



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA CULTIVO Y COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS  
DE PALMA ACEITERA EN QUININDÉ A PARTIR DE LA IMPORTACIÓN DE  
SEMILLAS HÍBRIDAS AMAZON DESDE COSTA RICA

Autor

Jose Johnny Intriago Zambrano

Año  
2019



ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A  
LA CAPACITACIÓN PARA EL CUIDADO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD  
FÍSICA, EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniero Comercial con mención en Administración de  
Empresas

Profesor guía

Lic. Glenda Isabel Vizcaino Jaramillo, MBA.

Autor

Adriana Michelle González Corrales

Año

2019

## **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

"Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física, en la provincia de Pichincha, a través de reuniones periódicas con el estudiante Adriana Michelle González Corrales, en el semestre 2019-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Lic. Glenda Isabel Vizcaino Jaramillo, MBA.

C.C.: 1711016038

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

"Declaro haber revisado este trabajo, Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física, en la provincia de Pichincha, del estudiante Adriana Michelle González Corrales, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

---

Luis Eduardo Pavón Rosero

C.C.: 1709740896

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Adriana Michelle González Corrales

C.C.: 1718395534

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, hermanas y familia que siempre me han apoyado para cumplir mis sueños y no permiten que me dé por vencida.

## **DEDICATORIA**

A mi padre, quien ya no está a mi lado, pero que siempre me enseñó a escuchar, entender y aprender.

## RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física, a través del cálculo de indicadores financieros, el VAN y la TIR. El análisis de entornos se realizó mediante el manejo de las herramientas PEST y PORTER, que permitieron determinar que el entorno es favorable para la empresa. El análisis de mercado se ejecutó mediante investigaciones cualitativas y cuantitativas, que permitieron determinar el tipo de mercado al que se dirigiría la empresa.

La oportunidad de negocio se pudo identificar mediante tres ejes fundamentales, como son la Ley Orgánica de Discapacidades, la posibilidad de crear nuevas áreas de capacitación certificadas a través de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales y el poco conocimiento para el manejo y cuidado de personas con discapacidad física.

Se pudo determinar que las capacitaciones se realizarían mediante módulos de aprendizaje con duración de dos y tres semanas, y que cada módulo permitiría a los asistentes aprender sobre los diferentes cuidados para personas con discapacidad física, desde el área legal hasta el trato psicológico.

La compañía contará en un inicio con dos personas, una de ellas estará a cargo de la administración, mientras que la otra se encargará del contenido del sílabo y capacitaciones. Además, contará también con capacitadores externos, quienes puedan brindar todo el conocimiento necesario a los asistentes de las capacitaciones.



## ABSTRACT

The present paper has the purpose is determinate the feasibility of the creation of a company that is dedicated to the training for the care of people with physical disabilities, through the calculation of financial indicators, NVP and IRR. The analysis of the environment was realized through the management of PEST and PORTER, which allow to determine that the environment is positive for the company. The market analysis was executed through qualitative and quantitative research, that determine the target market for the company.

The business opportunity was able to identify through three fundamental axes, such as the Organic Law of Disabilities, the possibility to create new areas of certificate training through “Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales” and the lack of knowledge for the handling of people with physical disabilities.

It was possible to determine that the training would be held by learning modules that would last two to three weeks, and that each module would let the attendees to learn about the different types of care for people with physical disabilities, from legal area to psychologic treat.

In the beginning, the company would have two people, one of them will oversee the management, while the other one will handle the syllabus and training content. In addition, they would count with outside trainers, those who can provide the necessary knowledge for the training attendees.

## Índice

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1	Justificación del trabajo	1
1.1.1	Objetivo general del trabajo	1
1.1.2	Objetivos específicos del trabajo	2
<b>2</b>	<b>ANÁLISIS DE ENTORNOS</b>	<b>3</b>
2.1	Análisis del entorno externo	3
2.1.1	Entorno externo (PEST)	3
2.1.2	Análisis de la industria (Porter)	9
2.1.3	Matriz EFE	13
<b>3</b>	<b>ANÁLISIS DEL CLIENTE</b>	<b>17</b>
3.1	Investigación cualitativa	18
	Entrevistas a expertos	18
	Grupo focal	22
3.2	Investigación cuantitativa	24
	Conclusiones	27
<b>4</b>	<b>OPORTUNIDAD DE NEGOCIO</b>	<b>28</b>
<b>5</b>	<b>PLAN DE MARKETING</b>	<b>31</b>
5.1	Estrategia general de marketing	31
5.1.1	Mercado objetivo	32
5.1.2	Propuesta de valor	34
5.2	Mezcla de Marketing	36
5.2.1	Descripción del servicio	36
5.2.2	Precio	40
5.2.3	Plaza	41
5.2.4	Promoción	44
5.2.5	Procesos	48
5.3	Presupuesto Marketing Mix	49

<b>6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>50</b>
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización .....	50
6.1.1 Misión .....	50
6.1.2 Visión.....	50
6.1.3 Objetivos SMART de la organización .....	50
6.2 Plan de operaciones.....	52
6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la empresa .....	52
6.3 Estructura Organizacional .....	57
6.3.1 Estructura legal.....	57
6.3.2 Diseño organizacional: tipo de estructura y organigrama .....	57
<b>7 EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>59</b>
7.1 Proyección de ingresos y gastos .....	59
7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo .....	60
7.2.1 Estructura de financiamiento .....	62
7.2.2 Capital de trabajo.....	62
7.3 Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	62
7.3.1 Estado de resultados .....	62
7.3.2 Estado de situación financiera.....	63
7.3.3 Estado de flujo de efectivo.....	64
7.3.4 Flujo de caja del proyecto.....	66
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración .....	66
7.4.1 Flujo de caja del inversionista.....	66
7.4.2 Cálculo tasa de descuento .....	67
7.4.3 Criterios de valoración .....	68
7.5 Índices financieros.....	68
<b>8 CONCLUSIONES GENERALES.....</b>	<b>69</b>

REFERENCIAS.....	71
ANEXOS .....	73

# **1 INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Justificación del trabajo**

En el Ecuador en el año 2009 se creó la Misión Manuela Espejo, como parte un grupo de políticas públicas de inclusión social que se pusieron en marcha para cumplir con lo dispuesto en la Constitución de la República. Desde julio del 2009 a noviembre del 2011, las brigadas de la Misión visitaron 1´286.331 hogares en 24 provincias y 221 cantones del Ecuador, estudiando y localizando a 294.611 personas con discapacidad. (Vicepresidencia de la República, 2017).

Posterior a la ejecución de este programa del gobierno, se promovieron una serie de políticas públicas para visibilizar la situación de las personas con discapacidad en el país, además de definir grados de discapacidad, a través de los cuales se puede brindar mejor atención a las personas según sus necesidades reales. Se creó también la Ley Orgánica de Discapacidades, cuyo objetivo es asegurar lo establecido en la Constitución de la República, tratados e instrumentos internacionales, garantizando la total vigencia, difusión y ejercicio de las personas con discapacidad;

Es por ello, que se pretende desarrollar un plan de negocios que se concentre en evaluar la factibilidad de crear una empresa dedicada a capacitar a las personas que cuidan de las personas que tienen discapacidad física. Ya que, a pesar de que no sea una vida normal, la misma puede ser llevadera, tanto para las personas con discapacidad como para sus familiares y amigos, principalmente para quienes cuidan de ellos. (Carballeira, 2016)

### **1.1.1 Objetivo general del trabajo**

Determinar la viabilidad de la implementación de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la capacitación al personal encargado del cuidado de personas con discapacidad física, en la ciudad de Quito.

### 1.1.2 Objetivos específicos del trabajo

- Analizar los factores que inciden positivamente en el entorno externo, a través del modelo PEST y el análisis de la industria a través del Modelo de las cinco fuerzas de Porter que pueden impulsar la idea de crear una empresa de capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física.
- Realizar el análisis de los clientes a través de técnicas de investigación cualitativas tales como focus group, entrevista a expertos, entrevista a clientes y cuantitativas como encuesta sobre el mercado objetivo; para así definir los gustos, preferencias y tendencias que manejan a personas con discapacidades físicas.
- Describir la oportunidad de negocio sustentada en el análisis externo del cliente del área de capacitación para manejo de personas con discapacidades físicas.
- Desarrollar el plan de marketing en el cual se determinará a través de la estrategia general a aplicar, así como el mercado objetivo, la propuesta de valor, el marketing mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción) y las estrategias del marketing mix inferencial; para su aplicación en una empresa dedicada a la capacitación del manejo de personas con discapacidad física.
- Determinar la propuesta de filosofía y estructura organizacional para la constitución de la empresa del presente plan de negocios, a través de la determinación de misión, visión y objetivos, así como la estructura organizacional.
- Realizar la evaluación financiera a través de la proyección de ingresos, costos y gastos, así como la determinación de la inflación inicial, capital de

trabajo y estructura de capital, a su vez la determinación de proyección de estados de resultados, de situación financiera y flujos de caja.

## **2 ANÁLISIS DE ENTORNOS**

### **2.1 Análisis del entorno externo**

#### **2.1.1 Entorno externo (PEST)**

##### **Entorno político**

###### Políticas públicas de apoyo a discapacitados

En la Constitución del Ecuador se establecen políticas y acciones que son reguladas principalmente por el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades para velar por la condición social y económica de las personas más vulnerables, este es el caso de las personas que sufren algún tipo de discapacidad.

En el año 2009 el gobierno nacional a través de la Vicepresidencia de la República se creó la Misión Solidaria Manuela Espejo, la cual tenía como objetivo generar el primer estudio social, biológico y clínico de las personas con algún tipo de discapacidad. A partir de la puesta en marcha de esta misión se creó en el año 2010 el Bono Joaquín Gallegos Lara, para las familias que mantenía en su entorno familiar a una persona con discapacidad y se encuentren en una situación de pobreza. El bono se entrega al familiar o persona que se haga cargo de cuidado de una persona con discapacidad física o intelectual severa, la cifra del bono es \$ 240 dólares mensuales. (Vicepresidencia de la República, 2017).

La visión política del estado ecuatoriano se cristaliza en el Plan Nacional de Desarrollo (2017), que se alinea con la nueva visión sobre la discapacidad, en su Objetivo N° 2 manifiesta “auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad”; específicamente la política 2.2 determina “garantizar la igualdad real en el acceso a servicios de salud y

educación de calidad a personas y grupos que requieren especial consideración, por la persistencia de desigualdades, exclusión y discriminación” (p. 122).

### Organismos reguladores

En lo que respecta a las instituciones públicas que regulan la actividad relacionada con las personas con discapacidad en el país, existe la Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva en Discapacidades, esta institución fue creada en el año 2013, como resultado de las recomendaciones establecidas en la Misión Solidaria Manuela Espejo, a partir del año 2016 y con la vigencia de la Ley de Discapacidades esta organización transfirió sus competencias al Ministerio de Inclusión Económica y Social.

El ente que coordina las políticas públicas en lo relacionado a las personas con discapacidad, CONADIS, Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, entre sus objetivos se encuentra la formulación y evaluación de políticas en el ámbito de las discapacidades (Consejo Nacional para la Igualdad de las Discapacidades, 2016).

La vigencia de estos programas y proyectos del sector público son una oportunidad para iniciar un emprendimiento enfocado en el entorno cercano de las personas que tienen una discapacidad severa, ya que representa un grupo de la población que requiere apoyo del sector público y privado; quienes cuiden a estas personas deben tener el conocimiento necesario respaldado por políticas públicas.

### Norma Técnica de Calificación de Operadores Calificados

La Resolución SO-001-009-2018 perteneciente a la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC) contiene la norma, cuyo cumplimiento y aplicación son obligatorias para la secretaría antes mencionada, así como también para las personas naturales y jurídicas que se califiquen como operadores de capacitaciones en el marco del Sistema Nacional



de Cualificaciones Profesionales. (SETEC, 2018) Esta norma permite que las empresas se califiquen para capacitar en nuevos ámbitos no existentes, como es el caso de cuidados para personas con discapacidad física.

## **Entorno económico**

### Crecimiento de la economía

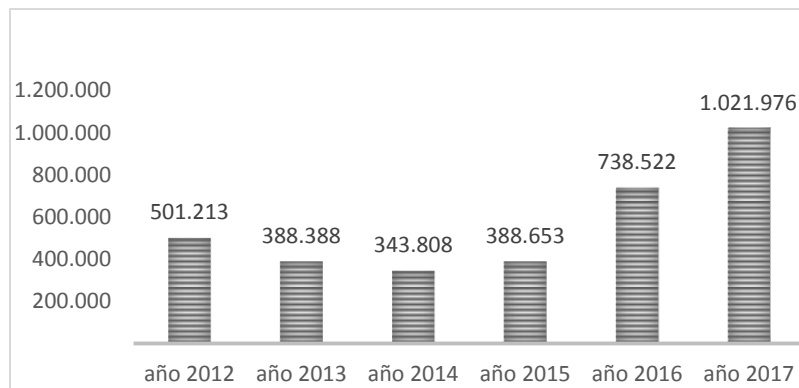
Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el área de educación representa \$1.540 millones de dólares de la producción total del Ecuador, la misma es de \$78.701 millones (2016). Esto quiere decir que la enseñanza aporta en un 1,95% a la producción nacional.

