me imagino que está considerando los ingresos de la población y con facilidades de pago como Dataflash u otras formas de pago, que le vendría bien al ciudadano que quiere uso de servicios de atención

Existe una gran cantidad de habitantes que, si están en condiciones de cancelar valores económicos por una buena cantidad, porque en muchas ocasiones hay otra población de habitantes que de requieren ser atendidos en casa sin embargo no tienen el dinero suficiente para

La situación económica es diferente algo que tiene inferencia en expuestos a relación al valor económico. Porque, así planteado hay para la atención médica económica domiciliaria, se determina que con un buen sistema de oferta acomodando la situación de las familias según sus ingresos

medica contratar el económicos,
domiciliaria. servicio. se puede
llegar con el
servicio sin
perjudicar a
la empresa.

Resultados de encuesta

Análisis e interpretación de los resultados

Tabla 6. ¿Con que genero se identifica usted?

Género	Frecuencia
Hombres	175
Mujeres	209
Bisexual	0
Otro	0

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

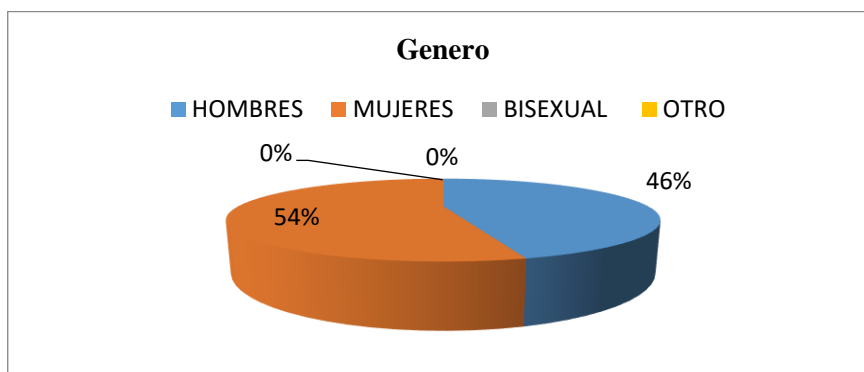


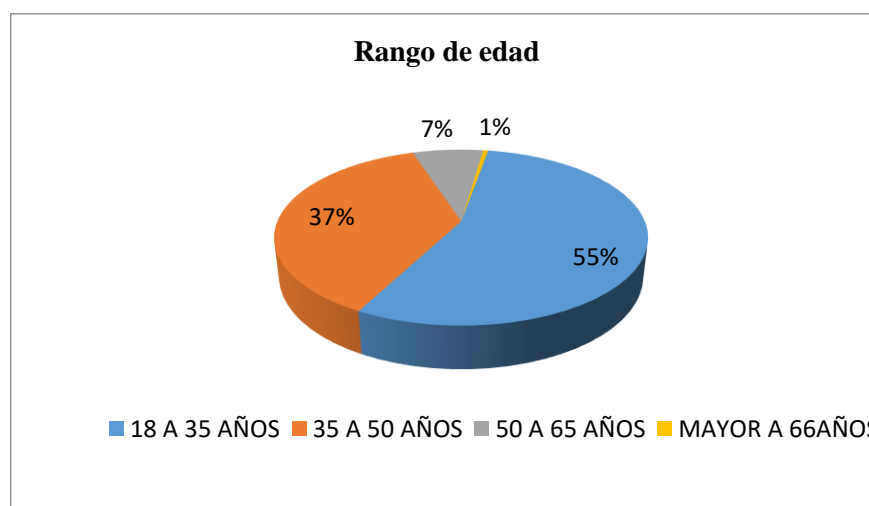
Figura 2. ¿Con que genero se identifica usted?

En la encuesta realizada en lo referente al género de los encuestados, de las 384 personas el 54% fueron mujeres y el 46% hombres, nadie se auto identificó con otro tipo de género.

Tabla 7. ¿Cuál es el rango de Edad en la que se encuentra?

Edad	Frecuencia
18 a 35 años	211
35 a 50 años	143
50 a 65 años	28
Mayor a 66 años	2

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

**Figura 3.** ¿Cuál es el rango de Edad en la que se encuentra?

De acuerdo a la encuesta realizada, el 55% cuenta con una edad entre los 18 y 35 años, el 37% manifestó que tiene una edad entre los 35 y 50 años, seguido del siete por ciento conformado por personas de entre 50 y 65 años, finalmente, el uno por ciento que corresponde a personas mayores de los 66 años.

Tabla 8. *¿Con qué etnia se identifica?*

Etnia	Frecuencia
Mestizo	353
Montubio	15
Tsáchila	4
Negro	12
Otros	0

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

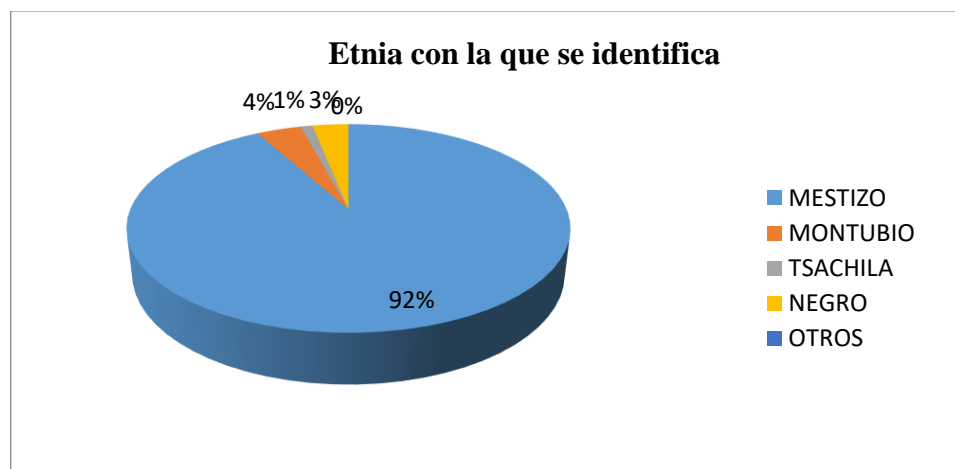


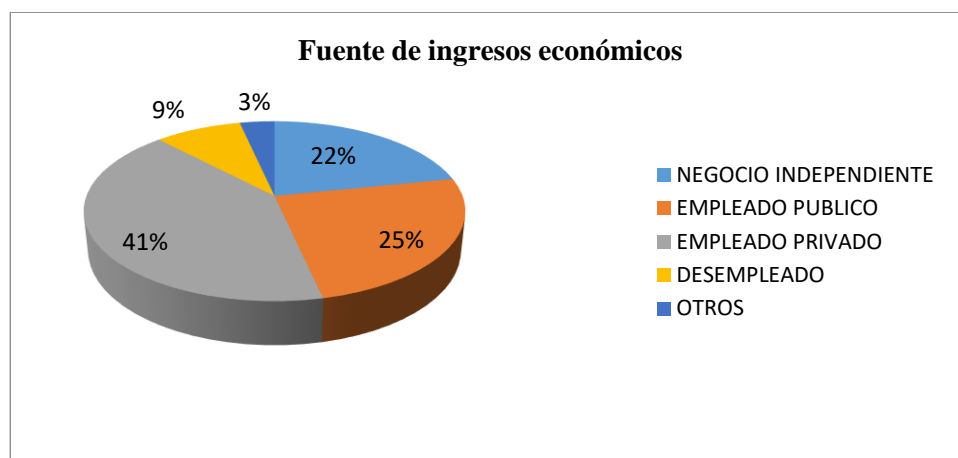
Figura 4. ¿Con qué etnia se identifica?

De acuerdo al gráfico, el 92% de los encuestados se identifican con la etnia Mestiza, el cuatro por ciento, nos manifestó que se identifican con la etnia Montubia, seguido del tres por ciento que nos comentó sentirse identificados con la etnia Negra, continuando con el uno por ciento que se identifica con la etnia Tsáchila, finalmente, nadie manifestó otra etnia con la cual se identifica.

Tabla 9. *Sus ingresos económicos los obtiene por:*

Fuente de ingresos económicos	Frecuencia
Negocio independiente	88
Empleado privado	167
Empleado público	100
Desempleado	35
Otros	14

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

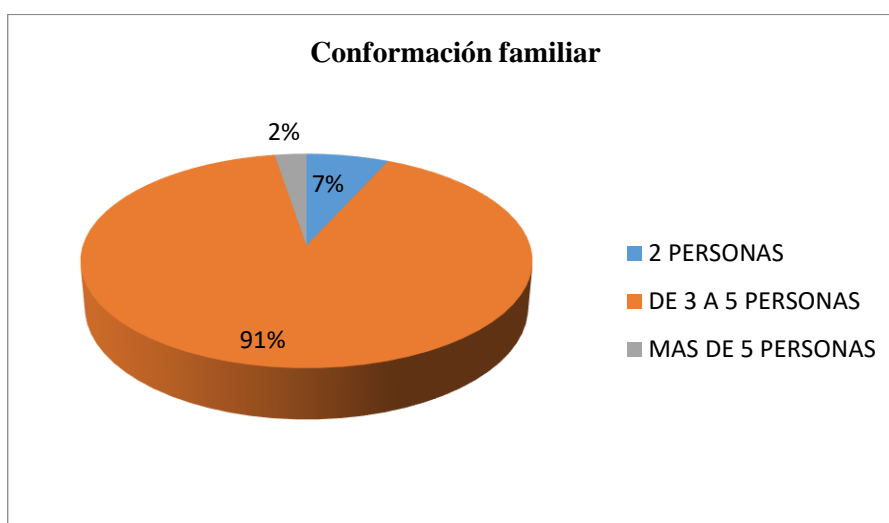
**Figura 5.** *Sus ingresos económicos los obtiene por:*

De acuerdo a lo manifestado en la encuesta, el 41% nos comentó que son empleados privados, continuando con el 25% que refieren ser empleados públicos, el 22% mencionó que obtienen ingresos de un negocio independiente, el nueve por ciento manifestaron que se encuentran desempleados, y para culminar, el tres por ciento obtiene otra fuente de ingresos distinta a las ya mencionadas.

Tabla 10. ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?

Conformación familiar	Frecuencia
2 personas	26
De 3 a 5 personas	348
Más de 5 personas	10

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

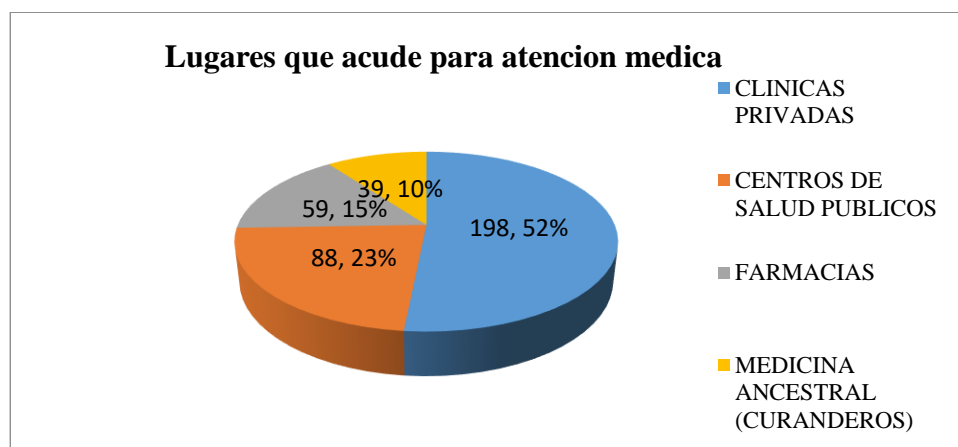
**Figura 6.** ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?

De acuerdo a lo analizado en el gráfico, el 91% de los encuestados manifestaron que su familia está conformada por tres o cinco integrantes, el siete por ciento refiere que su familia está formada por dos personas, y para culminar, el dos por ciento mencionaron que su familia está conformada por más de cinco integrantes.

Tabla 11. *Generalmente cuando presenta una necesidad de servicios de salud, ¿A dónde acude?*

Lugares a los que acude por atención medica	Frecuencia
Clínicas privadas	198
Centros de salud públicos	88
Farmacias	59
Medicina ancestral (Curanderos)	39

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

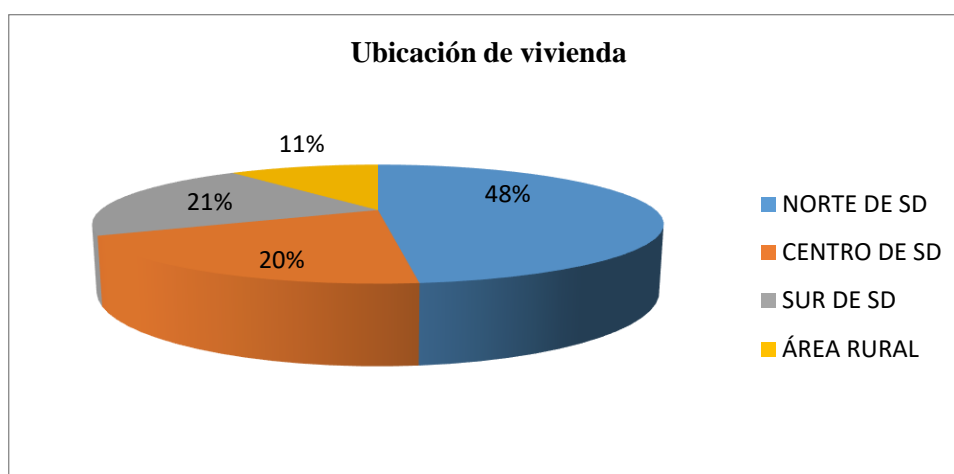
**Figura 7.** *Generalmente cuando presenta una necesidad de servicios de salud, ¿A dónde acude?*

De acuerdo a la encuesta realizada, el 52% mencionó que prefiere acudir a una clínica privada para recibir atención médica, continuando con el 23%, que manifiestan que acude a los centros de salud públicos, seguido del 15% que comentó que acuden a farmacias para recibir ayuda en cuanto a su salud, y para culminar, el 10% de los encuestados prefiere acudir a la medicina ancestral.

Tabla 12. ¿En qué sector de la ciudad de Santo Domingo se encuentra ubicado su domicilio?

Ubicación de vivienda	Frecuencia
Norte de SD	185
Centro de SD	77
Sur de SD	81
Área Rural	41

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

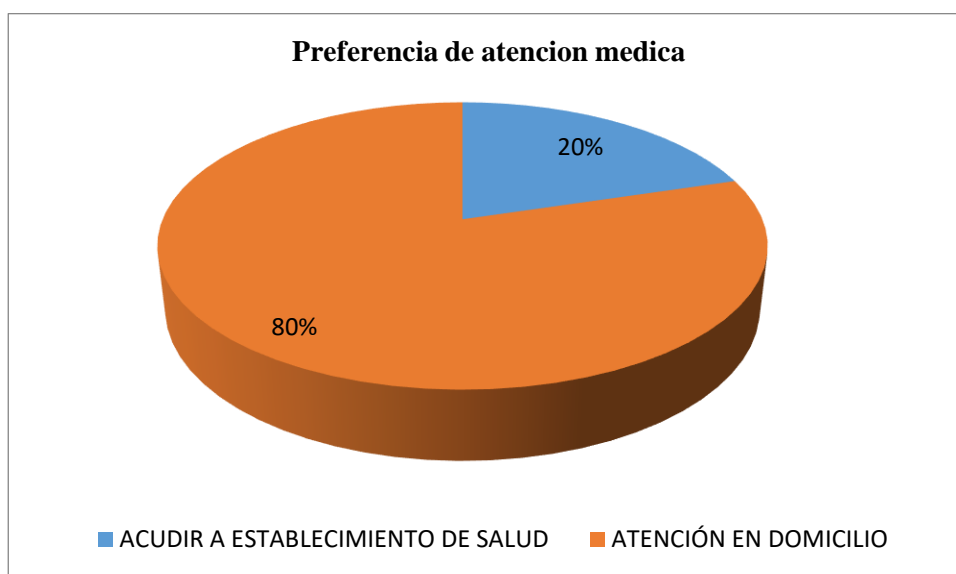
**Figura 8.** ¿En qué sector de la ciudad de Santo Domingo se encuentra ubicado su domicilio?