Sin embargo, en el PIB, el sector de enseñanza y servicios, en los cuales se desarrolla el presente proyecto, tuvieron una variación del 5,7% con relación al primer semestre del año 2018. (Banco Central del Ecuador, 2018).

Los indicadores macroeconómicos representan una oportunidad para la ejecución del proyecto debido a que existe una recuperación y mejora económica en el sector de enseñanza en comparación a años anteriores, tanto en la representación del PIB, como la producción total.

### Ventajas del sector económico

El sector económico al cual pertenece el presente proyecto son las actividades de enseñanza, clasificándose en el CIU con el código P8549.9, de acuerdo con la información del Servicio de Rentas Internas (2018), este sector ha tenido las siguientes ventas entre el año 2012 y 2017:



**Figura 1:** Ventas del sector económico

Se puede apreciar que existe una fase recesiva en el sector entre el año 2013 y 2016, cuando las ventas decrecieron en el 17% entre el año 2013 y 2015, a partir del año 2016 se observa una recuperación en las ventas del sector, la cual se mantiene en el año 2017 con un crecimiento promedio de 64% en los años mencionados. Esto es una oportunidad para el proyecto porque muestra que las ventas del sector se han recuperado, lo cual es beneficioso para los emprendedores por lo que los puede incentivar a invertir en este sector.

## **Entorno social**

### Estructura socioeconómica de la población

La composición socioeconómica del país está dividida por cinco grupos que van desde la A hasta la D, siendo el grupo A el de mayor estrato y el grupo D el de menor estrato. El estrato socioeconómico C está compuesto por C+ y C-. La caracterización realizada por el INEC en base a indicadores de acceso a vivienda, acceso a bienes y servicios, acceso a tecnología y hábitos de consumo.

El estrato socioeconómico A, B y C+ están compuestos por el 35,9% de la población, esta clasificación se relaciona al segmento alto y medio que son aquel grupo de la población con mayor acceso al consumo de bienes y servicios. El 65,1% de la población pertenece al segmento C- y D, el cual tiene carencias en el

acceso al consumo de bienes y servicios (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017).

Esta estratificación de la población es una amenaza debido a que existe un menor porcentaje de las personas que pueden acceder a un nivel de consumo que satisfaga sus necesidades de bienes y servicios.

#### Número de posibles clientes

De acuerdo con la información del Consejo Nacional para la Igualdad de las Discapacidades (CONADIS) en el país existen 211.061 personas que tienen discapacidad física, siendo la provincia de Guayas con el mayor número de discapacitados con 53.924 y Pichincha con 30.436. Las personas con discapacidad física suman un número de 26.959 personas en la ciudad de Quito. (Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades - Ministerio de Salud Pública, 2016). Se debe tomar en cuenta que las personas con discapacidad física no son el cliente meta; sin embargo, con estos valores podemos acercarnos a la cantidad de familiares que podrían adquirir el servicio por cada persona con discapacidad física.

Así también se debe tomar en cuenta que, en la provincia de Pichincha existen 15,29 auxiliares de enfermería y 15,91 licenciados en enfermería por cada 10000 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016). Quienes formarán parte del segmento de mercado del proyecto.

La información indica que existe un importante grupo de la población con este tipo de discapacidad, lo cual establece que requiere un servicio de apoyo para el cuidado y manutención, esto es una oportunidad para el proyecto.

#### Fundación Ecuatoriana de Cuidados Paliativos

FECUPAL, es una fundación que nace en 1997, con el objetivo de apoyar a los sectores más vulnerables de la población, como son personas con discapacidad, adultos mayores o personas con enfermedades críticas o terminales. Esta

atención se realiza de forma domiciliaria y gracias a la Clínica San Camilo y al Hospice San Camilo. Su objetivo es brindar atención médica a bajos costos y acoger también a personas que no puedan ser atendidas en sus casas. Además, participan como avaladores de cursos que se relacionen con el área de cuidados paliativos, lo cual se relaciona directamente con la empresa de capacitación.

## **Entorno tecnológico**

### Avances tecnológicos para personas con discapacidad.

Las Nuevas Tecnologías ponen sobre la mesa una llamativa dicotomía: por un lado, suponen un importante estímulo para que las personas con discapacidad puedan mejorar su calidad de vida y acceso al empleo. Estas adaptaciones mitigan las dificultades derivadas de la movilidad, entre estos productos podemos encontrar mesas regulables en altura, teclados con cobertores o teclas de gran tamaño que impiden pulsaciones accidentales, ratones virtuales o ergonómicos, entre otros.

### Metodologías para la rehabilitación de la persona con discapacidad

La implementación de un centro de enseñanza para el cuidado de personas con discapacidad severa no presenta un uso intensivo de equipos tecnológicos para llevar adelante la idea de negocio. En lo que respecta a la metodología utilizada se basa en el Método Kabat, el cual se concentra en el planteamiento de ejercicios terapéuticos, utilizando mecanismos facilitadores, especialmente en el uso de ejercicios. El Método Kabat comprende tres etapas: acondicionamiento físico general, ejercicios principales y ejercicios de mantenimiento y reinserción funcional (Hidalgo, 2017).

Esta tecnología está disponible mediante la investigación académica especializada, que permitirá a los capacitadores conocer sobre el método de rehabilitación para poder enseñarlo, por esta razón no representa una limitante para el desarrollo del proyecto, y es oportunidad.

### **2.1.2 Análisis de la industria (Porter)**

El proyecto propuesto de la creación de una empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física se encuentra dentro del CIIU P8549.9 Otros tipos de enseñanza N.C.P. (INEC, 2012)

#### **Poder de negociación de los clientes**

Concentración de clientes: como se mencionó en el análisis del entorno social en el país existen 211.061 personas con discapacidad física, en la provincia de Pichincha existen 30.436 personas con esa condición de discapacidad (Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades - Ministerio de Salud Pública, 2016). Tomando en cuenta la estratificación socioeconómica, existen 10.927 personas con discapacidad severa que pertenecen a los estratos A, B y C+ (CONADIS, 2016).

Otra parte de los clientes son enfermeras y auxiliares de enfermería que deseen adquirir los conocimientos sobre el cuidado de personas con discapacidad física, según se mencionó anteriormente en la provincia de Pichincha existen 15,29 auxiliares de enfermería y 15,91 licenciados en enfermería por cada 10000 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016). Según las Estadísticas Sanitarias Mundiales (2013) de la Organización Mundial de la Salud, en el mundo existe un promedio de 30 enfermeras por cada 10.000 personas; por lo cual Ecuador se encuentra bajo el promedio mundial.

Capacidad del cliente de integración hacia atrás: en el servicio de apoyo para personas con discapacidad física existe una alta capacidad de integración hacia atrás por parte del cliente o en este caso de algún familiar que realice las tareas de cuidado a la persona con discapacidad, ya que el cuidado se puede realizar en forma empírica, consultando fuentes disponibles en internet o con la guía establecida por los especialistas médicos.

En base de los factores presentados se puede establecer un poder de negociación medio de los clientes, porque el mercado que puede acceder al servicio no tiene un alto número de clientes y la capacidad de integración hacia atrás es baja.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Concentración de proveedores: el requerimiento de proveedores en el proyecto se refiere a la necesidad de profesionales que tengan conocimiento y certificaciones para el correcto cuidado de personas con capacidades físicas especiales.

Para poder realizar las capacitaciones se necesita que el profesional que las vaya a realizar reciba una calificación de operadores de capacitación, la misma se obtiene a través de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC). La calificación es el proceso mediante el cual SETEC, verifica que un operador de capacitación cumpla los requisitos establecidos en la Norma Técnica y su instructivo. (SETEC, 2019)

Otros proveedores son los profesionales especializados en el área de cuidado, rehabilitación física y atención psicológica de personas con discapacidad física. Así como también la FECUPAL y la Fundación Triada, las cuales podrán calificar, avalar y certificar que el programa de estudios para las capacitaciones sea el correcto. Esto es de suma importancia, ya que ambas fundaciones, que tienen 22 y 18 años de existencia respectivamente, son especializadas en cuidados paliativos, físicos y neurológicos. (Fundación Triada, 2018)

Con esta información se puede determinar que existe una baja concentración de proveedores, ya que se necesita crear un nuevo perfil capacitador, el cual se especialice en el cuidado de personas con discapacidad física; posteriormente a la creación de este perfil se debe calificar a la persona que realizará la capacitación como operador de capacitación. El proceso mencionado anteriormente dura aproximadamente 6 meses. Sin embargo, las fundaciones mencionadas, sus

profesionales y el conocimiento que tienen, permitirían que el plan de estudio sea el correcto para el mercado meta.

Capacidad de integración hacia adelante: los proveedores tienen alta capacidad de integración hacia adelante, ya que, el servicio de capacitación en cuidado de personas con discapacidad física tiene un enfoque en un mercado nicho, y cuando los mismos se capaciten tendrán el poder de crear su propia empresa.

### **Amenaza productos sustitutos**

En el área de cuidados especiales para personas con discapacidad física, quienes pueden hacer de productos sustitutos son aquellas personas que desean ayudar, pero no cuentan con los conocimientos necesarios o el entrenamiento ideal para poder hacerlo, sin embargo, este servicio no tiene un sustituto real, solamente posibles suplentes. Entre los mismos podemos encontrar a miembros de iglesias o grupos que se dedican a ayudar a personas que tienen esta condición, profesionales no especializados en el área de fisioterapia o cuidado que se capacitan en áreas relacionadas o a su vez, familiares que buscan ayudar y aprenden día a día, pero que no tienen los conocimientos suficientes o correctos sobre cómo tratar a una persona con discapacidad física.

El principal producto que puede suplantar la capacitación personalizada del cuidado de personas con discapacidades físicas es el Internet, ya que el mismo funciona como medio de información, con miles de respuestas a las preguntas de personas sin conocimiento. Además, en el mismo se pueden obtener cursos online que permitan adquirir ciertos conocimientos para cuidados paliativos.

Debido a la información obtenida, se puede determinar que la amenaza de productos sustitutos es alta; ya que existen muchas formas de adquirir conocimientos sobre el cuidado de personas con discapacidad física. Así como también, existen muchas personas que pueden apoyar en el cuidado sin necesidad de tener el entendimiento suficiente o necesario.

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Necesidad de capital: la industria de servicios de enseñanza se basa en el conocimiento del talento humano, el cual se encarga de transmitir su conocimiento hacia las personas que solicitan su servicio. Para implementar este proyecto no es necesario una alta inversión en maquinaria o capital de trabajo, es necesario contar con el equipamiento de muebles de oficina, equipos de computación y servicios tecnológicos. Esto facilita el ingreso de nuevos competidores con facilidad para los inversionistas.

Política gubernamental: como se estableció en el entorno político existen políticas gubernamentales ligadas a apoyar los servicios dirigidos a las personas con discapacidad.

Estos factores analizados concluyen que la amenaza de entrada de nuevos competidores es baja, porque no existen limitaciones por la inversión inicial y las bajas barreras de entrada.

### **Rivalidad de los competidores**

Crecimiento del sector: como se estableció en el entorno económico, el sector ha tenido un decrecimiento entre el año 2012 y 2015, a partir del año 2016 las ventas del sector crecieron hasta \$ 1.021.976 en el año 2017, esto es el 38% de crecimiento en relación al año 2016 (Servicio Rentas Internas, 2018)

Concentración de competidores: de acuerdo a la información del Servicio de Rentas (2018) en la ciudad de Quito existen 567 organizaciones relacionadas con la capacitación que tendrían la capacidad de enfocarse en prestar servicios de capacitación hacia las personas que se encargan del cuidado de las pacientes con discapacidad severa.

La rivalidad de los competidores es alta debido a que existe un crecimiento en el sector y una baja concentración de competidores; sin embargo, se debe tomar en



cuenta que el servicio que se busca proveer, diferenciado y con una nueva propuesta de valor, no existe como tal, la competencia se analiza como semejante, mas no exactamente igual.

### 2.1.3 Matriz EFE

**Tabla 1: Matriz EFE**

	<b>Factores determinantes del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Política pública de apoyo a discapacitados, creación de la Ley Orgánica de Discapacidades	9%	4	0,36
2	Creación de la Misión Solidaria Manuela Espejo, que permite obtener un estudio social sobre personas con discapacidad.	4%	2	0,08
3	Plan Nacional de Desarrollo (2017) se alinea con la nueva visión sobre la discapacidad y garantiza la igualdad para las personas con discapacidad.	4%	2	0,08
4	Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales permite crear perfiles para la calificación de capacitadores en el área de cuidados paliativos.	8%	3	0,24
5	Variación positiva del 5,7% en el PIB, en el sector de enseñanza y servicios, con respecto al primer semestre del 2018.	3%	2	0,06
6	Aumento de ventas en un 64%, según el SRI, en el sector económico del CIIU a	5%	2	0,1

	partir del año 2016.			
7	Avances tecnológicos para personas con discapacidad que permiten mejorar su calidad de vida, y a su vez facilitan sus cuidados.	6%	4	0,24
8	Profesionales con expertos en el Método Kabat, capaces de transmitir sus conocimientos.	8%	3	0,24
9	Baja concentración de proveedores, ya que pocas personas o entidades tiene los conocimientos sobre el correcto manejo de personas con discapacidades físicas.	10%	3	0,3
<b>AMENAZAS</b>				
10	Estructura socioeconómica de la población, existe mayor cantidad de personas con discapacidad física dentro de los estratos C- y D.	7%	2	0,14
11	Capacidad de integración hacia atrás del cliente, ya que puede adquirir conocimientos sobre cuidado de personas con discapacidad física a través de internet.	7%	3	0,21
12	Existencia de productos sustitutos, quienes son principalmente personas que no tienen conocimientos profesionales, pero que son capaces de cuidar de personas con discapacidad física.	5%	3	0,15
13	Facilidad de ingreso de nuevos competidores y existencia de 567 empresas	6%	2	0,12

	relacionadas con la capacitación de personas.			
14	Alto número de competidores indirectos que ofrecen servicios de cuidado, mas no la capacitación certificada.	4%	2	0,08
15	Disponibilidad de servicios sustitutos en el sector público y privado, como CONADIS y fundaciones, que brindan apoyo a las personas con discapacidad física.	9%	4	0,36
16	Entrada de nuevos competidores al mercado, ya que no existen limitaciones por la inversión inicial y bajas barreras de entrada.	5%	3	0,15
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,91</b>

El resultado de la matriz se encuentra justo por encima de la media (2,5) esto significa que el entorno externo es favorable para la empresa y que los factores de oportunidad tienen mayor peso que las amenazas. Sin embargo, al no ser un valor de mayor diferencia, se deben analizar las amenazas y crear estrategias para que las mismas no afecten al proyecto.

### Conclusiones

- La existencia de programas impulsados por el gobierno del Ecuador para mejorar la condición de vida de las personas que tienen capacidades físicas limitadas se presenta como una oportunidad.
- La estructura socioeconómica del país tiene un porcentaje mayoritario de personas con segmentación C- y D, que corresponde al grupo de personas que tiene menor acceso a cubrir sus necesidades y carecen de bienes y servicios como acceso a vivienda y tecnología.

- El entorno tecnológico ha incrementado en el Ecuador en la última década, permitiendo que todas las personas tengan acceso a herramientas como el internet y las redes sociales; este factor, a pesar de ser positivo al permitir una mejora en la comunicación entre nuevas empresas y el mercado objetivo, puede ser negativo ya que el internet se presenta como un producto sustituto, en el cual las personas pueden obtener información sobre el cuidado de personas con discapacidad física.
- El poder de negociación de clientes es alto en la industria, ya que existe una alta concentración de clientes debido a la estructuración socioeconómica de la población, siendo mayoritario el número de personas con discapacidad en los estratos C- y D; otro aspecto que influye en el poder de negociación es que la capacidad de integración hacia atrás por parte de los clientes es alta, ya que pueden realizar los cuidados a personas con discapacidad de forma empírica.
- El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que se necesita la cualificación por parte de la SETEC; así como conocimiento de profesionales especializados en el área y validación de fundaciones o empresas especializadas en el cuidado de personas con discapacidad física.
- La amenaza de productos sustitutos es baja porque existe disponibilidad de servicios que se enfocan en cubrir las necesidades de las personas que tienen discapacidad física. Adicionalmente, se puede recibir este servicio en instituciones públicas que prestan el servicio de apoyo para los discapacitados debido al establecimiento de políticas públicas por parte del gobierno.
- La rivalidad de competidores es alta debido a la facilidad que existe de parte de las organizaciones que prestan servicios de capacitación para ofrecer un producto enfocado en las personas que cuidan a los discapacitados; sin embargo, también se debe tomar en cuenta que se busca implementar un servicio de capacitación diferenciado que comparta

los conocimientos de personas que han tenido relación directa con personas con discapacidad física.

### **3 ANALISIS DEL CLIENTE**

El análisis del cliente se compone de investigación cualitativa con la entrevista a expertos y grupo focal y la investigación cuantitativa con la aplicación de las encuestas.

El análisis del cliente tiene como objetivo recabar información del mercado objetivo, con el uso de encuestas y grupo focal y tener mayor referencia de la evaluación de la idea de negocio a través de la aplicación de la entrevista a expertos.

La estructura de la investigación se basa en el siguiente problema, hipótesis, preguntas y objetivos de investigación:

*Problema de investigación:* ¿Cuáles son las necesidades que tienen los profesionales de enfermería, auxiliares de enfermería y personas que cuidan de un paciente con discapacidad física?

*Hipótesis de investigación:* Las personas que cuidan de un paciente con discapacidad física, y los profesionales que trabajan en el área de cuidados paliativos están dispuestos a contratar los servicios de una empresa de capacitación para conocer técnicas de cuidado y mejorar el nivel de vida de la persona a su cargo.

*Preguntas de investigación:*

¿Qué tipo de cursos de capacitación requieren las personas que cuidan de un paciente con discapacidad física, y los profesionales que trabajan en esta área de cuidados?

¿Cuál es el precio que las personas que cuidan a personas con discapacidad física, y los profesionales de enfermería y auxiliares de esta área están dispuestas a pagar por un servicio de capacitación?

¿Cuál es el lugar adecuado para ejecutar la capacitación conforme a las necesidades de las personas que cuidan a personas con discapacidad física, y profesionales del área de cuidados paliativos?

¿Cuál es el medio de promoción que se adapta a las necesidades de las personas que cuidan a personas con discapacidad física, y profesionales del área de enfermería y auxiliares de la misma?

Objetivos de investigación:

- Determinar los cursos de capacitación requieren las personas que tienen bajo su cuidado a personas con discapacidad física, y profesionales del área de cuidados paliativos.
- Investigar el precio que las personas y profesionales que trabajan en el área de cuidados a personas con discapacidad física están dispuestas a pagar por un servicio de capacitación.
- Determinar el lugar adecuado para ejecutar la capacitación conforme a las necesidades de las personas y profesionales de la salud que cuidan a personas con discapacidad física.
- Conocer el medio de promoción que se adapta a las necesidades de las personas y profesionales de la salud que cuidan a personas con discapacidad física.

### **3.1 Investigación cualitativa**

#### **Entrevistas a expertos**

##### **Experto 1.**

**Franklin Varela, Director Administrativo de la Fundación TRIADA, tiempo de experiencia 6 años y medio.**

El entrevistado manifiesta que entre las principales complicaciones que se presentan en los pacientes con discapacidad están las psicológicas y físicas, estas últimas depende del tipo de discapacidad que padece el paciente, por ejemplo, problemas del estómago porque los pacientes sufren de un metabolismo lento, otro problema recurrente son los problemas respiración como la baja saturación de oxígeno en los pulmones ya que el paciente está todo el tiempo acostado o sentado, infección a las vías urinarias por la utilización de sondas. También depende del tipo de vida que el paciente llevaba antes de sufrir el accidente tal es el caso de los deportistas que sufren de retención de líquidos en las piernas, los niños presentan frecuentemente neumonía, se puede concluir que se los problemas son anexos a la condición de cada paciente y al tipo de discapacidad que presentan.

El correcto cuidado al paciente es muy importante porque permite mejorar su calidad de vida, por eso es necesario que las personas que están a lado del paciente estén orientadas y conozcan de los cuidados y terapias que deben ser proporcionados.

Existen algunos institutos que forman auxiliares en terapia física pero exclusivamente para formar a familiares de personas que sufren de alguna discapacidad en cuidados psicológicos y físicos no los hay actualmente.

Sería excelente que exista una propuesta de formación ya que es necesario y fundamental para ayudar a mejorar la calidad de vida del paciente y el grupo familiar, es importante que el grupo familiar conozca y entienda de que se trata la discapacidad es mucho más llevadera la situación. Es esencial que exista una institución que forme a personas en los cuidados del paciente ya que muchas personas no saben a dónde acudir cuando se presenta este tipo de situación por eso es importante el apoyo de una institución que guíe a los familiares de manera

correcta tanto psicológica como en los cuidados físicos, ya que gente acude al servicio público, pero se dan cuenta de que es bastante ineficiente y no reciben la ayuda que requieren ni para los familiares ni para el paciente.

La persona que se encarga del cuidado del paciente con discapacidad sufre de estrés e impacto psicológico ya que sucede de la noche a la mañana, se puede reducir este estrés a través de grupos de apoyo, en la fundación triada existe un grupo que se llama cuidando al cuidador que tiene como propósito cuidar al familiar o enfermero para que no absorban todo ese estrés de cuidar solos al paciente.

## **Experto 2.**

**María Eugenia Paredes Acevedo, Directora Ejecutiva de Fundación Hermano Miguel, la institución tiene 34 años de trabajo continuo.**

Las principales complicaciones para los pacientes se encuentran es el tema de la movilidad, el transporte a la fundación es un problema para el paciente y sus familiares porque se ven abocados a gastos extras, la movilidad es un punto crítico por que los ecovía y trole tienen rampas, pero los alimentadores no lo tienen, la sensibilización de la ciudadanía es otro problema para que no ocupen los espacios destinados para este tipo de personas con discapacidad, hay que tener una ciudad accesible. La fundación busca apoyar a las personas y familiares porque las empresas públicas y privados envían a los pacientes con problemas de movilidad a las casas indicándoles que no hay nada más que hacer, en la fundación se trabaja para lograr la mayor recuperación posible.

La comunicación con el paciente y familiares es otro problema ya que las instituciones de salud no transmiten de manera integral el cómo manejar esta situación y le envían a la casa con familiares que no saben cómo deben cuidar a los pacientes, debe existir una comunicación total con el paciente respecto del manejo de sus esfínteres, colocación de la bolsa para orina, manejo de su



sexualidad, en los hospitales y centros médicos y profesionales de la salud no capacitan al paciente ni a sus familiares, no hay un proceso de transición para aquellas personas que el día de ayer estuvieron bien y al día siguiente les toca vivir en un cuerpo que ya no les responde, no hay una etapa dentro de los hospitales donde se les brinde apoyo psicológico para que pasen esta etapa de transición.

Las complicaciones en la salud de las personas se dan por la falta de movilidad, tienen afecciones renales, escaras en la piel, depresión y atrofas. La rehabilitación más allá de que vuelva a caminar es el cuidado para evitar que el cuerpo de las personas se vaya deteriorando.

Es importante que existan instituciones donde se pueda dejar al paciente al cuidado de profesionales para que los familiares puedan tener un respiro.

El correcto cuidado del paciente es importante para mejorar la calidad de vida. No conoce ninguna institución que provea el servicio de capacitación para familiares y personas que están al cuidado de pacientes con discapacidad.

Es oportuno la creación de una institución para la formación en cuidados a personas discapacitadas, sin embargo, este servicio debe ser accesible porque no todas las familias van a estar en la posibilidad económica de pagar este servicio. En la fundación se va a realizar la rehabilitación en base comunitaria a través de capacitar in situ a personas haciendo la rehabilitación con el uso de elementos naturales sin que tengan que trasladarse a la fundación.

### **Experto 3**

**Ximena Bernarda González. Licenciada en Enfermería, especialista en curación de heridas y cuidados paliativos, con 40 años de experiencia. Hospital Eugenio Espejo**

En la actualidad, en el Ecuador no existen cursos permanentes para aprender a cuidar a personas que necesitan mayor atención o conocimientos que van más

allá de solamente estar pendientes o darles de comer. Para adquirir los conocimientos sobre cuidados a personas con discapacidades físicas se debe ir más allá de lo que se aprende en las universidades. Existen diversas complicaciones para las personas que tienen este tipo de discapacidades que no se presentan en otras condiciones, como por ejemplo las heridas creadas por la falta de movimiento, ya que al crearse una fricción entre la piel y la cama, almohada o silla, la piel se lastima y estas heridas pueden llegar a nunca curarse si no se les da el correcto tratamiento. Otra complicación importante es la pérdida muscular, los pacientes con discapacidad física, especialmente en paraplejias, al no poder mover sus miembros inferiores o superiores pierden músculo e incluso pueden atrofiarse sus extremidades, por esta razón es importante que tengan un cuidado fisioterapéutico diario, es decir que reciban masajes o ayuda de expertos para el movimiento asistido de sus extremidades. Además, está uno de los factores más importantes, el cual es el trato psicológico correcto, comprensión y apoyo hacia las personas con discapacidad física, especialmente a aquellas que se han visto envueltas en esta situación de un día para el otro, es decir por medio de accidentes.

Es importante, tanto para enfermeras como para auxiliares de enfermería, especialmente para quienes se desarrollan en cuidados paliativos, poder adquirir mayor conocimiento sobre cómo hacer su trabajo de manera correcta, tanto para si mismos como para los pacientes. Al hablar del cuidado de las personas que cuidan a los pacientes, se puede referir a posiciones para hacer fuerza o mover a los mismos, ya que, sin los conocimientos necesarios, se pueden causar lesiones.