Como se observa en el gráfico, el 48% de los encuestados reside en el Norte de Santo Domingo, continuando con el 20% que supo manifestar que vive en el Centro de Santo Domingo, siguiendo con el 21% que reside en el Sur de Santo Domingo, finalmente, el 11% nos mencionó que vive el Área Rural.

Tabla 13. Si presentara un problema de salud usted preferiría:

Formas de atención médica	Frecuencia
Acudir a un establecimiento de salud	78
Que el profesional acuda a su domicilio	306

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

**Figura 9.** Si presentara un problema de salud usted preferiría:

De acuerdo a la encuesta realizada, un 80% manifestó que preferiría recibir atención médica en su propio domicilio, mientras que el 20% comentó que prefiere acudir a un establecimiento de salud.

Tabla 14. ¿Para usted, qué cualidades son las más importantes al contratar un servicio médico?

Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante.

Atributos	Frecuencia
Precio	91
Calidad	146
Experiencia profesional	15
Rapidez	101
Cercanía	26
Tecnología	5

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

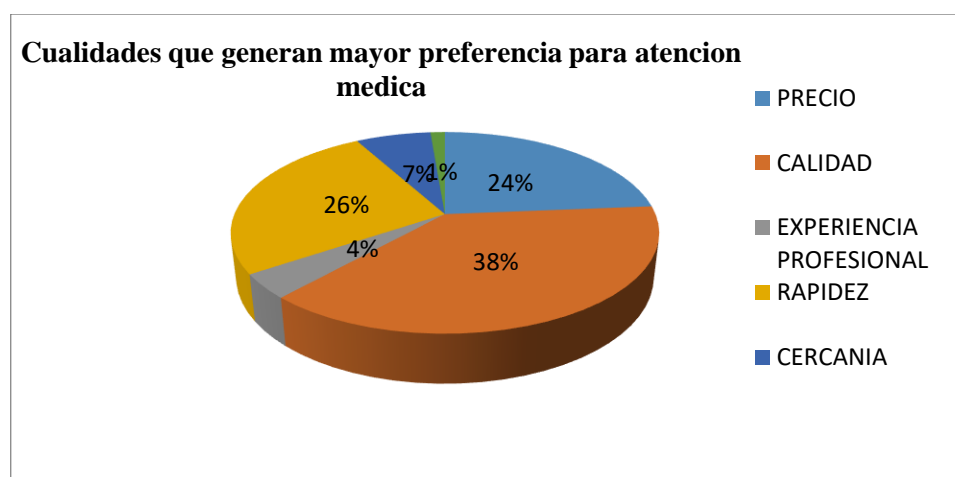


Figura 10. ¿Para usted, qué cualidades son las más importantes al contratar un servicio médico? Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante.

Como se puede observar en el gráfico, el 38% de los encuestados manifiestan que la calidad del servicio es lo que genera mayor necesidad, el 26% mencionó que prefiere un servicio con rapidez, el 24% manifiestan que prefieren un precio adecuado, el siete por ciento optó por la cercanía de este servicio médico, el cuatro por ciento que prefiere la experiencia profesional, el uno por ciento manifestó que prefiere una tecnología adecuada al momento de recibir su atención médica.

Tabla 15. *Qué profesionales de salud usted considera que se deberían integrar este servicio médico a domicilio. Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante*

Profesionales de la salud	Frecuencia
Médico General	129
Médico Especialista	107
Enfermera	80
Obstetriz	63
Otros profesionales	5

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

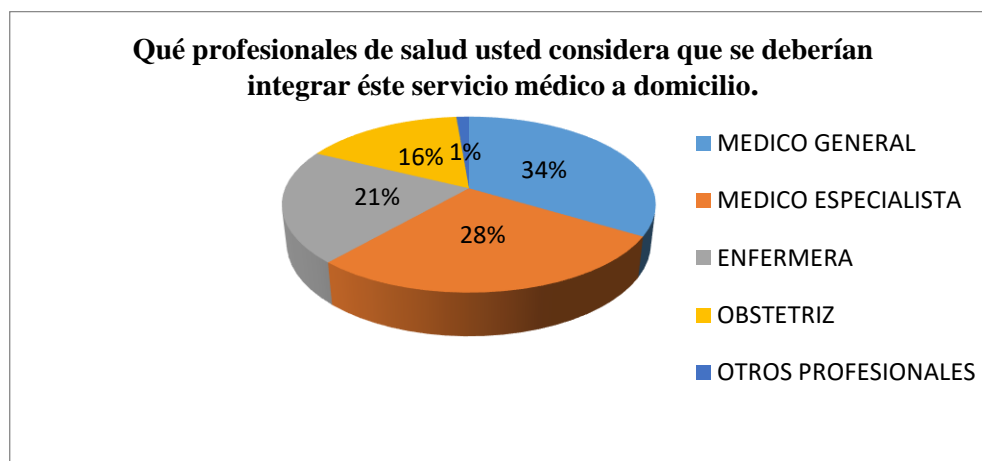


Figura 11. *Qué profesionales de salud usted considera que se deberían integrar este servicio médico a domicilio. Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

Dentro de las preferencias de las personas, y priorizando necesidades las personas encuestadas manifiestan los siguientes resultados: Médico general el 34%, como prioridad para la atención, seguido por una enfermera manifiestan el 21%, el área obstetricia refleja un 16%, médico especialista el 28% y otro profesional de salud el uno por ciento.

Tabla 16. En el caso de existir una empresa que brinde los servicios de los profesionales anteriormente descritos, ¿usted estaría interesada/o en contratarla?

Opciones	Frecuencia
Si	302
No	62
Tal vez	20

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

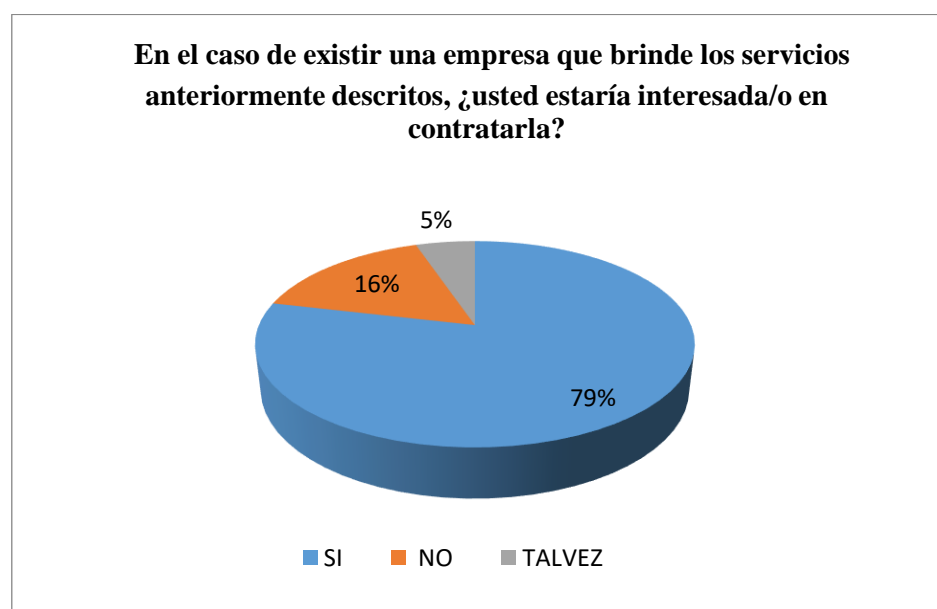


Figura 12. En el caso de existir una empresa que brinde los servicios de los profesionales anteriormente descritos, ¿usted estaría interesada/o en contratarla?

En el caso de interés de ocupar los servicios el 79% de los encuestados estaría interesado, el 16% no desearía contratar el servicio, y finalmente, un cinco por ciento se encuentra pensando en una posibilidad.

Tabla 17. Recuerda usted el precio que canceló en su última atención médica, si su respuesta es positiva ¿Dentro de que rango se encontró?

Opciones	Frecuencia
Si	302
No	82

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

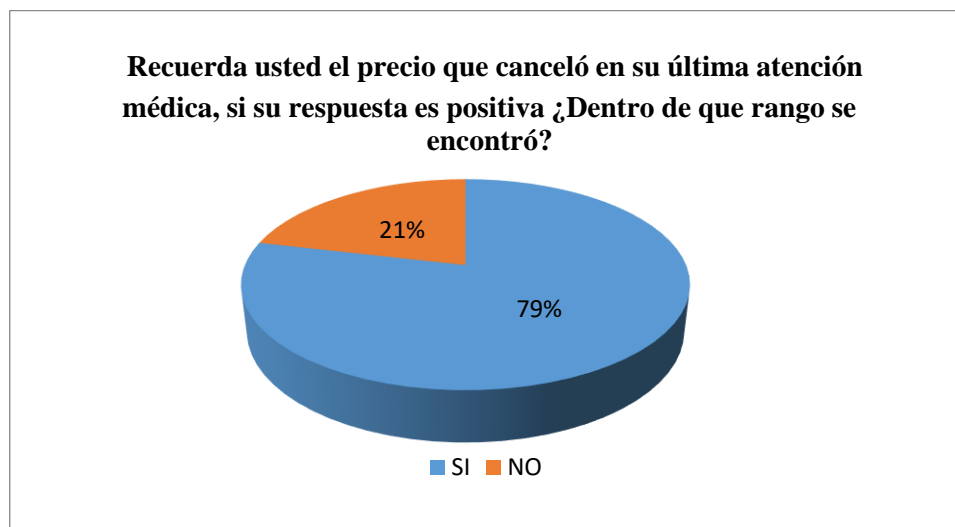


Figura 13. Recuerda usted el precio que canceló en su última atención médica, si su respuesta es positiva ¿Dentro de que rango se encontró?

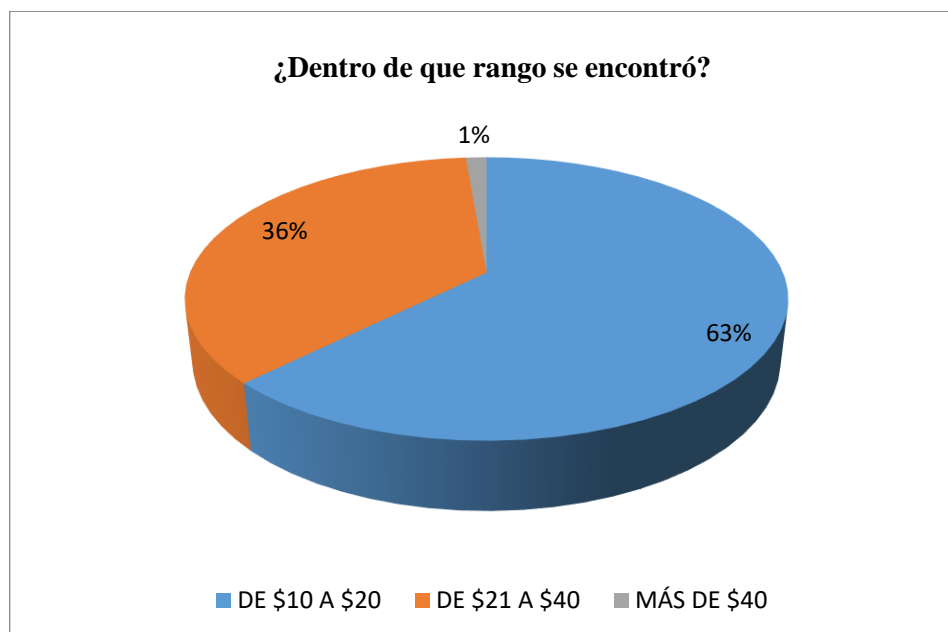
Posterior a la atención médica el 21 % no recuerda el precio de su consulta y el 79 % si recuerda el costo.

De los resultados positivos se obtiene lo siguiente:

Tabla 18. *Precio de Consultas*

Cantidades	Frecuencia
De \$10 a \$20	189
De \$21 a \$40	109
Más de \$40	4

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

**Figura 14.** *Precio de Consultas*

En base al gráfico se puede deducir que el 63% canceló por los servicios médicos de \$10 a \$20, el 36% pago de \$21 a \$40, por consulta médica y finalmente, el uno por ciento de los encuestados canceló un valor mayor de \$40.

Tabla 19. En caso de que exista una empresa que oferte servicios médicos a domicilio, ¿cuánto adicional estaría dispuesto a cancelar?

Cantidades	Frecuencia
De \$1 a \$10	276
De \$11 a \$20	108
De \$21 a \$40	0
Más de \$41	0

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

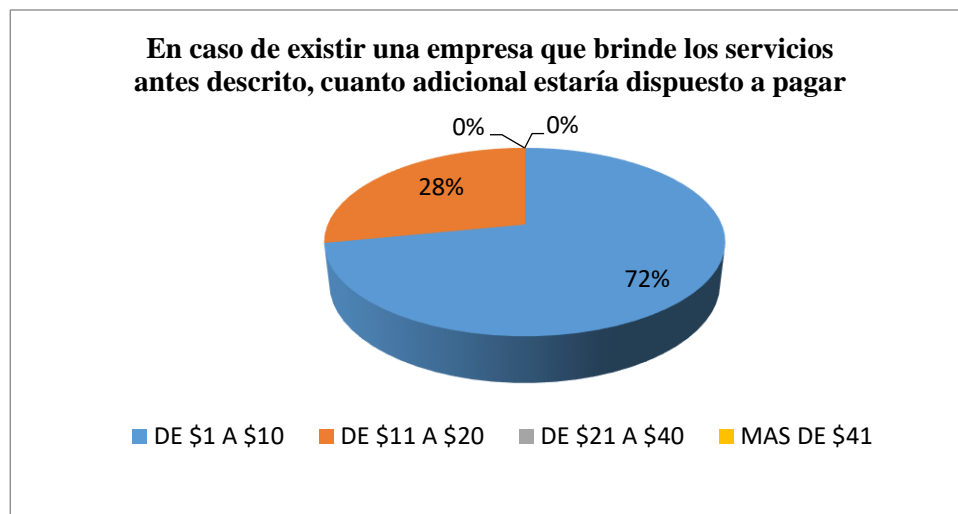


Figura 15. En caso de que exista una empresa que oferte servicios médicos a domicilio, ¿cuánto adicional estaría dispuesto a cancelar?

En cuanto al valor adicional que estaría dispuesto a pagar por un servicio a domicilio la mayoría el 72% de los encuestados responden que de \$1 a \$10, el 28% indican que de \$11 a \$20, mientras que por los valores más altos de \$21 a \$40 dólares y mayor de \$41 se han obtenido respuestas negativas.

Tabla 20. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información y promociones sobre servicios médicos a domicilio?