### **Grupo focal**

El grupo focal se desarrolló el día 10 de enero del 2019 y se contó con la participación de 8 personas, entre ellos 4 mujeres y 4 hombres, con edades comprendidas entre los 21 y 60 años, todos los participantes tienen en su círculo familiar una persona con discapacidad o son profesionales de enfermería.

Sobre las experiencias en el cuidado de los familiares a las personas con discapacidad, señalan que es bastante complicado ya que muchas veces las personas requieren de un cuidado extra o una persona auxiliar quien ayude al paciente a realizar las actividades normales, se debe tomar muy en cuenta que el cuidado personal es muy importante, los familiares muchas veces no tienen el conocimiento suficiente de cómo tratarlos, limpiarlos, alimentarlos y cuidados en general, es un reto para la familia en la que se pone a prueba la voluntad ya que el tener este tipo de experiencia requiere de gran voluntad. Además, los aprendizajes brindados en la universidad o instituto no son especializados para personas con discapacidad física, tienen conocimiento general, anatómico y de cuidados, pero no es suficiente, y no existe especialización de pregrado en esta área.

Las principales complicaciones de tener una persona con discapacidad en la familia se dan en que la persona que está al cuidado deja de tener una vida propia, dejar de lado las actividades normales y al no tener una experiencia previa ni un conocimiento del cuidado demandando mucho más tiempo, el aseo principalmente es un problema.

La accesibilidad del paciente es otro problema, el día a día salir de la casa en una ciudad que no tiene accesos para personas con discapacidad se convierte en una dificultad para la familia. Dentro de la ciudad debería haber un sistema inclusivo, se debe tomar en cuenta este tipo de personas ya que forman parte de un entorno y de una sociedad.

Entre las complicaciones más evidentes están el deterioro físico y mental, los familiares no cuentan con los conocimientos necesarios para dar soporte psicológico a la persona con discapacidad, el tema de las infecciones es muy complicado en los pacientes.

Es muy necesario que exista un lugar donde los familiares puedan recibir una capacitación sobre cómo se debe cuidar a las personas con discapacidad, las pocas personas que pueden ayudar con este servicio están copadas con un

trabajo constante en el que su nivel de estrés es evidente y no atienden al paciente como deberían hacerlo, generando un mal trato a los pacientes. Por ello es importante que las personas relacionadas con personas con discapacidad reciban esta capacitación para que puedan cuidarlos de manera física y psicológica y no sean personas ajenas quienes cuiden del paciente.

Es una idea muy responsable y estarían de acuerdo con que se cree este tipo de empresa donde se puedan capacitar a los familiares, muchas veces se hacen las cosas por intuición y un cuidado especializado les puede ayudar a mejorar su calidad de vida.

Los participantes por adquirir este tipo de conocimientos por personas profesionales estarían dispuestos a pagar entre \$20 y \$30 por la hora de capacitación, más que un gasto se lo debe tomar como una inversión. Los participantes sugieren que la capacitación sea dada de manera práctica y en el lugar donde se encuentra la persona con discapacidad, porque no todos los pacientes tienen el mismo tipo de discapacidad y esta debería ser específica o personalizada para el paciente, si es este el caso los participantes estarían dispuestos a pagar entre \$30 y \$40 si es a domicilio. En el caso de que las capacitaciones se realicen en metodología de módulos, las personas estarían dispuestas a pagar entre \$80 y \$110 por módulo, en caso de que este tuviera duración de por lo menos 6 sesiones.

En cuanto al sector donde se ubicaría el centro de capacitación, están de acuerdo en que se ubique en el sector norte de la ciudad o a su vez que se disponga de dos ubicaciones para abastecer a los familiares que viven en el norte y sur de la ciudad.

### **3.2 Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa se realizó a 51 personas que tienen familiares o conocen a personas que cuidan a pacientes con alguna discapacidad física, los

cuales requieren un cuidado especial para mantener un mejor nivel de vida y a enfermeros y auxiliares de enfermería. El cuestionario fue enviado por medios digitales y las respuestas fueron recopiladas en el formulario de Google. Los resultados de la investigación cuantitativa son los siguientes:

1. Edad de los encuestados: el 25% de los encuestados tiene una edad entre 46 y 55 años, 25% entre 37 y 45 años, 21% entre 32 y 36 años, 20% entre 18 y 25 años y el 9% son personas mayores a 55 años.
2. Género: el 73% de los participantes en la encuesta son mujeres y el 27% son hombres.
3. Sector de residencia: el 64% de los encuestados vive en el sector norte de la ciudad de Quito, 26% en el centro y el 10% residen en el sector sur.
4. Personas con discapacidad en el entorno familiar: el 90% de los encuestados manifiesta que existe una persona con discapacidad que requiere un cuidado especial.
5. Parentesco: el 24% manifiesta que la persona con discapacidad es su hijo/a, 20% menciona que es el esposo/a, 31% indica que la persona con discapacidad es su madre o padre, 14% es su hermano/a y 11% menciona a otro tipo de relación, como enfermeras o personas que los cuidan día a día.
6. Conocimiento de los cuidados para la persona con discapacidad: el 80% conoce los cuidados y el 20% no los conoce.
7. Actividad con mayor dificultad en el cuidado a una persona con discapacidad: el 30% de los encuestados menciona a los cuidados de la piel, el 28% indica el baño del paciente, el 14% la preparación de la dieta y el 10% menciona el baño corporal.

8. Complicaciones de salud: el 32% indica los dolores corporales como la complicación de salud más frecuente, el 24% tiene problemas en las vías urinarias, el 24% tiene afectaciones en su condición psicológica y el 21% tiene problemas en la piel.
9. Capacitación: el 59% de los encuestados si ha recibido capacitación para cuidar a una persona con discapacidad física y el 41% no ha recibido capacitación.
10. Contratación del servicio: el 90% de enfermeras, auxiliares de enfermería y personas cercanas contrataría el servicio de capacitación para el cuidado de una persona con discapacidad.
11. Conocimiento de una empresa de capacitación: el 90% no conoce a una empresa que preste este servicio de capacitación.
12. Lugar donde se ejecute la capacitación: el 84% indica que el domicilio donde se cuida a la persona es el lugar adecuado, el 95% indica que en aulas de clase de un lugar céntrico.
13. Medio de promoción: el 37% indica las redes sociales, 24% el internet, 20% a través del profesional médico como doctor, terapeuta o enfermeras y 10% a través de publicidad en el centro médico.
14. Red social preferida: el 44% utiliza el WhatsApp, el 34% emplea Facebook, 16% Instagram y 6% Twitter
15. Precio: el rango de precios se ubica entre \$ 18 y \$ 20 dólares, siendo el precio de óptimo es \$ 18.

La información que se deriva del cálculo de la matriz de correlación indica que no existe una relación directa entre las variables consultadas en la encuesta, esto se

debe a que los índices de correlación se mantienen entre un rango de -0,33 y 0,40 que es una zona de indiferencia.

La relación entre la edad del encuestado y el conocimiento de una empresa que preste servicio de capacitación para personas con discapacidad física, indica que las personas entre 26 y 36 años tienen mayor conocimiento de este tipo de servicio.

La disposición a contratar el servicio de una empresa de capacitación tiene menor porcentaje de respuestas afirmativas en las personas entre 32 y 55 años, siendo el rango entre 37 y 45 años el que tiene menor porcentaje. Esto indica que las personas con menor edad tienen mayor uso disposición a recibir capacitación.

En cuanto al uso de las redes sociales, Instagram tiene mayor uso en las personas con menor edad y WhatsApp entre las personas de mayor edad, como muestra la siguiente figura:

## **Conclusiones**

El cliente meta está dispuesto a adquirir el servicio de capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física; el mismo debe durar 4 módulos, cuya duración es de 6 y 8 horas respectivamente, estos módulos se impartirán semanalmente, cada módulo de aprendizaje dura dos semanas, los cuales se deben impartir con frecuencia trimestral, los sábados tanto para enfermeras, auxiliares de enfermería y familiares que quieran aprender de manera intensiva. El costo preferente por parte del cliente se encuentra entre \$80 y \$100 por módulo, este costo se daría cuando las capacitaciones sean en grupo. Además, el curso se puede brindar de manera privada, especialmente para familiares de personas con discapacidad, cuando así lo soliciten; en estos casos los costos serían por visitas, que durarían dos horas, el costo preferencial de las mismas se encuentra entre \$30 y \$40. Estos cursos se podrían dar todos los días, o dependiendo de la demanda existente por parte de los consumidores.

#### 4 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La oportunidad de negocio se establece en base a la información captada en el análisis de entornos y cliente, los factores con mayor relevancia para la construcción de la oportunidad son los siguientes:



**Figura 2:** Oportunidad de negocio

Con relación a los factores mencionados en la figura anterior, se establece el siguiente análisis:

- Factor 1: Ley Orgánica de Discapacidades

En la revisión de los aspectos que engloban al entorno político existe un factor que tiene una alta valoración al momento de generar una oportunidad de negocio, esto es las políticas públicas que emite el gobierno para respaldar a las personas que padecen a algún tipo de discapacidad, en este caso específico la oportunidad se genera mediante la emisión de la Ley Orgánica sobre Discapacidades.

Esta ley fue creada como una respuesta a las necesidades observadas en la ejecución de los programas Manuela Espejo y el Bono Joaquín Gallegos Lara, que



en conjunto con la Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva de las Discapacidades han generado un plan de ruta para atender a las personas con algún tipo de discapacidad.

Según la información presentada, la visión del gobierno es mejorar la condición social por la que atraviesan las personas con discapacidad, esto sirve para incrementar su visibilidad ante una sociedad que en muchos casos desconoce la necesidad de este importante grupo de personas, que, según la información recabada de fuentes secundarias, en la provincia de Pichincha son 60.137 personas con algún tipo de discapacidad, siendo el 56% hombres y 44% mujeres, tomando en cuenta que por cada persona con discapacidad existen hasta dos personas que pueden encargarse de sus cuidados, los posibles clientes del emprendimiento se incrementan hasta 120.000 en la mencionada provincia.

Esta gestión del sector público es una oportunidad porque permite visibilizar el tema de la discapacidad y genera emprendimientos asociados a satisfacer las necesidades de este importante grupo poblacional, lo cual debe ser considerado por el proyecto para construir su modelo de negocio.

En conjunto con el entorno político, el aspecto económico es favorable para el emprendimiento, debido a que la industria está atravesando una fase de recuperación desde el año 2017, que tiene perspectiva de continuar durante el año 2019, ya que el sector de servicios de enseñanza tuvo un crecimiento de 5,7% durante el 2018.

- Factor 2: SETEC califica a capacitadores en el área de cuidados paliativos

Contar con la aprobación de la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones (SETEC) genera una oportunidad de negocio debido a que el emprendimiento tendrá la certificación de un organismo especializado.

En este sentido, se ha determinado que el uso de la Metodología Kabat, propone un esquema de enseñanza que se adapta a las necesidades de las personas que tienen bajo su cargo pacientes con discapacidad, por ser un método muy amigable y fácil de entenderlo, sin necesidad de poseer conocimientos de enfermería o terapia física.

Esta determinación permite establecer una oportunidad de negocio, más aún si se toma en cuenta que las personas que cuidan a las personas con discapacidad en su mayoría son mujeres, como lo establece los resultados de la investigación cuantitativa y que necesitan una especialización en temas de dolores corporales, minimización de problemas en las vías urinarias y cuidado de la piel de las personas con discapacidad; estos fueron los problemas que sufren con mayor frecuencia según el criterios de los encuestados.

La construcción de la propuesta de capacitación debe tomar en cuenta las necesidades del mercado objetivo, para ello, es importante conocer la información hallada en la investigación cuantitativa, que menciona que el cuidado de la piel como el problema más recurrente en las personas con discapacidad, seguido de las actividades del baño y la dieta del paciente.

Para construir un espacio de capacitación acertado, se debe contar con el respaldo de dermatólogos y nutricionistas en la construcción de la propuesta curricular de la capacitación, con este fin, se puede aprovechar una estrategia de especialización para comercializar el servicio.

- Factor 3: Poco conocimiento sobre manejo de personas con discapacidades

La información hallada en el análisis del cliente determina que el 90% de los encuestados no conoce una empresa de capacitación para el cuidado de su familiar con discapacidad y el 41% nunca ha recibido capacitación para este

propósito, estos datos son una importante fuente de información para construir la estrategia de mercadeo enfocada en satisfacer la necesidad de este amplio grupo poblacional.

Con respecto al canal de distribución del servicio debe enfocarse en una estrategia directa hacia el beneficiario, tomando en cuenta que la prestación del servicio debe realizarse en el lugar donde permanece la persona con discapacidad. Esta necesidad se estableció en base a la opinión del grupo focal y encuestados, por lo que, sería importante generar la capacitación en las instalaciones de la empresa y en el domicilio del participante, siendo una capacitación con contenido teórico y práctico. El cumplimiento de esta necesidad encontrada en la investigación genera una oportunidad de negocio.

Una herramienta que debe ser utilizada por la empresa como oportunidad de negocio es la tecnología, según la información encontrada en el análisis del entorno tecnológico, las personas están habituadas a recibir información por canales electrónicos, como es el caso de las redes sociales y el correo electrónico.

Esto permite mejorar la interacción con el mercado objetivo, especialmente si se detectó en la investigación del cliente, que las personas que cuidan a pacientes con discapacidad tienen 30 y 45 años, ya que este grupo poblacional está habituado al uso de la tecnología, lo que permite fundamentar una oportunidad de negocio en base a la correcta explotación de este recurso tecnológico.

## **5 PLAN DE MARKETING**

### **5.1 Estrategia general de marketing**

La estrategia general de marketing aplicada en el plan de negocios es especialista, la cual se enfoca en atender un segmento de mercado con necesidades homogéneas, ofreciendo un servicio especializado y con el potencial necesario para diferenciarse de la competencia; se escoge esta estrategia debido

a las características del mercado encontradas en el investigación cuantitativa, ya que, el 90% de los encuestados afirmaron que no conocen una empresa que preste servicios de capacitación para el cuidado de personas con discapacidad, esto significa que existe un mercado potencial que no está siendo cubierto por las empresas que compiten en la actualidad en el sector de servicio a personas.

La estrategia de posicionamiento se basa en la explotación de un segmento o nicho de mercado, que son las personas y profesionales de la salud que tienen la necesidad de cuidar a una persona con discapacidad. La estrategia de nicho necesita diferenciarse de la competencia mediante la especialización en un segmento de mercado, en este caso la empresa se diferencia de sus competidores, que son las organizaciones que ofrecen capacitación, especializándose en la prestación de servicios para personas que cuidan a pacientes con discapacidad.

### 5.1.1 Mercado objetivo

La segmentación del mercado objetivo para personas particulares es la siguiente:

**Tabla 2:** Mercado objetivo particulares

<i>Tipo segmentación</i>	<i>Criterios de segmentación</i>	<i>Tamaño del mercado</i>
Segmentación Demográfica	Población provincia de Pichincha	2.239.191
	Población que tiene discapacidad física (Conadis)	294.611
Segmentación Socioeconómica	Población del segmento socioeconómico A, B y C+ (35%)	103.113
Segmentación Conductual	Personas que no han recibido capacitación para cuidar a una paciente con discapacidad (65%)	67.023

	Personas dispuestas a contratar el servicio (41%)	27.479
Segmentación Psicográfica	Personas que tienen una preocupación por su familia, con estilo de vida conservador y responsable	

La segmentación del mercado objetivo para los profesionales de enfermería es la siguiente:

**Tabla 3:** Mercado objetivo profesionales salud

<i>Tipo segmentación</i>	<i>Criterios de segmentación</i>	<i>Tamaño del mercado</i>
Segmentación Demográfica	Población provincia de Pichincha	2.239.191
	Población que son profesionales en enfermería y auxiliares de enfermería	6.987
Segmentación Socioeconómica	Población del segmento socioeconómico A, B y C+ (35%)	2.445
Segmentación Conductual	Personas que no han recibido capacitación para cuidar a una paciente con discapacidad (35%)	855
	Personas dispuestas a contratar el servicio (90%)	770

En base a la información anterior el mercado objetivo se encuentra compuesto por 27.479 personas particulares que tienen un familiar con discapacidad en su vivienda y quieren capacitarse para su cuidado y 770 profesionales de enfermería que quieren mejorar su conocimiento respecto al cuidado de personas con discapacidad.

### 5.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor se construye en base al siguiente modelo Canvas

**Tabla 4:** Modelo Canvas

<b>Socios clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relación con los clientes</b>	<b>Segmento de clientes</b>
Nutricionistas	Selección de capacitadores	Capacitación especializada	Contacto telefónico con personal de servicio al cliente	3.773 profesionales de enfermería que quieren incrementar sus
Profesionales de la salud: como traumatólogos, terapistas y enfermeras	Alianzas con instituciones públicas ligadas al sector de salud y discapacidades	a las personas y profesionales de enfermería y sus auxiliares que tienen bajo su cuidado a pacientes con	Redes sociales y página web	
Hospitales y centros médicos	Convenios con instituciones de salud privadas			

Organizaciones de los sector público y privado ligadas a la salud y discapacidades	<p><b>Recursos clave</b></p> <p>Asesores comerciales y servicio al cliente</p> <p>Instalaciones para brindar capacitación</p> <p>Metodología de enseñanza</p>	discapacidad enfocándose en temas de alimentación, cuidado de la piel, apoyo psicológico y dolores corporales.	<p><b>Canales</b></p> <p>Canal directo: asesores comerciales</p> <p>Canal indirecto: convenio y alianzas con instituciones públicas y privadas</p>	<p>conocimientos en cuidado de personas con discapacidad</p> <p>65.734 personas que cuidan de pacientes con discapacidad física.</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p>Gastos administrativos</p> <p>Gastos salarios</p> <p>Gastos capacitación</p>		<p><b>Fuente de ingresos</b></p> <p>Aporte de los accionistas</p> <p>Financiamiento bancario</p> <p>Ingreso por ventas</p>		

## 5.2 Mezcla de Marketing

### 5.2.1 Descripción del servicio

La ejecución del curso se enfoca en módulos, cada uno desarrolla un tema específico según el siguiente contenido (sílabo):

#### Módulo 1: Introducción a los cuidados de personas discapacitadas

- Relación conceptual entre deficiencia, discapacidad y minusválidos
- Marco legal en el Ecuador referente a las personas con discapacidad.
- Planificación en el cuidado de la persona con discapacidad física y manejo de interconsultas médicas.

Duración: 6 horas semanales durante 2 semanas

#### Módulo 2: Perfil del cuidador

- Actitud del cuidador
- Habilidades sociales del cuidador
- Relación con la familia
- Comunicación asertiva
- Atención al paciente
- Resolución de conflictos
- Ética profesional

Duración: 6 horas semanales durante 2 semanas

#### Módulo 3: Discapacidad física

- Conceptualización
- Clasificación y etiología
- Ayudas técnicas y mecánicas de ambulación
- Actividad en momentos de ocio y tiempo libre
- Rehabilitación
- Cambios postulares



- Cuidado de la piel
- Medición de signos vitales
- Tratamiento farmacológico

Duración: 8 horas semanales durante 3 semanas

#### Módulo 4: Actuación del cuidador

- Cuidados generales
- Higiene y aseo
- Alimentación
- Comportamiento del discapacitado

Duración: 6 horas semanales durante 2 semanas

En la siguiente tabla se muestra el resumen del contenido del curso de capacitación y su duración:

**Tabla 5:** Módulos de trabajo

<b>Módulos</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración (semanas / horas)</b>
Módulo 1	Introducción a los cuidados de personas discapacitadas	2 semanas / 12 horas
Módulo 2	Perfil del cuidador	2 semanas / 12 horas
Módulo 3	Discapacidad física	3 semanas / 24 horas
Módulo 4	Actuación del cuidador	2 semanas / 12 horas
<b>Total</b>		9 semanas / 60 horas

La duración total del curso son 9 semanas y 60 horas, esto implica que el curso se prolongue durante un trimestre, considerando los días que corresponde a feriados locales y nacionales. Es por ello por lo que se planifica impartir 4 cursos de capacitación durante un año calendario, cada curso iniciaría los meses de enero – abril – julio y octubre.

La capacidad de las aulas es de máximo 15 personas, para este espacio se dispondrá de aulas académicas y el aula de práctica donde se realizarán los ejercicios en base al uso de maniqués médicos para que los estudiantes puedan conocer cómo implementar los cuidados a la persona con discapacidad.



**Figura 3:** Maniqués para capacitación

El curso será desarrollado por profesionales médicos, enfermeras y psicólogos capacitados para el cuidado de personas con discapacidad, con el aval de la Fundación Ecuatoriana de Cuidados Paliativos (FECUPAL), para lo cual se pretende firmar un convenio de cooperación con el fin de avalar el contenido del programa. El valor del convenio es \$ 2.500 que formará parte de la inversión inicial. Este valor es un aproximado de convenios pasados que ha realizado la fundación, sin embargo, el mismo puede variar.

### **Branding**

El nombre comercial asignado a la empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física es Apoyo, con el uso de este nombre se busca transmitir el sentido principal de la escuela de capacitación que convertirá

a nuestros estudiantes en apoyo para las personas que sufren de alguna discapacidad física. Para representar el nombre de la empresa se ha escogido el siguiente logotipo:



**Figura 4:** Logo de la empresa

El logotipo escogido representa la acción conjunta que consiste la tarea de cuidar a una persona con discapacidad, es por ello, que la figura central muestra a un grupo de personas tomadas de la mano formando un círculo de apoyo que constituyen la familia y amigos que cuidan a una persona con discapacidad física. Los colores para el isotipo son tonalidades pastel y de diversos colores con el fin de transmitir un mensaje de diversidad, las figuras se encuentran rodeadas de un círculo de color rojo para resaltar el isotipo de las personas.

Las letras son diseñadas en una tonalidad negra para transmitir un mensaje de sobriedad y elegancia al logotipo, lo cual transmite un contraste con el isotipo y permite que resalte en su conjunto. El diseño de las tarjetas de presentación es el siguiente:



**Figura 5:** Tarjetas de presentación

## **Soporte**

El soporte de los servicios de capacitación se lleva a cabo con el respaldo de la Fundación Ecuatoriana de Cuidados Paliativos (FECUPAL), que será el organismo encargado de avalar el desarrollo del curso, por lo cual en el diploma de reconocimiento entregado al estudiante constará su sello y firma del director académico de la mencionada fundación.

### **5.2.2 Precio**

#### **Estrategia general de precio**

La estrategia general de precio a utilizar por la empresa es la fijación de precios basado en el valor, de acuerdo con Kotler & Armstrong (2013) esta estrategia consiste en el “establecimiento del precio basado en las percepciones del comprador y no en los costos que tiene el vendedor, implica ofrecer la combinación de calidad y buen servicio a un precio justo y adecuado”. La fijación de precio se establece en base al valor percibido por el cliente, ya que es un servicio y no tiene costeo como un producto. En base de este criterio se utilizó como referencia el modelo de fijación de VanWestendorp.

En base de esta estrategia el precio será fijado en base del valor que las personas que requieren del servicio de capacitación, por esta razón es importante dar a conocer los atributos del servicio como la calidad de la capacitación, preparación

de los docentes, metodología de enseñanza avalada por organismos internacionales e infraestructura del centro de capacitación.

### **Estrategia de entrada**

Como estrategia de entrada de precios se establece la estrategia de “Más por más este posicionamiento implica un precio mayor por un mayor beneficio”. La empresa ha seleccionado esta estrategia basados en los atributos del servicio que se reflejan en la oportunidad de que los asistentes puedan incrementar su capacidad para el cuidado de personas con discapacidad física.

El precio de entrada para el servicio de capacitación se establece en un pago única como concepto de matrícula por un valor de \$ 60 y tres pagos mensuales de \$ 120, este precio incluye los servicios de capacitación, material de apoyo impreso, uso de la biblioteca virtual, acceso a material especializado en el cuidado de personas con discapacidad, coffee break, instalaciones adecuadas para el desarrollo de la capacitación y certificado de participación avalado por la Fundación Ecuatoriana de Cuidados Paliativos (FECUPAL).

### **Estrategia de ajuste**

La estrategia de ajuste se establece en coordinación la estrategia de promoción de conceder una rebaja del 20% del valor de la matrícula, esto representa un valor de \$12 cuando los participantes acudan a matricularse en un grupo mayor a tres personas. El valor de la mensualidad se mantiene al precio de \$120 dólares mensuales.

### **5.2.3 Plaza**

#### **Estrategia de distribución**

La estrategia de distribución que la empresa plantea utilizar es la distribución exclusiva la cual se define como aquella que no requiere de intermediarios para entregar el servicio al consumidor final (Kotler & Armstrong, 2008), se selecciona

esta estrategia en vista de que el servicio de capacitación será entregado directamente por la empresa a sus clientes, que están conformados por profesionales de enfermería que quieren especializarse en el tema de cuidado de personas con discapacidad y personas particulares que quieren perfeccionar el cuidado a sus familiares.

El servicio de capacitación se realizará en las instalaciones de la empresa, donde se cuenta con aulas de clase y espacios exclusivos para la práctica con el uso de maniqués médicos, camillas, sillas de ruedas y demás equipamiento que se requiere para la transmisión de conocimientos.

### **Estructura del canal de distribución**

El canal que utilizará la empresa es el de distribución nivel cero, es decir no existe intermediario, la relación con el cliente es directa, haciendo perceptible el servicio de capacitación y mostrando que existe una organización seria y profesional detrás de las personas que comercializan el servicio de capacitación.

### **Punto de venta**

El servicio de capacitación será brindado como ya se mencionó antes en las instalaciones propias de la empresa, adicional a las aulas de clases teóricas y prácticas, el punto de venta contiene las oficinas administrativas para el personal de atención al estudiante, biblioteca especializada y espacios comunes donde los estudiantes pueden interactuar entre ellos.