Medio de comunicación	Frecuencia
Redes sociales	301
Televisión	65
Radio	15
Periódico	3

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

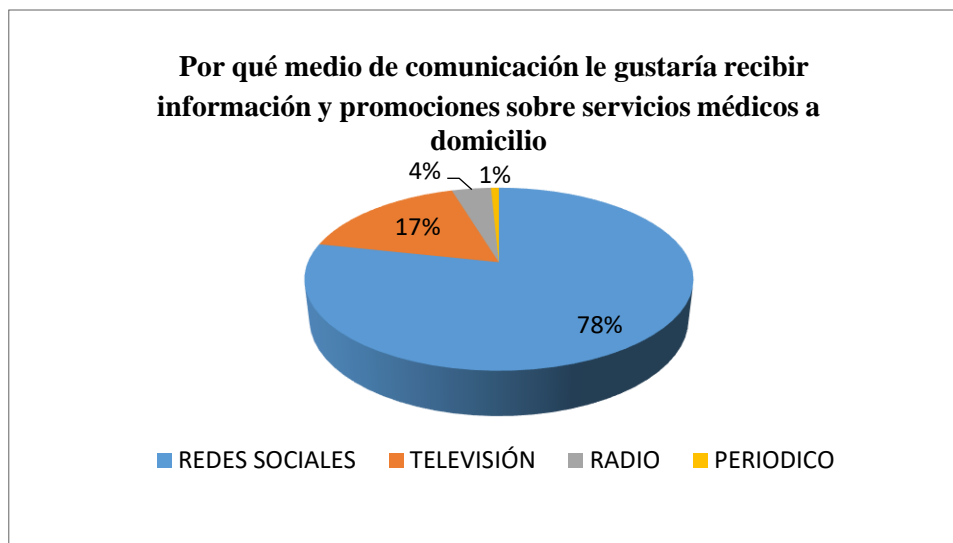


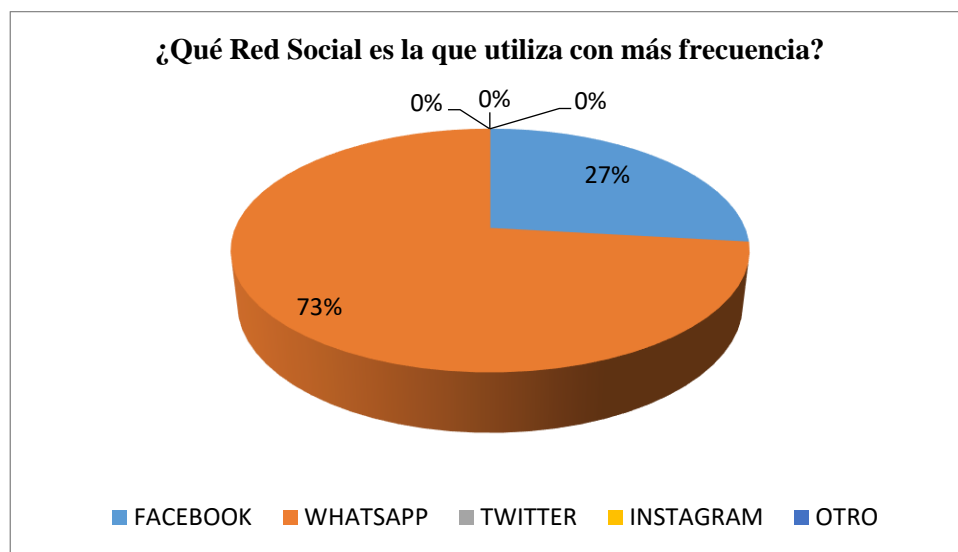
Figura 16. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información y promociones sobre servicios médicos a domicilio?

Considerando el canal de comunicación podemos decir que el más frecuente son las redes sociales con 78%, la televisión obtuvo el 17% de aceptación, mientras que la radio obtuvo el cuatro por ciento y únicamente el uno por ciento prefiere el periódico.

Tabla 21. *¿Qué Red Social es la que utiliza con más frecuencia?*

Red social	Frecuencia
Facebook	103
WhatsApp	281
Twitter	0
Instagram	0
Otro	0

Nota: La encuesta fue realizada a la población santodomingueña

**Figura 17.** *¿Qué Red Social es la que utiliza con más frecuencia?*

De las redes sociales que más se utiliza hay un predominio de WhatsApp con el 73% seguido por Facebook con 27%, Instagram y Twitter con el cero por ciento, las demás redes sociales no son utilizadas.

Con respecto a las entrevistas las respuestas muestran lo siguiente:

Primera pregunta. – de manera general los entrevistados coincidieron que la salud debe ser la prioridad de las personas por lo tanto debe estar siempre cuidada de la mejor forma, pero por lo general los individuos asisten al médico únicamente cuando se encuentran enfermos, y no porque se hacen controles seguidos que es lo más recomendable.

Segunda pregunta. – los entrevistados manifiestan que los pacientes buscan principalmente médicos de experiencia, seguido por las facilidades en horarios de atención que se ajusten a las actividades diarias del usuario, por varias razones entre ellas el trabajo, la movilidad o discapacidad entre otras.

Tercera pregunta. – En esta pregunta las respuestas de los entrevistados fueron divididas, un grupo manifestó entre la opción dos y la otra parte respondió que preferiría atención en domicilio ya que resulta más fácil y accesible.

Cuarta pregunta. –De manera general los entrevistados expresaron que prefieren que la atención sea oportuna con calidad y calidez, y a la vez poder recibir un tratamiento efectivo para alguna enfermedad desde la comodidad de su domicilio.

Quinta pregunta. - Los entrevistados coinciden que determinando un buen sistema de oferta y acomodando la situación de las familias según sus ingresos económicos, se puede llegar con el servicio sin perjudicar a la empresa.

Después de los plantear los resultados de las entrevistas se procede al análisis e interpretación de los resultados de la encuesta obteniendo lo siguiente:

1.- El perfil de nuestro posible cliente son hombres y mujeres entre 18 y 50 años, de etnia mestiza, sus ingresos económicos los obtienen de su trabajo como empleado privado y sus familias se encuentran conformadas por 3 a 5 personas; al presentar una enfermedad prefieren ser atendidos en una clínica privada, ubicados en el norte de la ciudad y que un médico particular acuda a su domicilio.

2.- De los atributos que debe disponer la atención médica domiciliaria la más importante es la calidad y la solución al problema de salud brindada por un médico general por el cual la mayoría de los encuestados estaría interesada en la prestación de este servicio.

3.- En la encuesta desarrollada podemos evidenciar que la mayoría de personas posterior a la atención médica si recuerda el valor de la misma y los que la recuerdan el principal rango esta entre 10 y 20 dólares y el posible valor que estarían dispuesto a pagar por el servicio está entre 1 y 10 dólares.

4.- El cliente prefiere luego de la encuesta realizada como medio de comunicación las redes sociales para conocer los servicios, y la red social más frecuentada es WhatsApp.

Capítulo IV

Propuesta

Plan de Negocio

En este capítulo se describe cada uno de los aspectos que van hacer parte del plan de negocio para la creación de la empresa de servicio de salud a domicilio, en este sentido se detalla cada idea planeada para la empresa, es importante exponer como se va a realizar cada uno de los puntos, empezando por la idea , la misión, la visión, los valores de la empresa, la marca, los colores, también se describe la estrategia de posicionamiento de la empresa, el plan marketing, el plan de inversión y financiamiento.

Este punto de la investigación trata de buscar y atender un problema de forma innovadora, a través de una ventaja competitiva o comparativa. Este sería el caso de una iniciativa que pretende crear un negocio nuevo.

Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

“Medic Home” proyecta ser una empresa de servicios médicos a domicilio en la ciudad de Santo Domingo, con altos estándares de calidad y presta para brindar sus servicios profesionales según la demanda de los pacientes, permitirá recibir una consulta, cuidado y tratamiento de las enfermedades en la comodidad del hogar, rodeado de seres queridos y proporcionando un ambiente confiable y de confort para sobrellevar el estado de salud.

La empresa contará con una amplia cartera de servicios, desde cuidados permanentes, administración de medicación, suturas, curaciones, hasta atención médica de control y además con especialistas según la necesidad del paciente, se cuenta además con convenios par realización de exámenes de laboratorio y con farmacias que permitirán si el paciente desea, brindar completamente el servicio de salud y evitar filas, espera e incomodidad del usuario.

Amplitud y Profundidad de Línea

Respecto a servicios que ofertará la empresa se encuentra:

Atención de medicina General

Atención de médicos especialistas

Administración de medicamentos Inyectables.

Curación y suturas de heridas

Supervisión y cuidados generales.

Nombre de la Marca

El significado del nombre de la empresa “Medic Home” busca representar la función que se realizará es decir llevar salud a la comodidad del hogar, facilitando a las personas el tratamiento y continuidad de sus patologías o cuidados.



Figura 18. Logo de la Empresa. Elaboración propia

Colores de la Marca

El color seleccionado fue el azul y verde en diferentes tonalidades, mismo que según la psicología de los colores transmite calma y confianza, vinculados a elementos como el agua y el cielo.



Figura 19. Publicidad, Colores de Marca

Misión

Somos una empresa pionera en proveer servicios de salud a domicilio satisfaciendo las necesidades de los pacientes en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con el más alto compromiso de calidad, con profesionales capacitados y alto compromiso con la humanidad.

Visión

Ser la empresa líder en la oferta de servicios de salud a domicilio en el país, generando un entorno familiar y propicio para mejorar la calidad de vida de los pacientes, mediante la prestación de un servicio oportuno, seguro y de calidad.

Valores Institucionales

Equidad: Actuar con imparcialidad y transparencia, reconociendo los derechos de las personas, por encima de su apariencia, identidad de género, edad, entre otras características.

Confidencialidad: Proceder con la verdad, honradez y total transparencia, garantizando un servicio seguro, que permita el acceso restringido a la información personal ni del afiliado ni del paciente, en sus, tratamientos, diagnósticos y procedimientos, para no vulnerar la privacidad de los implicados.

Responsabilidad: Responder con coherencia las acciones o decisiones realizadas, cumplimiento oportuno de horarios, actividades solicitadas, presentarse en un estado idóneo para realizar el trabajo solicitado, enmarcado en la línea del respeto.

Mejora continua: Constante búsqueda por el perfeccionamiento del servicio, capacitación del personal, basado en la comunicación y retroalimentación de los participantes.

Objetivos de la propuesta

Objetivo General

Dar a la comunidad una empresa de servicios de salud a domicilio mediante la atención oportuna, asequible y de calidad.

Objetivos Específicos

Posicionar la empresa como una de las referentes en servicios de salud a domicilio

Establecer para el segundo año de operación, alianzas estratégicas con laboratorios y farmacias con el fin de brindar servicios integrales

Incrementar el nivel de citas agendadas en tres por ciento anual durante los cinco primeros años de funcionamiento.

Organizaciones de las personas que forman parte de la empresa

Organigrama estructural

Es el esquema básico de una organización, permite conocer de una manera objetiva, sus partes integrantes, es decir las unidades administrativas la relación de dependencia que existe entre ellas, con una apreciación de la empresa como un todo.

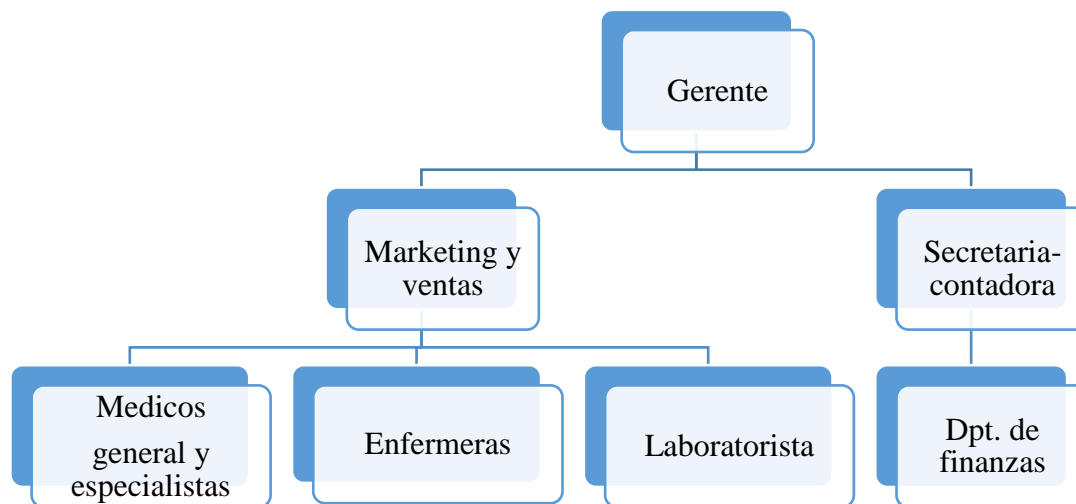


Figura 20. Organigrama estructural.

Organigrama funcional

Es una modalidad estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales en primera instancia y seguidamente las funciones básicas de la unidad administrativa.

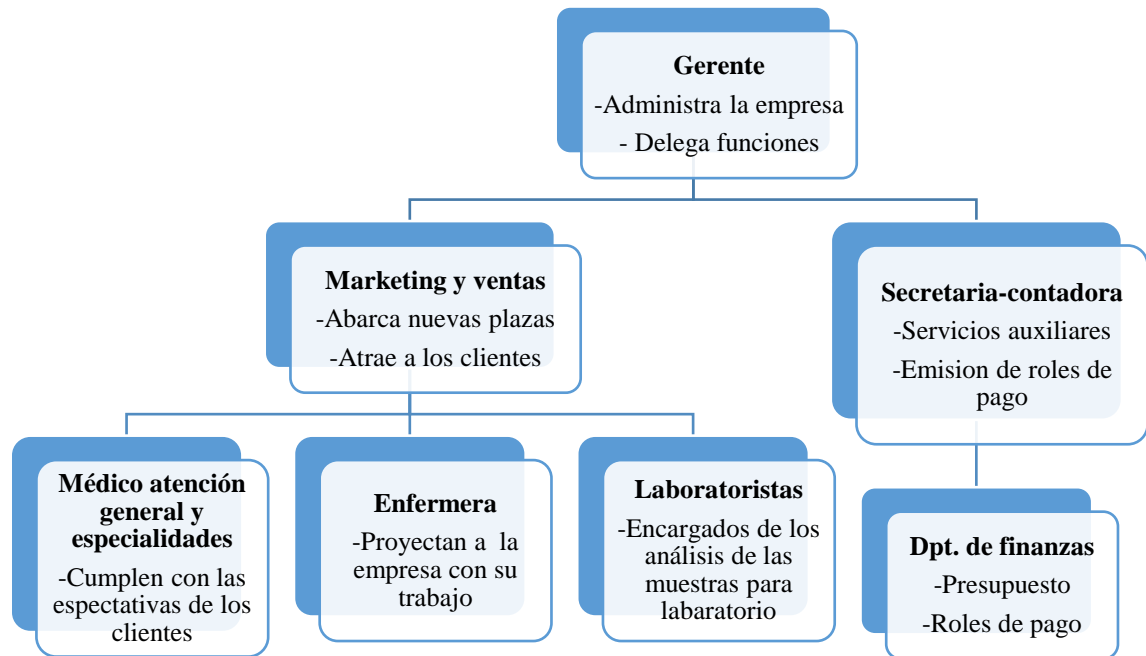


Figura 21. Organigrama Funcional

Plan de marketing

El plan de mercadeo es un documento escrito que detalla las acciones específicas de marketing dirigidas a objetivos específicos dentro del marco de trabajo de un determinado ambiente de mercado. Por medio del plan de mercadeo, se pretende que la empresa cuente con un plan escrito y estructurado, que contemple tanto la parte de análisis (plan estratégico) como la acción (plan operativo), con la finalidad de realizar una propuesta de un plan de marketing integral que le permita a la empresa mejorar su posicionamiento actual, lealtad de marca y diferenciación de la competencia (Robledo,2013).

Plan de mercadotecnia

Segmento del mercado

Para ser preciosos con la segmentación a utilizar es necesario considerar aspectos esenciales para la aplicación. (Bonta & Faber, 2002) “A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas” (p.58) Por otra parte, la empresa combina las características de los clientes para segmentar en pequeños y grandes grupos las necesidades únicas que tienen en relación al servicio que se espera brindar.

Segmentación Geográfica

Para la ejecución del presente proyecto serán variables de segmentación los siguientes aspectos expuestos en el cuadro:

Tabla 22. *Variables de Segmentación*

Variables		Segmentación
PAIS	Ecuador	16 221 610 mil habitantes
REGION	Sierra	7 847 136 mil habitantes.
PROVINCIA	Santo Domingo	410 9 mil habitantes

Nota: La fuente fue tomada del Instituto Nacional de Estadística y Censos (2010)

Competencias directa e indirecta

El análisis competitivo se lo ha realizado considerando los precios de los principales competidores del mercado en este caso las casas de asistencias médicas públicas y privadas que cuenta la provincia de Santo Domingo y considerando la opinión de los ciudadanos encuestados.

La presente propuesta no cuenta con competidores directos que ofrezcan servicios de acompañamiento médico a domicilio en la provincia de Santo Domingo, no obstante, se ha identificado competidores indirectos, como, por ejemplo: clínicas privadas, hospitales y centros de salud públicos, seguros de médico privados, farmacias, entre otras empresas que ofrecen servicios médicos.

Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Tabla 23. *Marketshare*

Mercado	Mercado Real	Mercado Potencial
Clientes	Al ser una propuesta nueva aún no cuenta con un mercado real que consuma el servicio.	
Consumidores	Al ser una propuesta nueva aún no cuenta con un mercado real que consuma el servicio.	Pacientes en etapa de tratamiento o recuperación de alguna patología, personas que deseen cuidados

		asistenciales en la comodidad de su hogar.
Clientes	Al ser una propuesta nueva	Empresas de productos y
Publicitario	aún no cuenta con un mercado real que consuma el servicio	servicios médicos, que realicen publicidad mediante medios digitales, en la ciudad de Santo Domingo

De tal manera se expone la mezcla de marketing conocida como la cuatro P, siendo la planificación de los elementos que intervienen en la comercialización.

Producto o servicio

En el caso de la empresa que se está preparando para su creación se considera como un servicio, porque la intencionalidad con la que se crea la empresa es para llegar a los domicilios de aquellos pacientes que por un sinnúmero de razones no puede llegar al centro de atención medica sean estos públicos o privados.

El producto es el punto de partida de la mezcla de mercadotecnia, debido a que sería imposible determinar el precio, los canales de distribución y los mecanismos de promoción sin antes tener previamente definido el producto o el servicio. Por tal razón la población tendrá la disponibilidad de crear paquetes que vayan acorde al presupuesto que cuentan, planteándolo de la siguiente manera:

Tabla 24. Servicios de Salud a Domicilio

Servicios de salud a domicilio		
Servicio	Descripción	Pacientes
Paquete 1	Atención General	Médico
		Mujeres
		Hombres
Paquete 2	Atención Especialista	Médico
		Mujeres
		Hombres
Paquete 3	Colocación de Inyección	Médico
		Mujeres
		Hombres
Paquete 4	Colocación de Sueros	Médico
		Mujeres
		Hombres
Paquete 5	Curación de Heridas	Médico
		Mujeres
		Hombres
Paquete 6	Suturas y Retiro de Puntos	Médico
		Mujeres
		Hombres
		Niños

Paquete 7	Control de Signos Vitales y Glicemia	Mujeres
		Hombres
		Niños
Paquete 8	Cuidados de Enfermería	Mujeres
		Hombres
		Niños

Precio

Para definir el precio apropiado por cada servicio que brinda la empresa se estableció una tabla, el valor puede estar afectado por algunas variables psicológicas que determinan cual va a ser el precio que está dispuesto a pagar el consumidor (Rivera, 2013)

A continuación, una proyección de los precios según los paquetes de atención médica:

Tabla 25. Precios

Precios							
Precio del servicio			Años/Precios				
Servicio	Descripción	Edades	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete 1	Atención Medico General	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	25,00	26,25	27,56	28,94	30,39
		Niños					

Paquete 2	Atención	Mujeres					
	Médico	Hombres	\$	\$	\$	\$	\$
		Niños	35,00	36,75	38,59	40,52	42,54
	Especialista						
Paquete 3	Colocación de Inyección	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08
		Niños					
Paquete 4	Colocación de Sueros	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
		Niños					
Paquete 5	Curación de Heridas	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
		Niños					
Paquete 6	Suturas y Retiro de Puntos	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23
		Niños					
Paquete 7	Control de Signos Vitales y Glicemia	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	10,00	10,50	11,03	11,58	12,16
		Niños					
Paquete 8	Cuidados de Enfermería	Mujeres	\$	\$	\$	\$	\$
		Hombres	20,00	21,00	22,05	23,15	24,31
		Niños					
			\$	\$	\$	\$	\$
			130,00	136,50	143,33	150,49	158,02

Promoción

Para la promoción se ha considerado utilizar los medios de comunicación digitales y convencionales, con la finalidad de llegar a toda la población de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Por eso, reconociendo al primero como marketing digital entre ellos las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp entre otros y al segundo como marketing convencional o tradicional como la radio, la televisión local, periódicos, volantes.

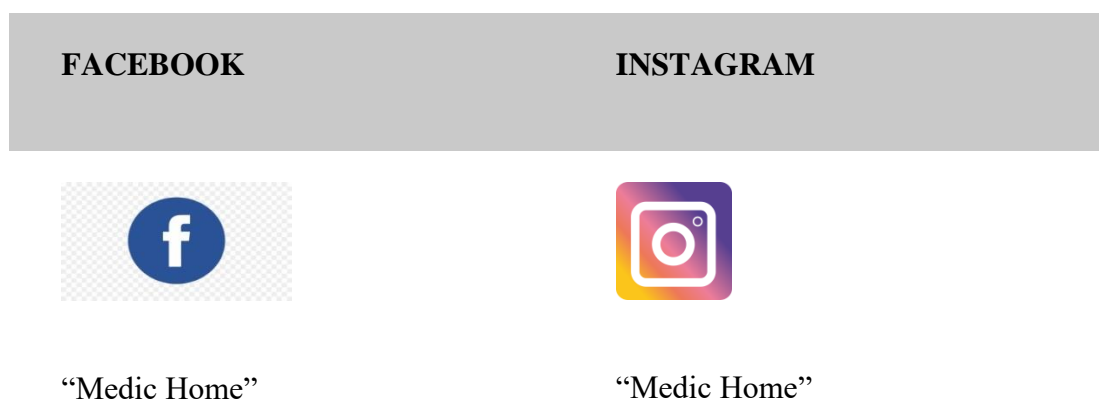


Figura 22. Promoción de la Empresa de Servicio de Salud a Domicilio. Fuente: imágenes obtenidas desde el buscador virtual Google.

Plaza

La ubicación de la plaza se la obtendrá por medio de recomendaciones además de la información, el servicio médico estará al alcance de los consumidores de la mejor manera posible y en lugar apropiado.

Posicionamiento

El posicionamiento de la empresa estará dado según los beneficios que otorgan al mercado al que la empresa sirve. Para posicionamiento de usuarios estará dado como un servicio de calidad, brindado con profesionales que cuentan con experiencia, no solamente en el área profesional sino también capacitado en servicio al cliente de manera que el paciente sea tratado con cordialidad y respeto, generando efectos positivos en su recuperación, además de contar con horarios flexibles que se adapten a las necesidades del paciente y sin necesidad de movilizarse de su hogar.



Figura 23. Posicionamiento.

Las oficinas de la empresa “Medic Home” están ubicadas en la vía Chone km 3 ½, en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, pero la prestación del servicio será en el domicilio.

Estudio técnico de la producción de bienes y servicios.

Inversión fija

La inversión fija considera el análisis que tiene una vida útil, mayor a un año, que a continuación se detalla, las cantidades y costos unitarios, además se considera un imprevisto del 2% por variaciones dentro del estudio.

Tabla 26. *Inversión fija, maquinaria y equipo*

Maquinaria y Equipo			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
Esterilizador	1	500	500
Equipo de Sutura	8	50	400
Equipo de Retiro de Puntos	8	50	400
Porta Suero	8	60	480
Equipo de Toma de Signos Vitales	15	200	3000
Nevera	1	600	600
Mesa Mayo	3	100	300
SUBTOTAL			5680
IMPREVISTOS 2%			113,6
TOTAL			5 793,6

Inversión fija, muebles y enseres

Tabla 27. *Inversión fija, muebles y enseres*

Muebles y enseres				
DETALLES	unidad	Cantidad	Valor U	Total
Sillas de espera	-	1	300	300
Subtotal				300
imprevistos 2%				6
Total				306

Inversión fija, equipos de oficina

Tabla 28. *Equipos de Oficina*

Equipos de Oficina				
DETALLES	unidad	Cantidad	Valor U	Total
Impresora		2	150	300
Sillas Gerenciales	-	2	120	240
Escritorios	-	3	200	600
Anaqueles	-	2	120	240
Teléfono	-	1	100	100
Subtotal				1480
imprevisto 2%				29,6
Total				1 509,60

Inversión fija, equipos de cómputo

Tabla 29. Equipo de Computo

Equipo de computo				
DETALLES	unidad	Cantidad	Valor U	Total
Computadoras HP	-	3	800	2400
Subtotal				2400
imprevistos 2%				48
Total				2 448

Inversión fija, otros activos

Tabla 30. Otros activos

Otros Activos				
Detalle	unidad	Cantidad	Val U	Total
Extintor de Seguridad DE CO2 de				
5 libras		1	30	30
			30	
Botiquín Profesional		1	0	300
Subtotal				330
Imprevistos 2%				6,6
Total				336,6

Inversión fija total

Tabla 31. *Inversión Fija*

Inversión fija	
Activos fijos tangibles	
Detalle	Valores
Maquinarias y Equipo	5793,60
Muebles y Enseres	306,00
Equipos de oficina	1509,60
Equipo de Computo	2448,00
OTROS ACTIVOS	336,60
TOTAL	\$ 10.393,80

Inversión diferida

Para este tipo de inversión se considera a los servicios que no están sujetos a desgastes físicos, tales como gastos imprevistos, gastos de ingeniería y gastos pres operativos, indispensables para la ejecución del proyecto, se detallan a continuación:

Inversión diferida, gastos imprevistos, gastos de ingeniería.

Tabla 32. Gastos imprevistos

GASTOS IMPREVISTOS		
Detalle	Unidad	Costo Total
Imprevistos 2% del capital de trabajo	\$	3232,29
Detalle	Unidad	Costo Total
Total, de Proyecto	\$	500,00
Evaluación del Proyecto 3,61%	\$	18,05
TOTAL	\$	518,05

Inversión diferida, gastos pre operativos

Tabla 33. Gastos Pre Operativos

GASTOS PREOPERATIVOS			
DETALLE	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Permisos del Cuerpo de Bomberos	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Patente Municipal	1	\$ 200,00	\$200,00
Constitución	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Escritura	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Permisos		\$ 90,00	\$ 90,00
TOTAL	-	487,00	487,00

Inversión diferida totalTabla 34. *Inversión diferida*

Inversión Diferida			
Activos Fijos Intangibles			
Detalles	unidad	Cantidad U	Valor
			Total
Gastos imprevistos	1	3232,29	3232,294
Gastos de ingeniería	1	518,05	518,05
Gastos pre operativos	1	487,00	487
Subtotal			4237,344
Improvisto 2%			84,74688
Total			\$ 4 322,09

Aspectos legales

Representante legal. - El representante legal es Andrea Elizabeth Castillo Castillo con CI 2300277775.

Dirección. - Las oficinas de la empresa están ubicadas en la vía Chone km 3 ½, en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Actividad principal del negocio. - La actividad de la empresa consiste en brindar un servicio de salud en domicilio.

Constitución jurídica

“Medic Home” brinda servicio de salud en domicilio, considerada como una Sociedad Anónima, de esta manera se facilita el financiamiento para empezar a brindar el servicio a la colectividad. Además, dentro de su proceso de trabajo podrá ir creando acciones lo cual generará ingresos económicos que permitirá de una mejor manera su desarrollo e implementación de recursos que se vayan requiriendo con el pasar del tiempo.

Por lo tanto, es importante tener en cuenta los valores accesibles para que el rubro de la inversión sea el más considerable y garantizado por cada uno de los integrantes del presente proyecto.

Fecha de la Constitución: La Empresa de servicios de salud en domicilio “Medic Home.”, se constituirá una vez que se socialice el proyecto y se conforme el capital social.

Actividad principal a la que se dedicara la empresa

La Empresa se dedicará a la prestación de servicios de salud a domicilio como son: atención en medicina general, atención médico especialista, colocación de inyecciones, colocación de sueros, curación de heridas, saturas y retiro de puntos, control de signos vitales de glicemia y cuidados de enfermería.

Descripción de las características de localización del negocio

A continuación, se detalla el estudio técnico realizado para tener una mejor comprensión del desarrollo de la empresa de servicios de salud a domicilio, en este estudio se encuentra la localización de manera macro y micro, utilizando programas actualizados como son GPS o MAPS además de mapas de políticos del país y de la provincia.

Localización

Macro localización

Las condiciones geográficas permiten que la macro localización este dentro de la ciudad, puesto que se garantiza el lanzamiento de las ofertas y promociones, así como otros aspectos, logrando impactar en el mercado como una marca reconocida. Por otro la movilidad del personal labora desde la logística hasta lo administrativo va contar con la facilidad del acceso rápido, llegando desde el norte hasta el sur de la provincia sin mayores complicaciones ya que se cuenta con transporte terrestre para el traslado de los insumos necesarios para la atención requerida por el paciente.



Figura 24. Localización Fuente: IGM (Instituto Geográfico Militar)

Micro localización

La ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, lugar donde se proyecta la empresa de servicios de salud a domicilia elementos que favorecen como son: el sistema vial, el sistema de alcantarillado, el sistema de agua potable, el sistema telefónico e internet, el sistema Energía Eléctrica.

Bosquejo del área de trabajo

A continuación, se detalla la distribución que tendrá la principal oficina de la empresa de servicios de salud señalando que el servicio es a domicilio y que se garantiza de manera eficiente y con profesionalismo la atención a cada uno de los clientes, los insumos y las de más herramientas para las visitas domiciliarias estarán en un espacio que tienen la siguiente descripción:

Área administrativa: 4m²,

Área de conserva de insumos médicos 1m²,

Bodega de almacenamiento de materiales de atención médica (tanque de oxígeno, camilla entre otros) 15m².

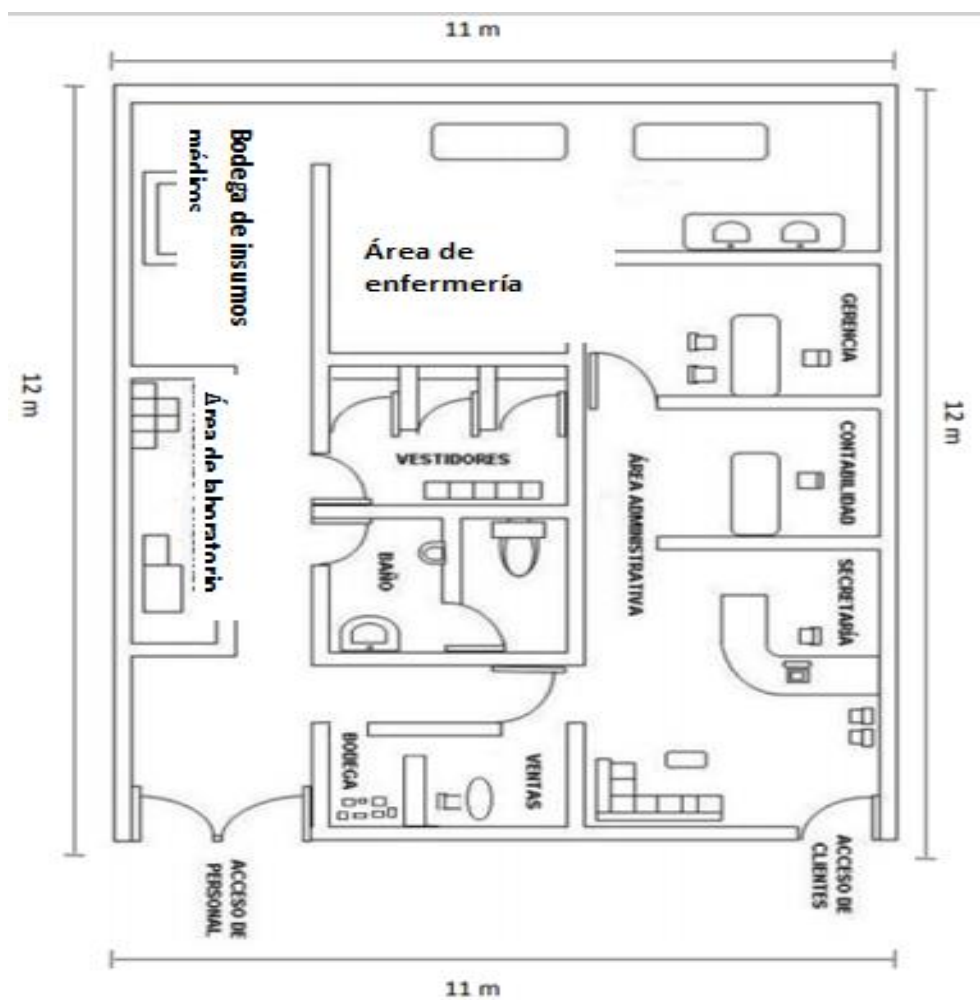


Figura 25. Bosquejo del área de trabajo

Diagrama de procesos

En el siguiente flujo grama se especifica cada uno de los pasos a seguir para lograr un buen desarrollo del servicio de salud a domicilio