### **Localización**

Para determinar la localización ideal para el centro de capacitación APOYO se analiza tres ubicaciones potenciales, que se ubican en el sector centro norte de la ciudad de Quito, siendo seleccionada la Avenida 12 de octubre entre Colón y Patria, Avenida 10 de agosto entre Naciones Unidas y Mariana de Jesús y Avenida 6 de diciembre entre Gaspar de Villarroel y Naciones Unidas.

Para seleccionar el sitio adecuado en base a criterios técnicos, se utiliza una matriz de localización que se basa en los siguientes criterios de selección:

- Precio del arriendo
- Espacio disponible para el centro de capacitación,
- Parqueadero para los estudiantes y personal
- Seguridad y vías de acceso

La matriz de localización determina los siguientes resultados:

**Tabla 6:** Matriz de localización

<i>Calificación 1: Regular</i>	Precio del arriendo	Espacio disponible	Parqueaderos	Seguridad y vías de acceso	Total
<i>Calificación 2: Buena</i>					
<i>Calificación 3: Excelente</i>					
Avenida 12 octubre	2	3	3	2	<b>10</b>
Avenida 10 de agosto	3	2	1	2	<b>7</b>
Avenida 6 de diciembre	1	2	2	2	<b>7</b>

La ubicación seleccionada es la Avenida 12 de octubre, debido a que tiene la mayor calificación de la matriz de localización, adicionalmente se encuentra en una zona donde varias universidades e institutos tecnológicos, por lo que, se tiene

un valor agregado para los estudiantes de ciencias de la salud que pueden interesarse en el curso de capacitación.

El precio del arriendo en un edificio de la zona tiene un valor de \$ 650, que incluye un espacio de 85 metros cuadrados, donde se pueden ubicar las oficinas administrativas y las aulas de clase práctica y teórica, adicionalmente se tiene parqueaderos y el pago del arriendo incluye los servicios de seguridad.

#### **5.2.4 Promoción**

##### **Estrategia promocional**

Con el fin de equilibrar la ejecución de la estrategia de distribución con la promoción del servicio de capacitación, se ejecuta una estrategia de atracción, de esta manera se busca atraer al mercado objetivo, constituido por las personas que cuidan de pacientes con discapacidad y los estudiantes de las carreras de enfermería que deseen especializarse en la prestación del servicio de cuidado a personas con discapacidad. Para ejecutar esta estrategia se realizan las siguientes acciones de promoción:

##### **- Publicidad**

El eje central de la publicada será comunicar la existencia del centro de capacitación Apoyo hacia el mercado objetivo, enfocándose en la transmisión del mensaje que para cuidar a una persona con discapacidad física es necesario prepararse con profesionales capacitados y con una metodología de enseñanza certificada por organismos con experiencia en el cuidado de personas con discapacidad física como son FECUPAL y la Fundación Triada y a su vez, con la cualificación en capacitaciones de SETEC.

**Página web:** debido a la importancia del uso de la tecnología es necesario que el centro de capacitación Apoyo tenga presencia en internet con una página web dinámica, amigable con el usuario y que tenga la suficiente información para



despertar la atención del internauta. El contenido de la página web debe ser informativo y que genere expectativa para que el visitante se interese en solicitar información, la estructura de la página web debe ser visual y contendrá los siguientes puntos:

- Información sobre el centro de capacitación Apoyo
- Detalle del contenido curricular del curso de capacitación
- Certificaciones internacionales
- Testimonios de estudiantes y profesores
- Datos de contacto
- Chat de información en línea

El precio por el diseño de la página web es \$ 1.800, este valor incluye el alojamiento y mantenimiento con duración de un año, a partir del año 2 se debe cancelar un solo pago de \$ 180.



**Figura 6:** Página web

**Google adwords:** para generar tráfico de internautas hacia la página web se planifica contratar publicidad en el buscador Google con el uso de palabras claves, que utilizan las personas que buscan información en internet, estas palabras serán relacionadas al servicio de capacitación. Para esta acción de publicidad se prevé utilizar un presupuesto mensual de \$ 50.

**Redes sociales:** el centro de capacitación debe contar con perfiles en Facebook, Instagram y Twitter, de esta manera puede comunicar a sus estudiantes información referente al centro de capacitación. Todos los alumnos matriculados formaran parte de la comunidad de APOYO, de esta manera se busca difundir las actividades y la organización de eventos de relaciones públicas.

- **Promoción de ventas**

La promoción en ventas se establece para la matriculación de grupos de estudiantes de tres o más personas, el descuento se realizaría en la matrícula por cada estudiante, sin embargo en el área financiera no se puede establecer esta promoción porque no se sabe que cantidad de promociones se vayan a entregar.

- **Relaciones públicas**

La actividad de relaciones públicas forma parte del eje central de la promoción del centro de capacitación Apoyo, para lo cual se ejecutarán convenios de trabajo en base a los lineamientos de donde procede su mercado objetivo, en este caso se tiene previsto realizar convenios con los institutos tecnológicos y universidades que tienen en su pensum académico las carreras de auxiliar de enfermería y enfermería respectivamente. Como parte del convenio, el centro de capacitación realizará charlas de capacitación a los estudiantes de forma gratuita para que conozcan cual es la metodología de trabajo del centro y en que se enfoca el cuidado a personas con discapacidad física.

Para los potenciales clientes que forman parte del grupo del mercado objetivo que tienen un familiar con discapacidad física se estipula acceder a través de instituciones públicas y fundaciones, como es el caso del Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades y la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física.

El convenio consiste en invitar a las personas que son encargadas del cuidado de una persona con discapacidad a una clase demostrativa en el centro de capacitación Apoyo para que conozcan directamente la metodología de enseñanza.

La puesta en marcha de esta acción de relaciones públicas se realizará de manera continua y tendrán una hora de duración, planificándose de acuerdo con la disponibilidad de los profesores del centro de capacitación. Para esta actividad se destinará un presupuesto de \$ 400 mensuales, que comprende la logística relacionada con la organización de los eventos gratuitos de capacitación.

- **Material promocional**

El material promocional para los eventos gratuitos de capacitación comprende la entrega de un cuaderno y esfero con el logotipo de Apoyo, de esta manera pueden tomar nota sobre la información impartida. Adicionalmente se sortearán camisetas entre los asistentes, mediante la realización de un concurso que valida los conocimientos adquirido en el evento. El presupuesto asignado es \$150 dólares mensuales, que se encuentra dentro del presupuesto del plan de marketing mix



**Figura 7:** Camisetas promocionales

### 5.2.5 Personas

La fuerza de ventas del centro de capacitación se encargará de la coordinación de los convenios con las instituciones mencionadas y en mantener una relación directa con las personas involucradas en cada institución, de esta forma se mantiene activa la generación de las charlas de capacitación. Por ende, es primordial contar con personal que conforme la fuerza de ventas de la empresa con capacidad para negociar y tener habilidades comunicativas, así como experiencia en venta de servicios e intangibles:

**Tabla 7:** Descripción asesor ventas

Cargo	Funciones	Experiencia/ Educación	Sueldo Mensual
<b>asesor comercial - ventas</b>	Prospectar clientes potenciales entre estudiantes de enfermería y personas que tengan un familiar con discapacidad.	2 años de experiencia en venta de servicios intangibles. Tercer nivel en carreras de Administración o afines.	\$600,00

### 5.2.5 Procesos

En lo que corresponde al plan de marketing, el principal proceso que se debe tomar en cuenta es la captación del cliente mediante la atracción hacia los servicios de capacitación, esto se cumple con el desarrollo de las siguientes actividades de marketing digital:

1. Creación de contenido personalizado enfocado en la prestación del servicio de capacitación de APOYO

2. Landing pages para los interesados que solicitan información en la página web.
3. Email marketing
4. Optimización en motores de búsqueda en internet con el uso de palabras claves con la prestación del servicio.

### 5.3 Presupuesto Marketing Mix

El presupuesto de las actividades señaladas en el marketing mix es el siguiente:

**Tabla 8:** Presupuesto Marketing Mix

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseño imagen corporativa	650,00				
Diseño página web	1.800,00				
Dominio y hosting página web		180,00	183,98	188,04	192,20
Google adwords	600,00	613,26	626,81	640,67	654,82
Relaciones públicas	4.800,00	4.906,08	5.014,50	5.125,32	5.238,59
Material promocional	1.800,00	1.839,78	1.880,44	1.922,00	1.964,47
<b>Total</b>	<b>9.650,00</b>	<b>7.539,12</b>	<b>7.705,73</b>	<b>7.876,03</b>	<b>8.050,09</b>

En el año 1 se desembolsa un valor de \$ 9.650 que equivale al 25% del presupuesto del marketing mix, esto se debe a que existe un mayor esfuerzo de recursos debido a la puesta en marcha de la página web y el diseño de la imagen

corporativa. A partir del año 2, el presupuesto se reduce a \$ 7.539 y se mantiene en el mismo rango hasta el valor de \$ 8.050 en el año 5.

## **6 PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.1 Misión, visión y objetivos de la organización**

#### **6.1.1 Misión**

“El centro de capacitación Apoyo es una empresa enfocada en brindar servicios de capacitación concentrándose en mejorar el cuidado y estilo de vida de las personas que padecen discapacidad física. La metodología de enseñanza se fundamenta en estándares avalados por entidades especializadas, el apoyo de un grupo de profesionales con experiencia y capacitados para compartir su conocimiento con nuestros estudiantes”

#### **6.1.2 Visión**

“En el año 2024 seremos un referente a nivel local y con proyección nacional por impartir el conocimiento necesario para que las personas con discapacidad puedan disfrutar de un mejor nivel de vida en base de cuidados especializados. Nuestro enfoque es apoyar a una cultura de respeto hacia las personas con discapacidad en base de un trato justo para beneficio de sus familiares y la integridad de la sociedad”.

#### **6.1.3 Objetivos SMART de la organización**

Para plantear los objetivos se considera las perspectivas de la metodología del Balance Score Card, herramienta de control empresarial que permite establecerlos y controlar que se cumplan. A continuación, se detallan los objetivos de mediano y largo plazo de este plan de negocios:

**Tabla 9:** Objetivos de la empresa

Perspectiva	Objetivo	Fecha de cumplimiento	Indicador
Financiera	Aumentar el nivel de ingresos por ventas en el 10% entre el año 1 y año 3	Año 2021 – Mediano Plazo	Ingresos por ventas año 3 – Ingreso por ventas año 1 / Ingreso por ventas año 1
	Obtener el margen neto de ventas sobre utilidad mayor al 15%	Año 2022 – Largo Plazo	Margen operacional – Gastos / Utilidad neta
Cliente	Mantener un presupuesto de publicidad entre el 3% y 5% de la utilidad neta para incrementar el número de matriculados	Año 2020 – Mediano Plazo	Gastos de publicidad / Utilidad neta
	Evaluar la satisfacción del estudiante mediante el uso de encuestas al final del curso de	Año 2020 – Mediano Plazo	100% de los estudiantes evaluados

	capacitación		
Formación y crecimiento	Capacitar dos veces al año al personal docente del centro de capacitación en base al convenio con FECUPAL.	Año 2021 – Mediano Plazo	Número de docentes capacitados de acuerdo con el convenio con FECUPAL.
Procesos internos	Evaluar la satisfacción del cliente en el desarrollo de la capacitación	Año 2024 – Largo Plazo	100% de los clientes que reciben capacitación tienen una calificación de satisfacción al cliente superior al 8,5/10

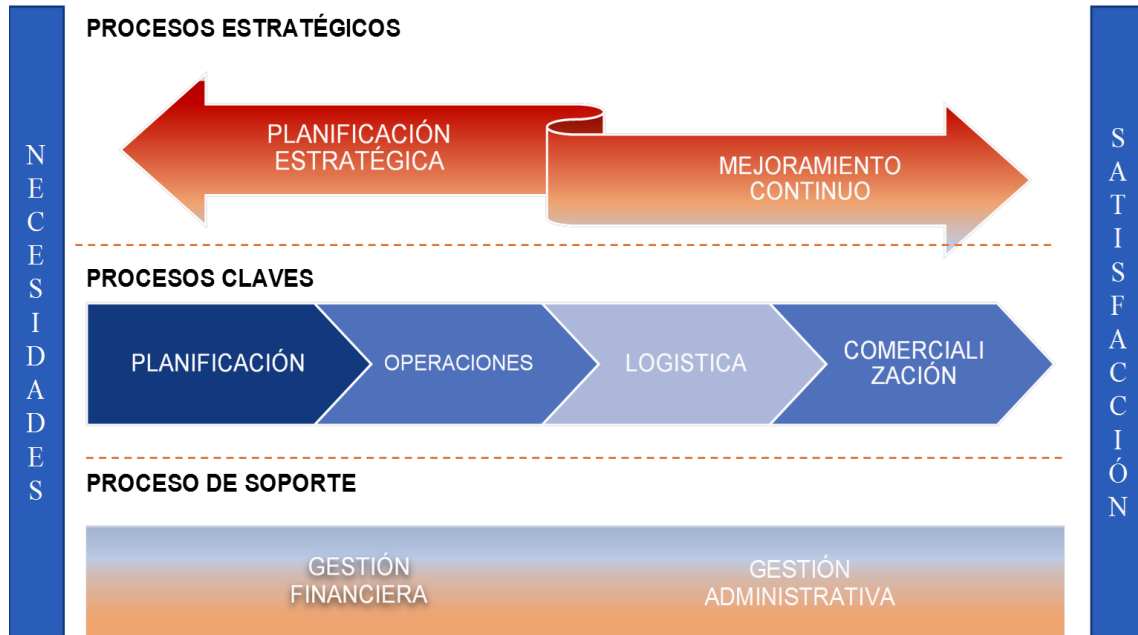
## 6.2 Plan de operaciones

### 6.2.1 Procesos requeridos para el funcionamiento de la empresa

#### Mapa de procesos

El funcionamiento de la organización se fundamenta en tres tipos de procesos divididos en estratégicos, claves y soporte, identificados en el mapa de procesos, a través del cual se puede conocer el desempeño y la relación de interacción entre cada proceso, tal y como se aprecia en la siguiente figura:





**Figura 7:** Mapa de procesos

**Procesos Estratégicos:** este proceso se relaciona con la gestión de la dirección de la empresa en el establecimiento de las políticas, estrategias y objetivos que orientarán la operación de la empresa. Dentro de este proceso se ubican la planeación estratégica y mejoramiento continuo.

**Procesos Claves:** se refiere a las actividades claves para la operación de la empresa, agregan valor al cliente y buscan satisfacer sus necesidades, así como el resultado previsto por la organización, estos son: Planificación, Operaciones, Logística y Comercialización.

**Procesos de Soporte:** incluye las actividades que sirven para proveer de recursos necesarios para el resto de los procesos estratégicos y claves. Los procesos de apoyo de la empresa son: gestión administrativa y financiera.

## Cadena de Valor

De acuerdo con lo mencionado por Porter (2009) la cadena de valor es una “herramienta que sirve para identificar formas de crear más valor para los clientes”. Se identifican dos tipos de actividades en la cadena de valor establecida para la empresa: las primarias que generan valor para la relación del cliente con la empresa y permiten crear una ventaja competitiva frente a la competencia, las secundarias requeridas para el buen funcionamiento de las actividades primarias, como se muestra en la siguiente figura:



**Figura 8:** Cadena de valor

La descripción de las actividades se presenta a continuación:

- **Planificación:** se refiere al proceso de planificación de todas las actividades que involucran el diseño del curso de capacitación, esto es elaboración del sílabo, contratación de instructores, entre otros.

- **Logística:** la logística se refiere al proceso de adecuación del aula, abastecimiento del equipamiento y materiales necesarios por el instructor para el desarrollo de las actividades de capacitación, con el fin de prestar el servicio de manera satisfactoria.
- **Operaciones:** este proceso se refiere a la entrega del servicio de capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física a cargo de profesionales capacitados que cuenten con una metodología de enseñanza que dirigen las actividades previamente establecidas.
- **Comercialización y ventas:** se relaciona con todo el proceso de mercadear el servicio de capacitación a través de actividades de publicidad, promoción, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación con el fin de atraer a los clientes e instituciones al servicio de capacitación, está a cargo del área comercial de la empresa.
- **Servicio Postventa:** Servicio de calidad, manejo de reclamos, soporte al cliente, buen servicio que faciliten las relaciones interpersonales, medición de satisfacción del cliente.

### 6.2.2 Ciclo de Operaciones

El ciclo de operaciones de la empresa se representa en el siguiente diagrama de flujo:

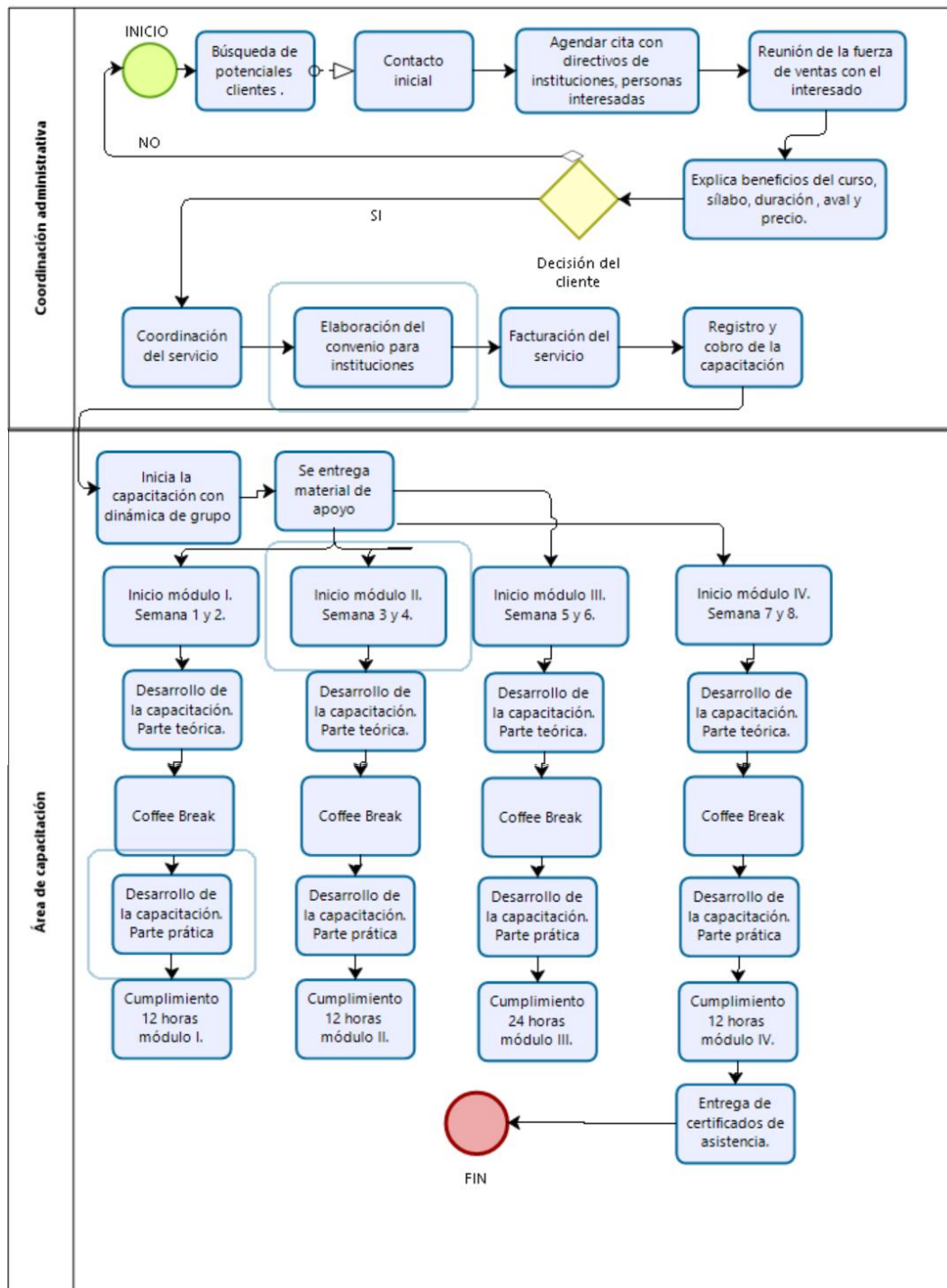


Figura 9: Flujoograma

## **6.3 Estructura Organizacional**

### **6.3.1 Estructura legal**

La estructura legal está conformada por dos accionistas, que a su vez cumplen su rol de funcionarios en la organización, la figura legal para la conformación de la empresa es compañía limitada, con un aporte igualitario de 50% en la constitución de la empresa y en la compra de los activos fijos.

En el aspecto regulatorio la empresa debe cumplir con los siguientes tramites:

1. Solicitud de apertura del Registro Único de Contribuyentes en el servicio Rentas Internas.
2. Inscripción de la sociedad constituida en la Superintendencia de Compañías.
3. Pago de patente municipal
4. Solicitud de Licencia Única de Actividades Económicas
5. Registro de marca en el IEPI
6. Calificación como Empleador en el IEPI
7. Solicitud de calificación ante la Secretaría de Cualificaciones (SETEC)

Con el cumplimiento de estos trámites el centro de capacitación puede dar inicio a sus cursos, según su planificación comercial y operativa.

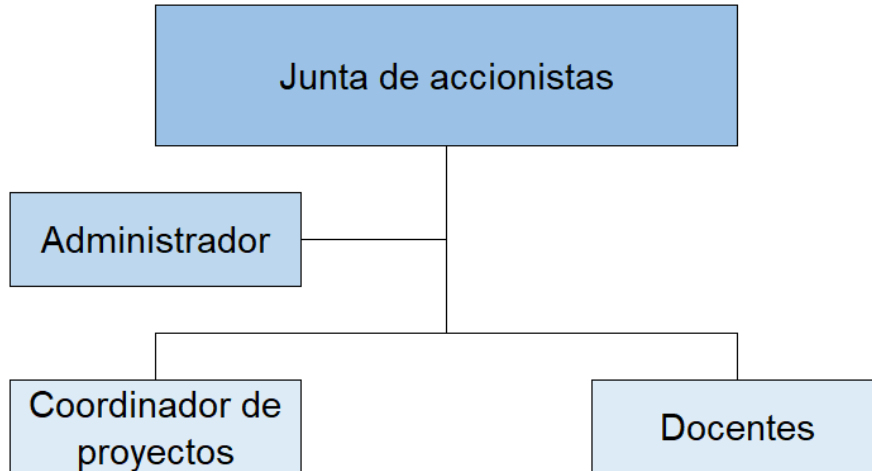
### **6.3.2 Diseño organizacional: tipo de estructura y organigrama**

La estructura organizacional planteada es funcional, porque cada persona cumplirá sus actividades según el criterio establecido en los perfiles de cargo y manual de funciones. Como se mencionó anteriormente, el centro de capacitación funcionará en su etapa inicial con dos personas como funcionarios a tiempo completo, quienes son los propietarios del centro de capacitación.

Las funciones del Administrador será encargarse de los aspectos operativos del centro de capacitación y la relación comercial con las instituciones educativas que

participarán de los eventos de capacitación. En el caso del Coordinador de Proyectos, sus funciones serán coordinar el trabajo de los docentes y las funciones académicas del centro de capacitación.

De esta manera se plantea el siguiente organigrama:



**Figura 10:** Organigrama

Bajo las funciones del área de coordinación de proyectos se encuentran los docentes, quienes serán contratados mediante prestación de servicios y no formarán parte de la nómina de la empresa, por tanto, no tendrá beneficios sociales. El pago a los docentes se establece en un valor de \$ 600,00 mensuales según la programación horaria que corresponda.

El salario que percibe el administrador y el coordinador de proyectos es \$ 900 mensuales más los beneficios sociales, esto determina un gasto por nómina de \$ 2.234,37 mensuales.

## 7 EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1 Proyección de ingresos y gastos

La proyección de ingresos considera dos indicadores para el dinamizar el modelo financiero, estos son promedio de crecimiento de la industria y la inflación promedio, para ambos casos se utiliza el rango de tiempo comprendido entre el año 2010 y 2018, obteniendo un crecimiento de la industria de 13,2% y la inflación promedio de 1,89%.

La disposición de estudiantes en la etapa inicial del centro de capacitación, son 20 estudiantes, esta cifra crecerá conforme el crecimiento de la industria hasta la alcanzar el número de 33 estudiantes que asisten a los eventos de capacitación en el año 5. Los ingresos consideran dos rubros, el primero es la matrícula que se paga una sola vez por \$ 60 y el segundo es la pensión mensual de \$ 120, que es cancelada mientras dura el evento de capacitación. En base de esta información se establece la siguiente proyección de ingresos, que se dan mediante pagos de matrícula por toda la capacitación y mensualidades, según el módulo:

**Tabla 10:** Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	33.600	39.477	45.469	51.535	59752

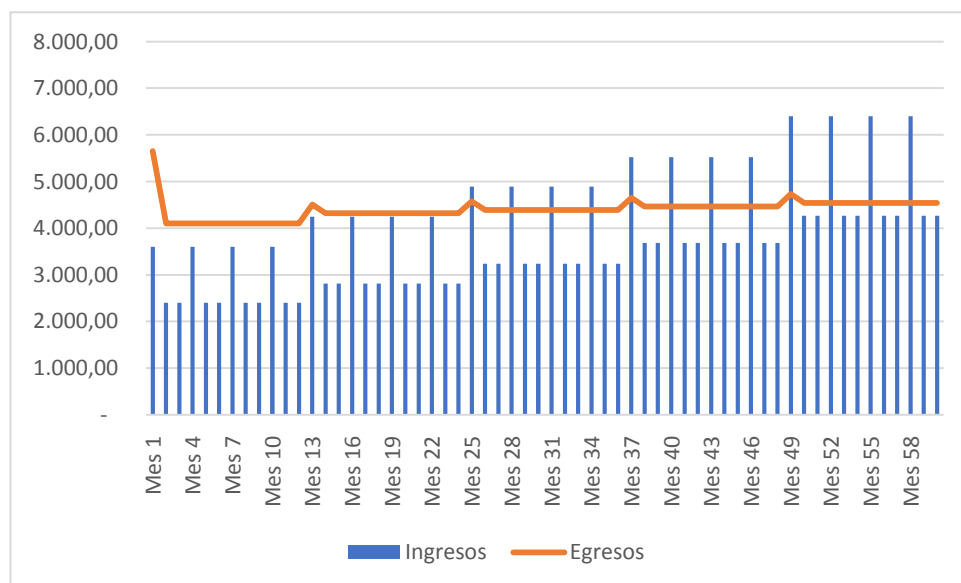
El crecimiento anual de ingresos alcanza un porcentaje promedio de 15,5%, que permite al centro de capacitación mantener un flujo constante de ingresos durante la evaluación del proyecto.