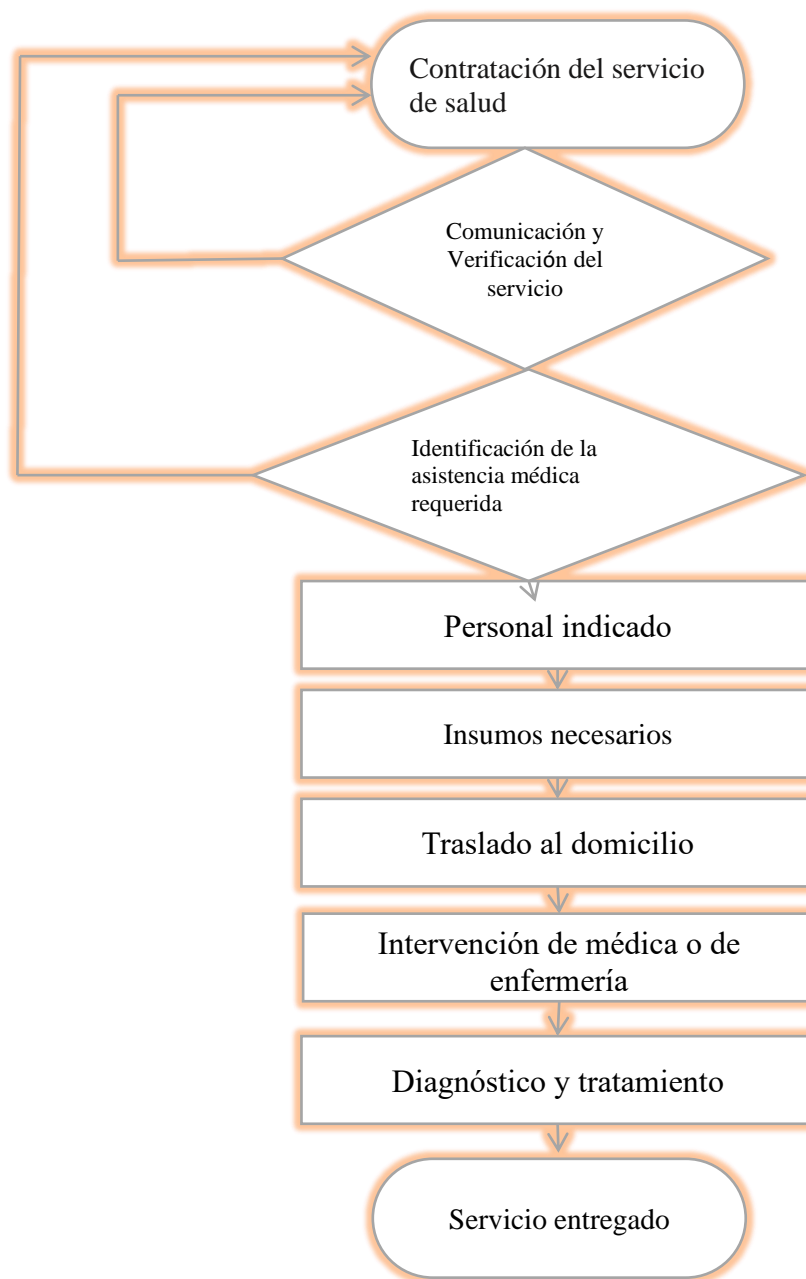


Figura 26.Flujograma.

Matriz FODA

El Análisis FODA. Desde la situación interna que se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.

Tabla 35. Matriz FODA

<p>Matriz FODA</p>	<p>Fortaleza Personal médico capacitado y con experiencia. Modelo de negocio nuevo en el mercado. Acceso fácil y rápido</p>	<p>Debilidades. Posibilidad de que afiliados y clientes no sean fieles a la empresa. Ser una marca nueva en el mercado. Reacción no inmediata a solución de problemas.</p>
<p>Oportunidades No existe competencia en el mercado Disponibilidad de profesionales Demanda existente de pacientes</p>	<p>F+O Realizar una campaña informativa para clientes del alcance potencial del uso de medios digitales para ofertar sus servicios. Realizar paquetes promocionales en servicios ofertados</p>	<p>D+O Aplicar en un programa de incentivos de Financiamiento. Establecer un programa de incentivos para los pacientes de la empresa, en relación a su adherencia a los servicios</p>
<p>Amenazas Posibilidad de ingreso de nuevos competidores. Posibles cambios en la legislación laboral del país. Variedad de servicios sustitutos.</p>	<p>F+A Entregar al paciente un servicio diferenciado en la comodidad de su hogar. Implementar una campaña de fidelización, mediante el uso de puntos acumulados por servicios recibidos.</p>	<p>D+A Establecer alianzas estratégicas y acuerdos con farmacias y laboratorios clínicos. Realizar una campaña informativa para usuarios, de los beneficios de recibir atención médica en casa.</p>

Capítulo V

Plan financiero

El plan financiero para la creación de una empresa de servicio de salud a domicilio, se redacta considerando las alternativas de financiamiento más rentables para la empresa, realizando el correspondiente análisis de las diferentes casas financieras de la provincia de Santo Domingo de los Tsachila, esta acción se procedió a realizar una vez concretados los gastos de inversión y los otros insumos que se necesitan para llevar cabo el negocio, sin embargo el capital inicial es el apoyo para el balance de los gastos. Por lo tanto, el plan financiero busca cumplir con los objetivos económicos de una persona (natural o jurídica), plantea además las estrategias que le permite alcanzar un determinado monto de ahorro y ganancias.

A continuación, se detallan los procedimientos empleados para el logro del manejo financiero de este plan de negocio.

Capital del trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para una empresa o institución financiera realizar sus operaciones con normalidad. Es decir, los activos para que una compañía, sea capaz de hacer sus funciones y actividades a corto plazo.

En este rubro se detalla la cantidad necesaria para que la empresa realice sus operaciones financieras con normalidad, es por eso que al ser una empresa que brinda servicios no cuenta con materia prima directa, sin embargo, se considera los insumos y los costos varios; en lo referente a la mano de obra directa se considera a dos

auxiliares de enfermería que prestarán sus servicios de manera continua, en relación a los gastos administrativos se considera al Gerente General, al secretario contador externo de medio tiempo y al jefe del departamento de ventas, mientras que la mano de obra indirecta se considera al médico general, médicos especialistas, licenciados en enfermería y licenciados en laboratorio clínico. Ver detalles en Apéndice 2,3, 4

Capital del trabajo

Tabla 36. Costo y Financiamiento del Proyecto

Costo y Financiamiento del Proyecto			
costos del proyecto			
Inversión Fija	\$	10 393,80	6%
Inversión Diferida	\$	4 322,09	2%
Capital de Trabajo	\$	161 614,70	92%
Total, del costo del proyecto	\$	176 330,59	100%
Financiamiento			
Préstamo a largo plazo		141 330,59	80,15%
Capital		35 000,00	19,85%
Total, Financiamiento		176 330,59	100,00%

En el cuadro se puede observar que la inversión fija representa el 6% del costo del proyecto y la inversión diferida el 2%, sin embargo, el rubro más alto es el del capital

de trabajo con un 92%, considerando como costo total del proyecto un valor de \$176 330,59. Con este valor la empresa se financiará con un préstamo a largo plazo y capital.

Capital disponible

Tabla 37. *Capital Disponible*

CAPITAL DISPONIBLE	
TIPO DE APORTE	SOCIO
	SOCIO 1
Capital realizado a corto plazo	\$ 5 000,00
Capital realizado a mediano y largo plazo	\$ 10 000,00
Aportes de bienes de capital e intangibles	\$ 20 000,00
TOTAL	\$ 35 000,00

El capital de la empresa se encuentra conformado por capital a corto plazo, a mediano y corto plazo, y a aporte de bienes de capital intangibles.

Depreciaciones y amortizaciones

A continuación, se detalla la depreciación de los activos fijos de acuerdo a la naturaleza de los bienes, duración de la vida útil y la técnica contable, adicional se considera el 2,5% por valor de seguro a los bienes. En los que respecta a la amortización se detalla el respectivo cálculo en cuanto a activos intangibles, que con el paso del tiempo dejar de ser útiles para el servicio médico u hospitalario.

Depreciaciones y amortizaciones

Tabla 38. *Depreciaciones y Amortizaciones*

Depreciaciones y amortizaciones		
Detalles	Valor fijo	Porcentaje
Maquinarias y Equipo	5793,60	10%
Muebles y Enseres	306,00	10%
Equipos de oficina	1509,60	10%
Equipo de Computo	2448,00	33%
Gasto Ingeniería	518,05	10%
Gasto Preoperativos	487,00	10%

Amortización – préstamo a largo plazo

Para el financiamiento, se realizará un crédito en la casa financiera BanEcuador, que cuenta con un tipo de crédito para emprendimientos con una tasa de interés de 9,5% a 5 años, con 60 cuotas de pago ver detalle en Apéndice número siete, a continuación, se expone el resumen:

Tabla 39. *Amortización y Datos Financieros*

DATOS FINANCIEROS	
Préstamo	\$141 330,59
Tiempo	5
Interés	9.5%
Periodo de pago	60
Pago	\$2 968,21

Presupuesto de ventas

Tabla 40. Presupuesto de Ventas

INGRESOS			Años/Precios				
Servicio	DESCRIPCIÓN	EDADES	2019	2020	2021	2022	2023
PAQUETE 1	Atención Médico General	Mujeres					
		Hombres	\$ 90 000,00	\$ 99 225,00	\$109 395,56	\$120 608,61	\$ 132 970,99
		Niños					
PAQUETE 2	Atención Médico Especialista	Mujeres					
		Hombres	\$ 63 000,00	\$ 69 457,50	\$ 76 576,89	\$ 84 426,03	\$ 93 079,69
		Niños					
PAQUETE 3	Colocación de Inyección	Mujeres					
		Hombres	\$ 18 000,00	\$ 19 845,00	\$ 21 879,11	\$ 24 121,72	\$ 26 594,20
		Niños					

PAQUETE 4	Colocación de Sueros	Mujeres					
		Hombres	\$ 36 000,00	\$ 39 690,00	\$ 43 758,23	\$ 48 243,44	\$ 53 188,40
		Niños					
PAQUETE 5	Curación de Heridas	Mujeres					
		Hombres	\$ 36 000,00	\$ 39 690,00	\$ 43 758,23	\$ 48 243,44	\$ 53 188,40
		Niños					
PAQUETE 6	Suturas y Retiro de Puntos	Mujeres					
		Hombres	\$ 54 000,00	\$ 59 535,00	\$ 65 637,34	\$ 72 365,16	\$ 79 782,59
		Niños					
PAQUETE 7	Control de Signos Vitales y Glicemia	Mujeres					
		Hombres	\$ 36 000,00	\$ 39 690,00	\$ 43 758,23	\$ 48 243,44	\$ 53 188,40
		Niños					
PAQUETE 8	Cuidados de Enfermería	Mujeres	\$ 72 000,00	\$ 79 380,00	\$ 87 516,45	\$ 96 486,89	\$ 106 376,79
		Hombres					

Niños

TOTAL	\$ 405 000,00	\$446 512,50	\$492 280,03	\$542 738,73	\$ 598 369,45
--------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Una vez definido el precio de venta en un valor estimado de 405 000,00 dólares americanos por un numero considerado de 100 pacientes que se va a atender por semana, logrando un ingreso anual gracias a las referencias de los clientes y los diferentes medios de publicidad utilizados.

Presupuestos de costos del servicio

Tabla 41. Presupuesto de Costos del Servicio

PRESUPUESTO DE COSTOS DEL SERVICIO					
Detalle	Año				
	2020	2021	2022	2023	2024
CIF Variables	\$ 34 803,80	\$ 36 543,99	\$ 38 371,19	\$ 40 289,75	\$ 42 304,24
Mano de Obra Directa	\$ 14 803,80	15543,99	16321,19	17137,25	17994,11
Insumos	\$ 8 000,00	8400,00	8820,00	9261,00	9724,05
Costos Varios	\$ 12 000,00	12600,00	13230,00	13891,50	14586,08
CIF Fijos	\$105 600,00	\$ 110 970,00	\$ 116 482,50	\$ 122 270,63	\$ 128 348,16
Energía y Agua	600,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Mano de Obra Indirecta	\$ 105 000,00	110250,00	115762,50	121550,63	127628,16
Total, CIF	\$ 140 403,80	\$ 147 513,99	\$ 154 853,69	\$ 162 560,37	\$ 170 652,39

Para el costo directo de fabricación variable se ha considerado la mano de obra directa, los insumos y los costos varios, y para los costos indirectos fijos se ha tomado en cuenta la energía, el agua y la mano de obra indirecta.

Presupuesto de costo de ventas

Tabla 42. *Presupuesto de Costo de Venta*

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTA					
Detalle	Año				
	2020	2021	2022	2023	2024
Presupuesto de MOD	\$ 14 803,80	15543,99	16321,19	17137,25	17994,11
Presupuesto de Insumos	\$ 8 000,00	8400,00	8820,00	9261,00	9724,05
Presupuesto CV	\$ 12 000,00	12600,00	13230,00	13891,50	14586,08
Presupuesto de CIF	\$ 105 600,00	\$ 8 091,00	\$ 8 459,55	\$ 8 846,53	\$ 9 252,85
Total, costo de ventas	\$ 140.403,80	\$ 44.634,99	\$ 46.830,74	\$ 49.136,28	\$ 51.557,09

Para el presupuesto de costo de venta se ha considerado el presupuesto de la mano de obra directa, los insumos, los costos variables y los costos fijos.

Presupuesto de gastos financieros

Tabla 43. *Gastos Financieros*

GASTOS FINANCIEROS					
Detalle	Años				
	2020	2021	2022	2023	2024
Interés	\$ 12 434,17	10133,18	7603,83	4823,44	1767,11
Total,					
Amortización	\$ 12 434,17	\$ 10 133,18	\$ 7 603,83	\$ 4 823,44	\$ 1 767,11

Se ha presupuestado los intereses anuales que se cancelaran por el préstamo a largo plazo por cada año.

Análisis de estados financieros

A continuación, se presentará el estado de resultados, como el balance general, flujo de caja, la recuperación de capital y la razón costos beneficio, considerando una proyección a cinco años, los cuales permitirán al final del estudio determinar la viabilidad del proyecto.

Estados de resultados o estado de pérdidas y ganancias

Tabla 44. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 405 000,00	\$ 446.512,50	\$ 492.280,03	\$ 542.738,73	\$ 598.369,45
Atención Médico General	\$ 90.000,00	\$ 99.225,00	\$ 109.395,56	\$ 120.608,61	\$ 132.970,99
Atención Médico Especialista	\$ 63.000,00	\$ 69.457,50	\$ 76.576,89	\$ 84.426,03	\$ 93.079,69
Colocación de Inyección	\$ 18.000,00	\$ 19.845,00	\$ 21.879,11	\$ 24.121,72	\$ 26.594,20

Colocación de Sueros	\$ 36.000,00	\$ 39.690,00	\$ 43.758,23	\$ 48.243,44	\$ 53.188,40
-------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Curación de Heridas	\$ 36.000,00	\$ 39.690,00	\$ 43.758,23	\$ 48.243,44	\$ 53.188,40
---------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Suturas y Retiro de Puntos	\$ 54.000,00	\$ 59.535,00	\$ 65.637,34	\$ 72.365,16	\$ 79.782,59
-------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Control de Signos Vitales y Glicemia	\$ 36.000,00	\$ 39.690,00	\$ 43.758,23	\$ 48.243,44	\$ 53.188,40
---	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Cuidados de Enfermería	\$ 72.000,00	\$ 79.380,00	\$ 87.516,45	\$ 96.486,89	\$ 106.376,79
---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

COSTO DE PRODUCCION	\$140.977,03	\$148.025,88	\$155.427,17	\$163.198,53	\$171.358,46
COSTO DE INSUMOS	\$8.000,00	\$8.400,00	\$8.820,00	\$9.261,00	\$9.724,05
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	\$14.803,80	\$15.543,99	\$16.321,19	\$17.137,25	\$17.994,11
COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA	\$105.000,00	\$110.250,00	\$115.762,50	\$121.550,63	\$127.628,16
COSTOS VARIOS	\$12.000,00	\$12.600,00	\$13.230,00	\$13.891,50	\$14.586,08
ENERGIA ELECTRICA Y AGUA	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00

DEPRECIACION DE MAQUINARIAS	\$521,42	\$521,42	\$521,42	\$521,42	\$521,42
AMORTIZACION DE GASTOS DE INGENIERIA	\$51,81	\$51,81	\$51,81	\$51,81	\$51,81
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$264.022,97	\$298.486,62	\$336.852,86	\$379.540,20	\$427.010,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$25.456,46	\$26.517,01	\$27.630,58	\$28.799,83	\$30.027,54
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	\$21.210,90	\$22.271,45	\$23.385,02	\$24.554,27	\$25.781,98

DEPRECIACION					
DE MUEBLES Y	\$27,54	\$27,54	\$27,54	\$27,54	\$27,54
ENSERES					
DEPRECIACION					
DE EQUIPO DE	\$135,86	\$135,86	\$135,86	\$135,86	\$135,86
OFICINA					
DEPRECIACION					
DE EQUIPO	\$546,72	\$546,72	\$546,72	\$546,72	\$546,72
DECOMPUTO					
AMORTIZACION					
DE GASTOS PRE	\$48,70	\$48,70	\$48,70	\$48,70	\$48,70
OPERATIVOS					
PROVISION PARA					
IMPREVISTOS	\$3.232,29	\$3.232,29	\$3.232,29	\$3.232,29	\$3.232,29

SEGUROS	\$254,45	\$254,45	\$254,45	\$254,45	\$254,45
GASTOS FINANCIEROS	\$12.434,17	\$10.133,18	\$7.603,83	\$4.823,44	\$1.767,11
INTERESES O GASTOS FINANCIEROS	\$12.434,17	\$10.133,18	\$7.603,83	\$4.823,44	\$1.767,11
TOTAL, DE GASTOS	\$37.890,63	\$36.650,19	\$35.234,41	\$33.623,28	\$31.794,66
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL	\$226.132,34	\$261.836,43	\$301.618,45	\$345.916,93	\$395.216,34

15 % DE					
PARTICIPACION	\$33.919,85	\$39.275,46	\$45.242,77	\$51.887,54	\$59.282,45
LABORAL					
UTILIDAD					
ANTES DE					
IMPUESTOS A LA	\$192.212,49	\$222.560,96	\$256.375,68	\$294.029,39	\$335.933,89
RENTA					
25% DE					
IMPUESTOS A LA	\$48.053,12	\$55.640,24	\$64.093,92	\$73.507,35	\$83.983,47
RENTA					
UTILIDAD NETA	\$144.159,37	\$166.920,72	\$192.281,76	\$220.522,04	\$251.950,41

Balance general

Tabla 45. Balance general

BALANCE GENERAL	
ACTIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$143.416,10
CAJA-BANCOS	\$143.416,10
ACTIVOS FIJOS	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	\$ 8.825,65
Maquinarias y Equipo	5793,60
Dep. Maquinaria y Equipo	-521,42
Muebles y Enseres	306,00
Dep. Muebles y Enseres	-27,54
Equipos de oficina	1509,60
Dep. Equipo de Oficina	-135,86
Equipo de Computo	2448,00
Dep. Equipo de Computo	-546,72
ACTIVOS DIFERIDO	904,55

Gasto Ingeniería	518,05	
Amort. Gasto Ingeniería	-51,81	
Gasto Pre operativos	487,00	
Amort. Gasto Pre operativos	-48,70	
<i>TOTAL, ACTIVOS</i>		\$153.146,30
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTES		
Préstamo a Largo Plazo	\$118.146,29	
<i>TOTAL, PASIVOS</i>		\$118.146,29
PATRIMONIO		
CAPITAL	\$ 35.000,00	
<i>TOTAL, PATRIMONIO</i>		\$ 35.000,00
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO		\$153.146,29

Flujo de caja

Tabla 46. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESO		\$ 405.000,00	\$446.512,50	\$492.280,03	\$542.738,73	\$598.369,45
COSTOS						
VARIABLES		\$ 34.803,80	36543,99	38371,19	40289,75	42304,24
COSTOS FIJOS		\$ 105.600,00	8091,00	8459,55	8846,53	9252,85
Gastos administrativos		\$ 21.210,90	22271,45	23385,02	24554,27	25781,98
Depreciación		\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55

Amortizaciones intangibles	\$ 100,51	\$ 100,51	\$ 100,51	\$ 100,51	\$ 100,51
Valor de desecho					
Valor libro					
Resultado antes del impuesto	\$ 242.053,25	\$ 378.274,01	\$ 420.732,22	\$ 467.716,14	\$ 519.698,33
Interés	\$ 12.434,17	\$ 10.133,18	\$ 7.603,83	\$ 4.823,44	\$ 1.767,11
Resultados después de interés	\$ 229.619,08	\$ 368.140,83	\$ 413.128,39	\$ 462.892,69	\$ 517.931,22
Impuesto 14%	\$ 32.146,67	\$ 51.539,72	\$ 57.837,97	\$ 64.804,98	\$ 72.510,37
Resultados después del impuesto	\$ 197.472,41	\$ 316.601,11	\$ 355.290,42	\$ 398.087,72	\$ 445.420,85
Amortización deuda	\$ 35.618,47	\$ 35.618,47	\$ 35.618,47	\$ 35.618,47	\$ 35.618,47

Resultado						
después de la amortización	\$ 161.853,94	\$ 280.982,65	\$ 319.671,95	\$ 362.469,25	\$ 409.802,38	
Resultado operacional neto	\$ 163.186,00	\$ 282.314,70	\$ 321.004,00	\$ 363.801,30	\$ 411.134,43	
Inversión inicial	-\$ 141.330,59					
Valor de desecho						
Flujo de caja	-\$ 141.330,59	\$ 163.186,00	\$ 282.314,70	\$ 321.004,00	\$ 363.801,30	\$ 411.134,43
Tasa pertinente de descuento (12%)						
factor de valor actual a la tasa kp	1,000	0,893	0,797	0,712	0,636	0,567

Valor actual de						
los flujos de caja						
operativos						
Flujos de caja						
acumulado	-\$ 141.330,59	\$ 145.701,78	\$ 225.059,55	\$ 228.484,31	\$ 231.202,30	\$ 233.288,72
Suma de flujo de						
caja actualizado						
(VAN)						
TIR						

En el cuadro antes anexado se puede observar que se obtiene un VAN (valor actualizado neto) positivo por \$ 922.406,08 y un TIR (Tasa interna de retorno) de 153%, con estos antecedentes es aceptable la realización del proyecto antes mencionado.

Recuperación del capital

Tabla 47. *Recuperación del Capital*

Recuperación del capital		
Año	Flujo actualizado	Flujo acumulado
0	-\$ 141.330,59	-\$ 141.330,59
1	\$ 145.701,78	\$ 4.371,19
2	\$ 225.059,55	\$ 229.430,74
3	\$ 228.484,31	\$ 457.915,05
4	\$ 231.202,30	\$ 689.117,36
5	\$ 233.288,72	\$ 922.406,08

El proyecto en lo que respecta a la recuperación de capital será en un lapso de 1 año y 11 días, según lo indica cuadro antes señalado.

Razón costo beneficio

Tabla 48. Razón Costo Beneficio

RAZON COSTO BENEFICIO						
Ingresos netos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$405.000,00	\$446.512,50	\$492.280,03	\$542.738,73	\$ 98.369,45
Valor de desecho						
Total	\$ 0,00	\$405.000,00	\$446.512,50	\$492.280,03	\$542.738,73	\$598.369,45
Costos netos						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos variables		\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$13.230,00	\$13.891,50	\$14.586,08
Costos fijos		\$105.600,00	\$ 8.091,00	\$8.459,55	\$8.846,53	\$ 9.252,85

Depreciaciones	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55	\$ 1.231,55
Valor en libros					
Inversión en					
activos fijos	-\$141.330,59				
Total	-\$ 141.330,59	\$ 118.831,55	\$ 21.922,55	\$ 22.921,10	\$ 23.969,58
					\$ 25.070,48

El resultado de la razón de costo demuestra que el beneficio es mayor, al por lo que se acepta el proyecto.

Resumen

Tabla 49. Resumen

VAN: valor actual neto	\$ 922.406,08
Beneficio/Costo	62,54
Periodo real de recuperación (PRR)	1 AÑOS
TIR (%): Tasa interna de retorno	153%

Decisión financiera de inversión

En este punto, se analiza todos los resultados realizados en plan de negocio, ya que, a través de la investigación de los datos, se puede tener un nivel de confianza alto, porque fueron analizados y en mercado en base a la realidad, determinando los beneficios y los costos de este emprendimiento, tomando encuesta diferentes aspectos contables y administrativos.

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Flujo 1 = \$ 163.186,00

Flujo 2 = \$ 282.314,70

Flujo 3 = \$ 321.004,00

Flujo 4 = \$ 363.801,30

Flujo 5 = \$ 411.134,43

Costo Inicial = -\$ 141.330,59

Interés = 9.5%

VAN = \$ 922.406,08

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Esta tasa determina el porcentaje de rentabilidad del negocio de acuerdo a los años proyectados, cuyo resultado será analizado para determinar si el negocio es rentable o no.

Cálculo de la TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

TIR = 153%

Al tener los flujos de cada periodo, y obteniendo un resultado positivo del VAN, la tasa de interna de retorno será positiva.

Periodo de Recuperación de la Inversión

El Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Es el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto.

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

= Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

= Inversión Inicial

= Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

= Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Conclusiones

En conclusión, se espera que el cliente externo se sienta satisfecho con la calidad y eficacia que se prestan los servicios de salud, logrando una adecuada imagen del centro médico, básicamente por la excelencia del personal, que es altamente calificado brindando una asistencia médica oportuna. Siendo la característica principal de la empresa de salud la atención domiciliaria en los tiempos establecidos, para tranquilidad del paciente y sus familiares.

Los objetivos de posicionamiento de la empresa es una oportunidad de garantizar la salud de los ciudadanos desde la comodidad y seguridad de su domicilio, desarrollando estrategias de sostenibilidad financiera y económica tanto para los clientes como para el negocio. Lo que hace tener un impacto social positivo, siendo reconocida como una institución que brinda óptimos servicios según los requerimientos de los pacientes, obteniendo más clientes debido a las recomendaciones de clientes satisfechos.

La empresa de servicios de salud a domicilio, se proyecta en lo posterior a crear alianzas con otras instituciones afines a la salud, como: farmacias, laboratorios clínicos, ecográficos, entre otros, esperando con ello el descongestionamiento de pacientes a nivel hospitalario, dando como resultado un beneficio social para sus habitantes.

Los resultados del flujo de caja proyectado para el centro médico y los métodos de TIR y del VAN, establecen que es factible, desde el punto de vista económico la implementación del centro médico a domicilio en el mercado de la Provincia de Santo Domingo, esto muestra que habrá un incremento en las citas agendadas mayor al tres por ciento anual durante los cinco primeros años de funcionamiento.

Recomendaciones

Por lo tanto, se recomienda:

Considerar que la atención médica en sí ha sido un servicio disperso en la Provincia de Santo Domingo, lo cual dificulta el acceso de los pacientes a las consultas ya sea, por espacios a recorrer o tiempo disponible.

Para el diseño administrativo del proyecto es necesario crear una red integrada por profesionales médicos, enfermeras y auxiliares de enfermería. Se considerará como ubicación estratégica para el centro de especialidades médicas al cantón Santo Domingo.

La implementación del diseño técnico administrativo y del diseño técnico médico de nuestro estudio debe estar en óptimo funcionamiento del centro de atención médica en la provincia.

Que la disponibilidad de médicos especialistas en la provincia de Santo Domingo ya no sea intermitente, debido, que pocos han podido consolidar una clientela de asistencia regular, otros en cambio tienen dificultades de oportunidad, por su presencia a tiempo parcial en la provincia.

Referencias Bibliográficas

- ABC Color. (2006). La tercera P: La plaza o distribución. Obtenido de ABC Color: <http://www.abc.com.py/articulos/la-tercera-p-la-plaza-o-distribucion-936762.html>
- Álvarez, F. (2015). Calidad y auditoria en salud, tercera edición. Bogotá: Eco edición
- Álvarez, F., & Faizal, E. (2013). Gerencia de hospitales e instituciones de salud. Bogotá: Ecoe.
- Audirac, C. (2015). Desarrollo organizacional y consultoría. México. Editorial Trillas
- Ayala, S. (2013). Tipos de Segmentación de Mercados. Obtenido de Todo Marketing: <http://www.todomktblog.com/2013/04/tipos-de-segmentacion-de-mercados.html>
- Barrientos, J. (2010). Plan de negocios para emprendedores. España: Editorial planeta
- Canales, F. (2013). Metodología de la investigación manual para el desarrollo de personal de salud. México. Editorial Limusa.
- Cardozo, J. (2012). Plan de negocios: definiciones y objetivos. Obtenido de <http://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plan-de-negocios-definiciones-y-objetivos>
- Caro Ramos, R. (2012). Modelo de Atención Integral de Salud y Percepción en Directivos MINSAs. España: Editorial académica española.
- Ceballos-Acevedo T, Velásquez-Restrepo PA, Jaén-Posada JS. Duración de la estancia hospitalaria. Metodologías para su intervención. Rev. Gerenc. Polít. Salud. 2014; 13(27): 274-295. <http://dx.doi.org/10.11144/jah327-011>

org/10.11144/Javeriana.rgyyps13-27.dehm

Chiavenato, I. (2014). Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones, segunda edición. México: Mc Graw Hill

Constitución de la Republica del Ecuador (2008) TITULO VI REGIMEN DE DESARROLLO - Sección quinta Intercambios económicos y comercio justo- Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449. Ultima modificación: 13-jul-2011 Estado: Vigente.

Constitución de la Republica del Ecuador (2008) TITULO VII REGIMEN DEL BUEN VIVIR Capítulo primero Inclusión y equidad - Sección segunda Salud- Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449. Ultima modificación: 13-jul-2011 Estado: Vigente.

Díaz, N. García, Y. Hernández, M. (2013). Finanzas Corporativas en la práctica. Madrid. Publicaciones Delta.

Ferrer Pérez, L. (2010). Desarrollo Organizacional, estrategia de desarrollo organizacional. México, Editorial Trillas

Galán Gómez, R. (25 de septiembre de 2011). Enfermería Administrativa. Obtenido de enfermera: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/51530/1/Gestion-Administracion-Servicios-Enfermeria-Tema1.pdf>

Galán Zazo, J. (2012). Diseño organizativo, segunda edición. Madrid, España, Ediciones Parainfo

García Sanz, M. P., & Martínez Clares, P. (2012). Guía Práctica para la realización de Trabajos Fin de Grado y Trabajos de Fin de Máster. España: edit.um

Gareth Jones, R. (2013). Teoría organizacional, diseño y cambio en las organizaciones, séptima edición. México, Pearson.

Grupo Katedra. (2015). Paredro. Obtenido de Paredro:
<https://www.paredro.com/los-10-colores-que-mas-venden-y-atraen-en-publicidad/>

Hernández, J. Gallarzo, M. Espinoza, J. (2014) Desarrollo organizacional enfoque latinoamericano. México, Editorial Pearson

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Quinta Edición, México,

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Capítulo 1. Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. Metodología de la investigación, sexta edición, McGraw Hill Education, México.

Hernández, Z. Tapia, T. (2010) Guía práctica Productiva, Programa Cooperación Integral, México, Editorial Gedisa

<https://grupoemi.com/ecuador/conocenos/80/que-es-emi/81>

https://www.saludsa.com/medico_a_domicilio

<https://www.sismedin.com/servicios-a-empresas>

<https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Huerta, I. (2016). El estudio de mercado en las empresas. Obtenido de Villanett: <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>

INEC, (8 de diciembre del 2010) Obtenido de INEC https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/santo_domingo.pdf

Investigación científica (2017) Definición del Marco Conceptual. <http://tesis->

investigacion-cientifica.blogspot.com/2017/06/definicion-del-marco-conceptual.html

Kotler & Armstrong. (2008), Fundamentos de Marketing, octava edición, México, Pearson ediciones página 46

Martin, J. (2019) Los Principios de Fayol y las Funciones básica de la empresa. Disponible en: <https://www.cerem.ec/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>.

Mayan, M. (2001) Una introducción a los métodos cualitativos: Módulos de entrenamiento para estudiantes y profesionales. México

Mejía Trejo, J. (2014) Innovación de Servicios y Gestión del Diseño Organizacional, México, Editorial Académica española

OMS (15 de noviembre de 2011) Obtenido de OMS <https://www.who.int/bulletin/volumes/88/9/09-069369-ab/es/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2013). Definición de negocio. Disponible en: <https://definicion.de/negocio/>

Pérez, J. y Merino M. (2016). Definición de servicios de salud. Disponible en <https://definicion.de/servicios-de-salud/>

Pérez, R., Galán A., y Quintanal, J. (2011). Métodos y Diseños de Investigación en Educación. Editorial UNED. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/260892411_Metodos_Y_Disenos_de_Investigacion_en_Educacion

Plan Nacional del Buen Vivir (Semplades, 2013; Asamblea Constituyente, 2008), Ecuador.

Raffino, M. (2020) Concepto de Servicio. Argentina. Disponible en: <https://concepto.de/servicio/#ixzz6alkOdJGi>

- Real Academia de la Lengua Española. RAE (2019). Concepto de Organización. Edición del tricentenario. Disponible en: <https://dle.rae.es/organizaci%C3%B3n>.
- Reidl, L. (2012), Metodología de Investigación en Educación Médica. Marco Conceptual. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rivera, J. Arellano, R. & Molera, V. (2013) Conducta del Consumidor – Estrategias y políticas aplicadas al Marketing. Madrid-España.
- Robbins, S. Judge, T (2014) Comportamiento organizacional, decimoquinta edición, México, Pearson ediciones
- Robledo, E. (2013). Desarrollo Organizacional, enfoque convergente. México. Editorial Trillas
- Romero, H. Oscar, Hidalgo S. Augusto & Correa, G. Henry. (2018). Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio. Editorial UTMACH. Machala -Ecuador.
- Sanz, M. (2018). Diferencias entre Marketing Online y Offline. Obtenido de Pymmerang: <http://www.pymmerang.com/marketing-y-redes/marketing/tecnicas-de-marketing/promocion-y-comunicacion/282-diferencias-entre-marketing-online-y-offline>
- Silva, H. (2009) Salud pública, Cultura organizacional para sistemas organizacionales de salud, España, Planeta ediciones.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Suarez Cuba, Miguel Ángel. (2012). Atención integral en domicilio. Revista Médica La Paz, 18(2), 52-58. Recuperado en 13 de diciembre de 2019, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-

89582012000200010&lng=es&tlng=es.

Suarez, M. (2012) Atención Integral a Domicilio. Revista médica La paz. vol. 18, n. 2. Disponible en: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582012000200010

superintendencia de compañías, valores y seguros. (2014) Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249. Disponible en: C:\Users\susanajb\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary Internet Files\Low\Content.IE5_ImageVisualizer\imageSearchRes.aspx?tpx=RS&spx=1&nmx=249&fcx=20-05-2014&pgx=1.

Tamayo, M. (2014). El Proceso de la investigación científica. México. Editorial Limusa

Triadón, X. Chueca, P. Chacón, N. (2013). Administración de la empresa teoría y práctica. Madrid. Ediciones Mc Graw Hill.

Valarino, E., Yáber, G., & Cemborain, M. S. (2016). Metodología de la Investigación. México: Trillas.

Valencia, A. (2009) Administración de los Servicios de enfermería, España, Valencia Editorial

Vásquez, A. (2003) Definiciones de Organización empresarial. Chicago. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-organizacion-empresarial/>

Vélez, L. (2015) Pensamiento Económico II. Lección 9. Schumpeter y la teoría del desarrollo económico. Disponible en: <http://luisguillermovelezalvarez.blogspot.com/2015/04/schumpeter-y-la-teoria-del-desarrollo.html>

Yacuzzi, E. (2012) Conceptos fundamentales del desarrollo de proveedores, Serie Documentos de Trabajo, No. 486, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA), Buenos Aires

Zapata, L. Manrique, L. Carrillo, F. (2014) Aprendizaje organizacional, segunda edición, México. Editorial Mc Graw Hil

Glosario

A

Afección: Enfermedad que se padece en una determinada parte del organismo.

Antibióticos: Sustancia química que producen ciertos hongos y que destruye microorganismos, especialmente las bacterias.

B

Baciloscopia: es una prueba que se utiliza en medicina para detectar la presencia de bacilos en una muestra determinada.

Bienestar: Estado de la persona cuyas condiciones físicas y mentales le proporcionan un sentimiento de satisfacción y tranquilidad.

C

Competencia: Disputa entre personas, animales o cosas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo.

E

Empresa: Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Empresario: Propietario o directivo de una empresa.

Enfermedad crónica: En medicina, se llama enfermedad crónica a las afecciones de larga duración y por lo general, de progresión lenta.

G

Gerencia: Persona o conjunto de personas que se encargan de dirigir, gestionar o administrar una sociedad, empresa u otra entidad.

Glucosa: Azúcar que se encuentra en la miel, la fruta y la sangre de los animales.

I

Intraemprendedor: un profesional que lleva a cabo una línea de negocio o algún tipo de innovación desde dentro de la empresa, ya sea un proyecto, una idea, etc.

M

Maximizar: Desarrollar hasta el máximo una cosa material o inmaterial.

Medico: Persona que tiene la autorización académica y legal para ejercer la medicina.

Mercadotecnia: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Mitigando: Hacer un dolor o una molestia más soportable

Modalidad: Modo o forma de ser o de manifestarse una cosa.

Morbilidad: La morbilidad es un estado enfermo, de discapacidad, o mala salud debido a cualquier causa.

Mortalidad: Cantidad de personas que mueren en un lugar y en un período de tiempo determinados en relación con el total de la población.

P

Presupuesto: Cálculo anticipado del coste de una obra o un servicio.

S

Silvicultura: Conjunto de actividades relacionadas con el cultivo, el cuidado y la explotación de los bosques y los montes.

Sostenibilidad: Cualidad de sostenible, especialmente las características del desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones.

Sustento: Alimento o elementos básicos que se necesitan para vivir.

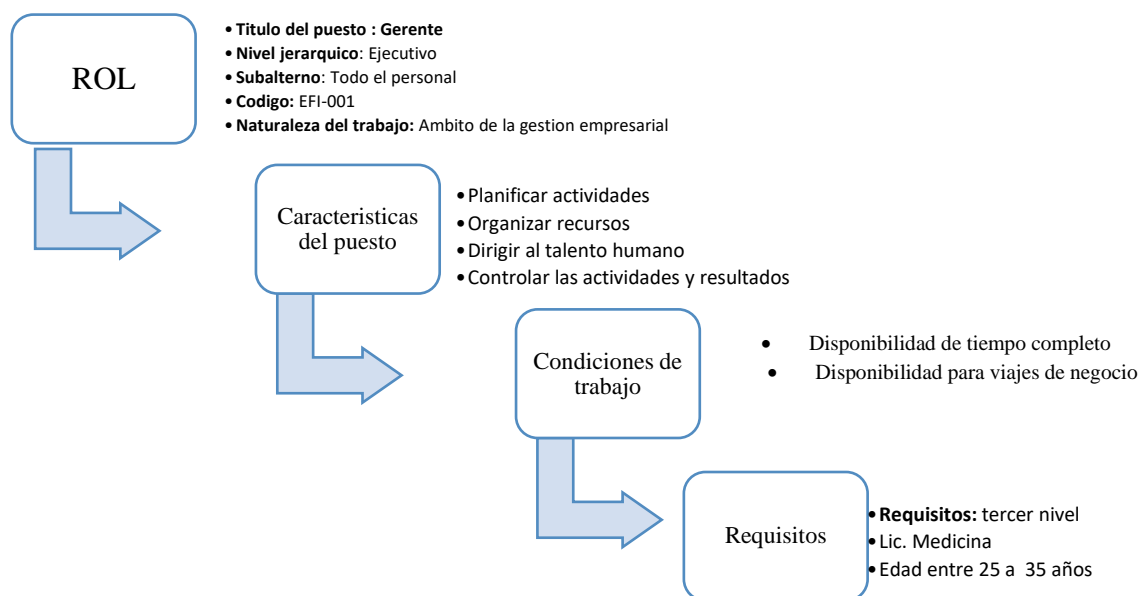
V

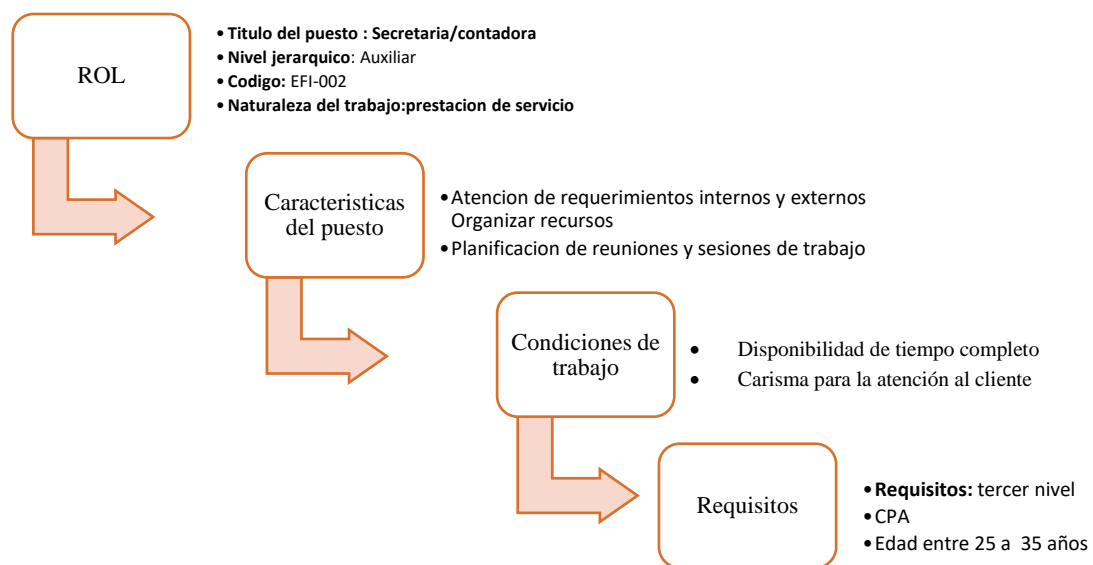
Viabilidad: Cualidad de viable.

Apéndice

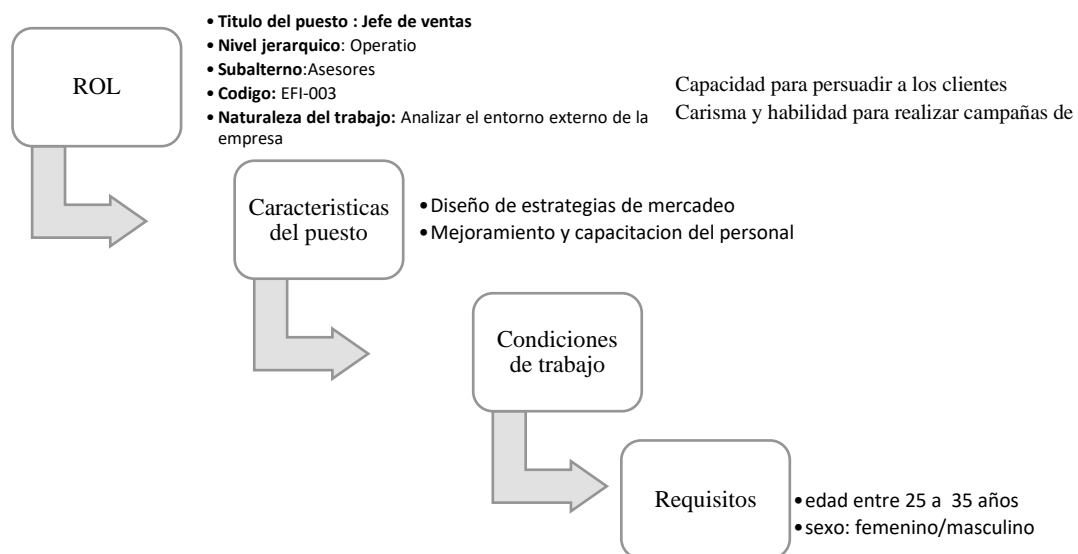
Apéndice A.

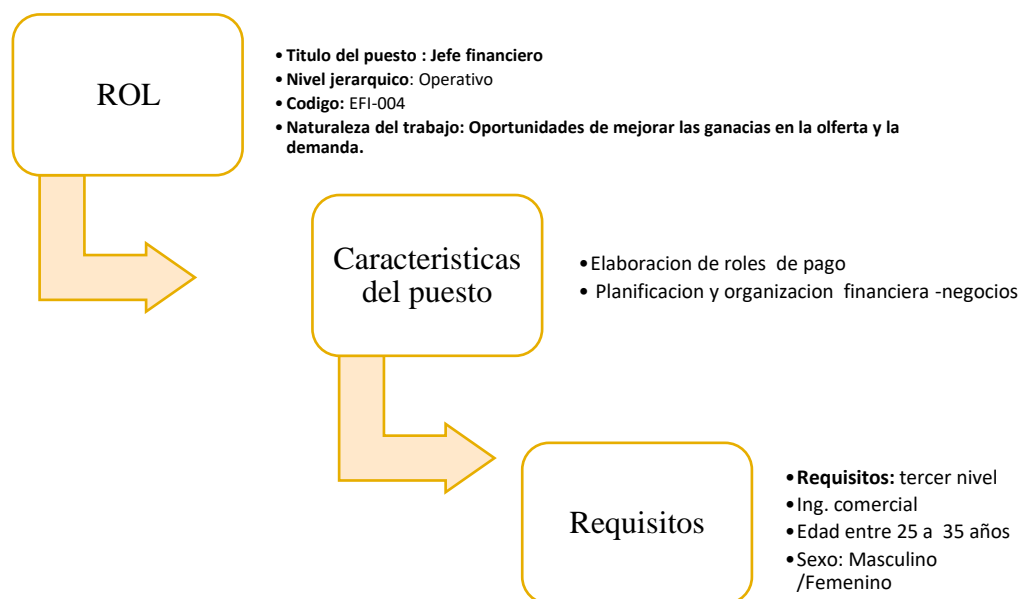
Gerente:



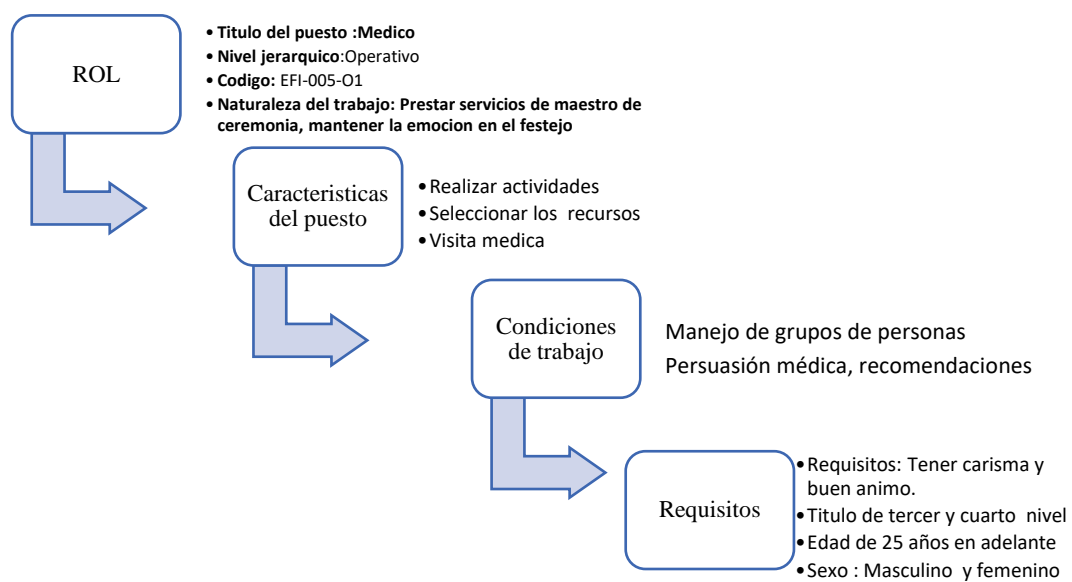
Secretaria/Contadora:

Dpto. de Marketing y Ventas

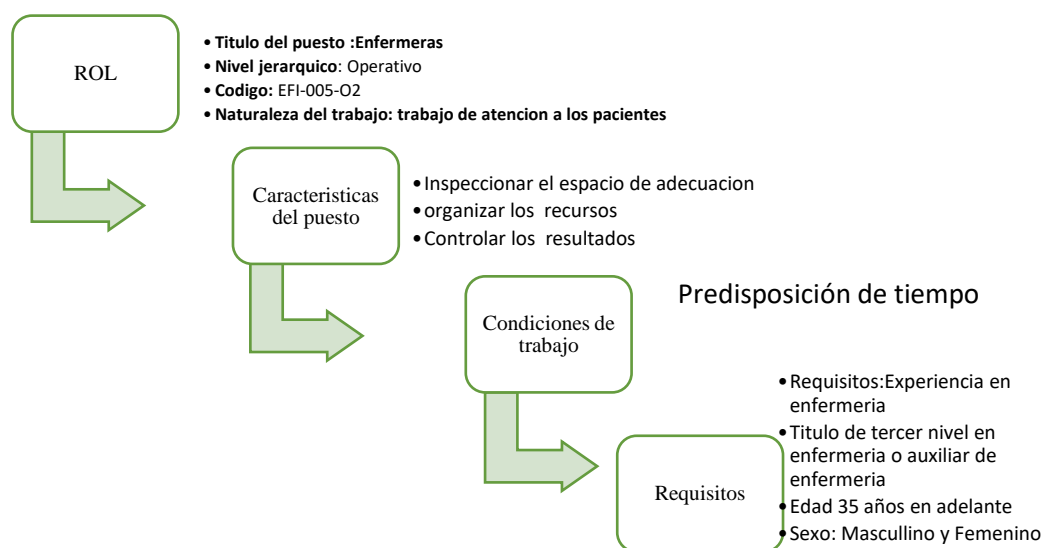


Dpto. de Finanzas

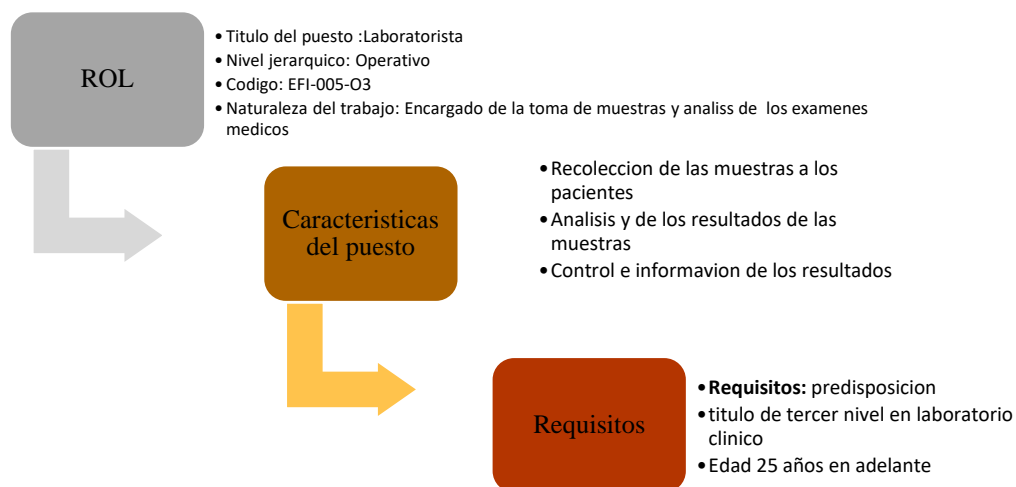
Médicos de atención general y especialidad



Enfermeras



Laboratorista



Apéndice H.

Tabla de amortización

TABLA AMORTIZACIÓN					
MESES	SALDO INICIAL	CUOTAS	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
1	\$ 141.330,59	\$2.968,21	\$1.118,87	\$1.849,34	\$139.481,25
2	\$ 139.481,25	\$2.968,21	\$1.104,23	\$1.863,98	\$137.617,27
3	\$ 137.617,27	\$2.968,21	\$1.089,47	\$1.878,74	\$135.738,54
4	\$ 135.738,54	\$2.968,21	\$1.074,60	\$1.893,61	\$133.844,93
5	\$ 133.844,93	\$2.968,21	\$1.059,61	\$1.908,60	\$131.936,33
6	\$ 131.936,33	\$2.968,21	\$1.044,50	\$1.923,71	\$130.012,62
7	\$ 130.012,62	\$2.968,21	\$1.029,27	\$1.938,94	\$128.073,68
8	\$ 128.073,68	\$2.968,21	\$1.013,92	\$1.954,29	\$126.119,39
9	\$ 126.119,39	\$2.968,21	\$998,45	\$1.969,76	\$124.149,63
10	\$ 124.149,63	\$2.968,21	\$982,85	\$1.985,35	\$122.164,28
11	\$ 122.164,28	\$2.968,21	\$967,13	\$2.001,07	\$120.163,21
12	\$ 120.163,21	\$2.968,21	\$951,29	\$2.016,91	\$118.146,29

13	\$ 118.146,29	\$2.968,21	\$935,32	\$2.032,88	\$116.113,41
14	\$ 116.113,41	\$2.968,21	\$919,23	\$2.048,97	\$114.064,44
15	\$ 114.064,44	\$2.968,21	\$903,01	\$2.065,20	\$111.999,24
16	\$ 111.999,24	\$2.968,21	\$886,66	\$2.081,54	\$109.917,70
17	\$ 109.917,70	\$2.968,21	\$870,18	\$2.098,02	\$107.819,67
18	\$ 107.819,67	\$2.968,21	\$853,57	\$2.114,63	\$105.705,04
19	\$ 105.705,04	\$2.968,21	\$836,83	\$2.131,37	\$103.573,67
20	\$ 103.573,67	\$2.968,21	\$819,96	\$2.148,25	\$101.425,42
21	\$ 101.425,42	\$2.968,21	\$802,95	\$2.165,25	\$ 99.260,17
22	\$ 99.260,17	\$2.968,21	\$785,81	\$2.182,40	\$ 97.077,77
23	\$ 97.077,77	\$2.968,21	\$768,53	\$2.199,67	\$ 94.878,10
24	\$ 94.878,10	\$2.968,21	\$751,12	\$2.217,09	\$ 92.661,01
25	\$ 92.661,01	\$2.968,21	\$733,57	\$2.234,64	\$ 90.426,37
26	\$ 90.426,37	\$2.968,21	\$715,88	\$2.252,33	\$ 88.174,04
27	\$ 88.174,04	\$2.968,21	\$698,04	\$2.270,16	\$ 85.903,88
28	\$ 85.903,88	\$2.968,21	\$680,07	\$2.288,13	\$ 83.615,75

29	\$ 83.615,75	\$2.968,21	\$661,96	\$2.306,25	\$ 81.309,50
30	\$ 81.309,50	\$2.968,21	\$643,70	\$2.324,51	\$ 78.984,99
31	\$ 78.984,99	\$2.968,21	\$625,30	\$2.342,91	\$ 76.642,09
32	\$ 76.642,09	\$2.968,21	\$606,75	\$2.361,46	\$ 74.280,63
33	\$ 74.280,63	\$2.968,21	\$588,05	\$2.380,15	\$ 71.900,48
34	\$ 71.900,48	\$2.968,21	\$569,21	\$2.398,99	\$ 69.501,49
35	\$ 69.501,49	\$2.968,21	\$550,22	\$2.417,99	\$ 67.083,50
36	\$ 67.083,50	\$2.968,21	\$531,08	\$2.437,13	\$ 64.646,37
37	\$ 64.646,37	\$2.968,21	\$511,78	\$2.456,42	\$ 62.189,95
38	\$ 62.189,95	\$2.968,21	\$492,34	\$2.475,87	\$ 59.714,08
39	\$ 59.714,08	\$2.968,21	\$472,74	\$2.495,47	\$ 57.218,61
40	\$ 57.218,61	\$2.968,21	\$452,98	\$2.515,22	\$ 54.703,39
41	\$ 54.703,39	\$2.968,21	\$433,07	\$2.535,14	\$ 52.168,25
42	\$ 52.168,25	\$2.968,21	\$413,00	\$2.555,21	\$ 49.613,05
43	\$ 49.613,05	\$2.968,21	\$392,77	\$2.575,44	\$ 47.037,61
44	\$ 47.037,61	\$2.968,21	\$372,38	\$2.595,82	\$ 44.441,79

45	\$ 44.441,79	\$2.968,21	\$351,83	\$2.616,37	\$ 41.825,41
46	\$ 41.825,41	\$2.968,21	\$331,12	\$2.637,09	\$ 39.188,32
47	\$ 39.188,32	\$2.968,21	\$310,24	\$2.657,96	\$ 36.530,36
48	\$ 36.530,36	\$2.968,21	\$289,20	\$2.679,01	\$ 33.851,35
49	\$ 33.851,35	\$2.968,21	\$267,99	\$2.700,22	\$ 31.151,14
50	\$ 31.151,14	\$2.968,21	\$246,61	\$2.721,59	\$ 28.429,54
51	\$ 28.429,54	\$2.968,21	\$225,07	\$2.743,14	\$ 25.686,41
52	\$ 25.686,41	\$2.968,21	\$203,35	\$2.764,85	\$ 22.921,55
53	\$ 22.921,55	\$2.968,21	\$181,46	\$2.786,74	\$ 20.134,81
54	\$ 20.134,81	\$2.968,21	\$159,40	\$2.808,80	\$ 17.326,00
55	\$ 17.326,00	\$2.968,21	\$137,16	\$2.831,04	\$ 14.494,96
56	\$ 14.494,96	\$2.968,21	\$114,75	\$2.853,45	\$ 11.641,51
57	\$ 11.641,51	\$2.968,21	\$92,16	\$2.876,04	\$ 8.765,47
58	\$ 8.765,47	\$2.968,21	\$69,39	\$2.898,81	\$ 5.866,65
59	\$ 5.866,65	\$2.968,21	\$46,44	\$2.921,76	\$ 2.944,89
60	\$ 2.944,89	\$2.968,21	\$23,31	\$2.944,89	\$ 0,00

Apéndice I:

Entrevista aplicada.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

Entrevista dirigida a expertos de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Objetivo: Obtener información relevante de los pobladores de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, ante la perspectiva de la elaboración del “Plan de negocio para la crear una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Instrucción:

GUIÓN DE ENTREVISTA

Experto

Lugar de la Entrevista:

Fecha:

Duración:

Pregunta 1.

¿Considera importante llevar controles periódicos de su salud? ¿Con qué frecuencia contrata servicios de atención médica?

Pregunta 2. ¿Qué características considera importantes al recibir control médico?

Pregunta 3. ¿Si tuviera la oportunidad de elegir entre atención en una clínica o en su domicilio por qué opción se inclinaría?

Pregunta 4. ¿Cuáles son las expectativas que usted tiene si le recomiendan un servicio de atención médica a domicilio?

5. ¿Cree usted que los valores económicos por la atención médica estarían acorde al presupuesto de la ciudadanía?

Encuesta aplicada.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD

**Encuesta dirigida a los usuarios de la ciudad de Santo Domingo de los
Tsáchilas.**

Objetivo: Obtener información relevante de los pobladores de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, ante la perspectiva de la elaboración del “Plan de negocio para la crear una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Instrucción: Lea con atención y responda con una equis (X) la respuesta que considere.

Preguntas:**1. ¿Con qué genero se identifica usted?**

- Femenino.
- Masculino.
- Bisexual.
- Otro.

2. ¿Cuál es el rango de Edad en la que se encuentra?

- 18-35 años de edad.
- 35-50 años de edad.
- 50-65 años de edad.
- Mayor de 66 años de edad.

3. ¿Con qué etnia se identifica?

- Mestizo.
- Montubio.
- Tsachila.
- Negro
- Otros

4. Sus ingresos económicos los obtiene por:

- Negocio independiente
- Empleado privado.
- Empleado publico
- Desempleado
- Otros

5. ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?

- 2 personas.
- De 3 a 5 personas.

- Más de 5 personas.

6. ¿Generalmente cuando presenta una necesidad de servicios de salud, ¿A dónde acude?

- Clínicas privadas.
- Centros de salud públicos
- Farmacias.
- Medicina ancestral (Curanderos)

7. ¿En qué sector de la ciudad de Santo Domingo se encuentra ubicado su domicilio?

- Norte de SD.
- Centro de SD.
- Sur de SD.
- Área Rural

8. Si presentara un problema de salud usted preferiría:

- Acudir a un establecimiento de salud.
- Que el profesional acuda a su domicilio

9. ¿Para usted, qué cualidades son las más importantes al contratar un servicio médico?

Enumere del 1 al 6, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante

- Precio.
- Calidad.
- Experiencia profesional.
- Rapidez
- Cercanía.
- Tecnología

10. Qué profesionales de salud usted considera que se deberían integrar este servicio médico a domicilio. Enumere del 1 al 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante

- Médico General
- Médico Especialista.

- Enfermera
- Obstetriz
- Otros profesionales

11. En el caso de existir una empresa que brinde los servicios de los profesionales anteriormente descritos, ¿usted estaría interesada/o en contratarla?

- Sí.
- No.
- Tal vez.

12. Recuerda usted el precio que canceló en su última atención médica, si su respuesta es positiva ¿Dentro de que rango se encontró?

- Sí.
- No.

Rangos

- De \$10 a \$20.
- De \$21 a \$40
- Más de \$40

13. En caso de que exista una empresa que oferte servicios médicos a domicilio, ¿cuánto adicional estaría dispuesto a cancelar?

- De \$1 a \$10.
- De \$11 a \$20.
- De \$21 a \$40.
- Más de \$41

14. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información y promociones sobre servicios médicos a domicilio?

- Redes sociales
- Televisión.

- Radio
- Periódico.

15. ¿Qué Red Social es la que utiliza con más frecuencia?

- Facebook.
- WhatsApp
- Twitter
- Instagram
- Otro.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Elizabeth Castillo Castillo, con C.C: # 2300277775 autora del trabajo de titulación: Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN GERENCIA EN SERVICIOS DE LA SALUD** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 20 de enero de 2020

f.

Andrea Elizabeth Castillo Castillo

C.C: 2300277775



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.		
AUTORA (apellidos/nombres):	Castillo Castillo Andrea Elizabeth		
REVISORA/TUTORA (apellidos/nombres):	Zerda Barreno Elsie Gutiérrez Candela Glenda		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia en Servicios de la Salud		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Gerencia en Servicios de la Salud		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20/01/2021	No. DE PÁGINAS:	140
ÁREAS TEMÁTICAS:	Cultura Organizacional en Instituciones de Salud		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Plan de negocio, Atención médica domiciliaria, Salud, Empresa		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Las personas son lo más importante de la sociedad, por tal motivo permanentemente se busca estrategias que permitan llegar a cada rincón con el mejor servicio médico, cuidando de esta manera de la salud de la población, razón por el cual se presentan innovadoras formas para la atención médica, siendo un reto lograr desarrollarlas por el bien de toda la comunidad y los ciudadanos, en este sentido el extenso de este trabajo contiene capítulos que sustentan y detallan las actividades aplicadas para desarrollar la idea de emprendimiento, planteando una metodología de participación activa, característica de la investigación cualitativa y cuantitativa, la información comprende datos obtenidos de la ciudadanía del centro de la provincia, mediante la aplicación de técnicas e instrumentos de recolección de datos, obteniendo resultados que favorecen la elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de salud a domicilio en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, siendo este el objetivo principal, obteniendo un impacto de relevancia en el área de salud, como en el bienestar social de dicha provincia, ya que el interés global es cuidar y conservar lo más valioso que tiene el ser humano como es "la vida".</p>		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0999341489	E-mail: aecastilloc@pucesd.edu.ec aecastillo55@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lapo Maza, María del Carmen		
	Teléfono: +593-9-3804600 / 0999617854		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
ECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			