En el caso de la proyección de gastos se debe considerar los desembolsos de dinero por concepto de pago de nómina y los gastos generales, estos valores se incrementan conforme la inflación promedio, es importante mencionar que los valores del presupuesto de marketing se registran en los gastos generales. La proyección de gastos es la siguiente:

**Tabla 11: Gastos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos sueldos	26.812	29.138	29.674	30.220	30.776
Gastos generales	23.990	22.916	23.221	23.552	23.889
<b>TOTAL</b>	<b>50.802</b>	<b>52.054</b>	<b>52.895</b>	<b>53.772</b>	<b>54.665</b>

El crecimiento de los gastos entre el año 1 y 5 es 1,52% en promedio anual, a pesar de este bajo crecimiento existe un déficit generado entre ingresos y gastos, por lo que el proyecto a partir de la generación de los gastos tiene el riesgo de no ser viable. En la siguiente figura se muestra el comportamiento de los ingresos y gastos mensuales proyectados para el centro de capacitación:

**Figura 11: Ingresos vs gastos**

La información de la figura muestra que existen períodos prolongados entre el año 1 y año 2 donde los egresos son superiores a los ingresos.

## 7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo

### 7.2.1 Inversión inicial



La inversión inicial del centro de capacitación es \$ 25.378, que comprende la adquisición de mobiliario y equipamiento por un valor de \$ 14.528, los gastos de apertura por \$ 5.850 y el capital de trabajo por \$ 5.000.

En lo que respecta a la adquisición de mobiliario se desglosa en equipamiento \$ 11.868, que comprende la compra de lo siguiente:

**Tabla 12:** Costo implementos inversión

<b>Detalle mobiliario</b>	<b>Valor total</b>
Pizarras	90,00
Proyector	1.700,00
Sillas	630,00
Mesas escritorio	1.620,00
Decoración aula	250,00
Maniquí medico	3.300,00
Camillas	780,00
Sillas de ruedas	1.020,00
Estación de trabajo	900,00
Archivadores	300,00
Sillas	178,00
Mesa de reuniones	800,00
Decoración	210,00
Activos menores	90,00
Equipo de computación	2.660
	<b>14.528</b>

### 7.2.1 Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento del centro de capacitación se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 13:** Inversión Inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>25.378,00</b>
CAPITAL PROPIO (75%)	19.033,50
CRÉDITO BANCARIO (25%)	6.344,50

El valor de \$ 19.033,50 será aportado por los dos accionistas en partes iguales y el saldo de \$ 6.344,50 será financiado a través del Banco Pichincha, con una tasa de 11,30%, plazo de cinco años y cuota mensual de \$ 138,90.

### 7.2.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo que aportarán los accionistas a la empresa en su fase inicial es \$ 5.000, este monto será empleado para cubrir las necesidades de liquidez en los primeros meses de operación. A partir del agotamiento de este fondo, los accionistas no podrán aportar mayor cantidad de dinero.

## 7.3 Proyección de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

### 7.3.1 Estado de resultados

El estado de resultados proyectado entre el año 1 y año 5 es el siguiente:

**Tabla 14:** Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales	33.600	39.477	45.469	51.535	59.752
Gastos sueldos	26.812	29.138	29.674	30.220	30.776
Gastos generales	23.990	22.916	23.221	23.552	23.889
Gastos de depreciación	1.114	1.112	1.112	684	684
Gastos de amortización	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE</b>	<b>(18.316)</b>	<b>(13.690)</b>	<b>(8.538)</b>	<b>(2.921)</b>	<b>4.402</b>

<b>INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.</b>					
Gastos de intereses	666	547	414	265	98
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(18.982)</b>	<b>(14.237)</b>	<b>(8.952)</b>	<b>(3.186)</b>	<b>4.304</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	646
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(18.982)</b>	<b>(14.237)</b>	<b>(8.952)</b>	<b>(3.186)</b>	<b>3.658</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	549
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(18.982)</b>	<b>(14.237)</b>	<b>(8.952)</b>	<b>(3.186)</b>	<b>3.110</b>

La información del estado de resultados muestra que la empresa no alcanza su punto de equilibrio entre el año 1 y 4, por lo que no logran la sustentabilidad financiera, generando una pérdida con el consiguiente perjuicio para los accionistas del proyecto.

### 7.3.2 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera inicial y proyectado entre el año 1 y año 5 es el siguiente:

**Tabla 15:** Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>ACTIVOS</u></b>	25.378	5.658	(9.699)	(19.904)	(24.492)	(23.043)
<i>Corrientes</i>	5.000	(13.606)	(27.851)	(36.944)	(40.847)	(38.714)
Efectivo	5.000	(13.606)	(27.851)	(36.944)	(40.847)	(38.714)
<i>No Corrientes</i>	20.378	19.264	18.152	17.040	16.355	15.671

Propiedad, Planta y Equipo	14.528	14.528	14.528	14.528	14.528	14.528
Depreciación acumulada	-	1.114	2.226	3.338	4.023	4.707
Intangibles	5.850	5.850	5.850	5.850	5.850	5.850
<b><u>PASIVOS</u></b>	<b>6.345</b>	<b>5.607</b>	<b>4.487</b>	<b>3.234</b>	<b>1.832</b>	<b>171</b>
<i>Corrientes</i>	-	263	263	263	263	171
Sueldos por pagar	-	263	263	263	263	263
Impuestos por pagar	-	-	-	-	-	(92)
<i>No Corrientes</i>	<b>6.345</b>	<b>5.344</b>	<b>4.224</b>	<b>2.971</b>	<b>1.569</b>	-
Deuda a largo plazo	6.345	5.344	4.224	2.971	1.569	-
<b><u>PATRIMONIO</u></b>	<b>19.034</b>	<b>51</b>	<b>(14.186)</b>	<b>(23.138)</b>	<b>(26.324)</b>	<b>(23.214)</b>
Capital	19.034	19.034	19.034	19.034	19.034	19.034
Utilidades retenidas	-	<b>(18.982)</b>	<b>(33.219)</b>	<b>(42.171)</b>	<b>(45.357)</b>	<b>(42.248)</b>

El estado de resultados muestra el deterioro del patrimonio de la empresa, ya que, a partir del año 3, se alcanza un patrimonio negativo, lo que es inviable para la empresa y limitaría su operación. De igual manera sucede con la cuenta de efectivo que alcanza un saldo negativo desde el año 1 de operación, lo cual indica que el proyecto no podría funcionar con el aporte de capital de trabajo de \$ 5.000, este valor es insuficiente.

### 7.3.3 Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo proyectado es el siguiente:

**Tabla 16:** Estado de flujo de efectivo

<b>AÑOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Actividades Operacionales	-	(17.606)	(13.125)	(7.840)	(2.502)	3.702
Utilidad Neta		(18.982)	(14.237)	(8.952)	(3.186)	3.110
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación		1.114	1.112	1.112	684	684
+ Δ Sueldos por pagar		263	(0)	(0)	(0)	-
+ Δ Impuestos		-	-	-	-	(92)
		-	-	-	-	-
Actividades de Inversión	(20.378)		-	-	-	-
- Adquisición PPE y intangibles	(20.378)		-	-	-	-
		-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	25.378		(1.120)	(1.253)	(1.402)	(1.569)
+ Δ Deuda Largo Plazo al final del periodo	6.345	5.344	(1.089)	(1.253)	(1.402)	(1.569)
- Pago de dividendos		-	-	-	-	-
+ Δ Capital	19.034		-	-	-	-
		-	-	-	-	-
<b>INCREMENTO</b>	<b>5.000</b>	<b>(18.606)</b>	<b>(14.244)</b>	<b>(9.093)</b>	<b>(3.904)</b>	<b>2.133</b>

NETO EN EFECTIVO						
EFECTIVO AL FIN DEL PERIODO		5.000	(13.606)	(27.851)	(36.944)	(40.847)
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	<b>5.000</b>	<b>(13.606)</b>	<b>(27.851)</b>	<b>(36.944)</b>	<b>(40.847)</b>	<b>(38.714)</b>

El saldo del flujo de efectivo tiene un resultado deficitario desde el año 1, lo que confirma que la empresa no es sustentable en el plazo de evaluación del proyecto.

### 7.3.4 Flujo de caja del proyecto

El flujo de caja del proyecto entre el año 1 y año 5 es el siguiente:

**Tabla 17:** Flujo de caja del proyecto

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DEL PROYECTO	(25.378)	(19.008)	(13.159)	(7.993)	(2.164)	6.774

Los resultados del flujo del proyecto son negativos para el interés de la empresa, debido a que existe una pérdida entre el año 1 y año 4, esto incide en una valoración negativa.

## 7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración

### 7.4.1 Flujo de caja del inversionista

El flujo de caja del inversionista es el siguiente:

**Tabla 18:** Flujo del inversionista

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------

						<b>0 5</b>
FLUJO DEL INVERSIONIST A	(19.033)	(20.450)	(14.641)	(9.521)	(3.742)	5.1 40

El flujo del inversionista tiene el mismo comportamiento negativo que el flujo anterior, con el agravante que no alcanzan los recursos para el pago del crédito inicial.

#### 7.4.2 Cálculo tasa de descuento

Los datos para el cálculo de la tasa de descuento son los siguientes:

**Tabla 19:** Datos tasa descuento

Datos	Parámetros
<b>Tasa libre de riesgo</b>	2,38%
<b>Rendimiento del Mercado</b>	11,85%
<b>Beta</b>	1,20
<b>Beta Apalancada</b>	1,02
<b>Riesgo País</b>	5,57%
<b>Tasa de Impuestos</b>	25,00%
<b>Participación Trabajadores</b>	15,00%
<b>Escudo Fiscal</b>	36,25%
<b>Razón Deuda/Capital</b>	33%
<b>Costo Deuda Actual</b>	11,30%

La tasa de descuento es la siguiente, para el flujo de caja del proyecto se utiliza el WACC de 16,38% y para el flujo del inversionista la tasa de descuento es CAPM de 20,04%.

### 7.4.3 Criterios de valoración

Los criterios de valoración aplicados en las proyecciones financieras son las siguientes:

**Tabla 20:** Criterios de valoración

Criterio de valoración	Resultado	Conclusión
Valor actual neto	Proyecto = \$ - 54.351 Inversionista = \$ -54.476	El valor actual neto es inferior a cero, esto indica que no existe recuperación de la inversión inicial
Tasa interna de retorno	Proyecto = -49,82% Inversionista = -58,28%	La tasa interna es inferior al costo de oportunidad, lo que indica que los accionistas tienen un rendimiento menor al esperado con la inversión en el centro de capacitación.

### 7.5 Índices financieros

Los índices financieros de la empresa son los siguientes:

**Tabla 21:** Índices financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	INDUSTRIA
<b>LIQUIDEZ</b>						
Razon corriente	(51,80)	(106,03)	(140,65)	(155,51)	(226,27)	1,21
<b>ENDEUDAMIENTO</b>						



Razón deuda / capital	10946,23%	-31,63%	-13,98%	-6,96%	-0,74%	66%
<b>RENTABILIDAD</b>						
Rentabilidad sobre activos	-335,51%	146,79%	44,98%	13,01%	-13,49%	13,59%
Rentabilidad sobre patrimonio	-37060,86%	100,36%	38,69%	12,10%	-13,39%	11,82%

El cálculo de los índices financieros muestra que el centro de capacitación tiene una desventaja en relación con sus competidores, porque todos sus indicadores son menores y no permiten una evaluación marcada por razones de rentabilidad o endeudamiento.

## 8 CONCLUSIONES GENERALES

- El gobierno del Ecuador, a través del Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades promueve la igualdad y derechos de personas con discapacidad.
- Por medio de las encuestas realizadas se puede concluir que los familiares de personas con discapacidad física y profesionales del área de salud, en especial enfermeras y auxiliares de enfermería, estarían dispuestos a capacitarse en el cuidado de los pacientes con discapacidad física.
- Existe mayor porcentaje de personas con discapacidad física en los estratos socioeconómicos C- y D.

- La oportunidad de negocio encontrada se basó principalmente en el apoyo del gobierno con políticas gubernamentales a favor de personas con discapacidad, y también en el poco conocimiento sobre el manejo y cuidado de personas con discapacidad física.
- El proyecto propuesto para el centro de capacitación no es viable de ejecutar porque no tienen indicadores sustentables, debido a que los ingresos no alcanzan a sustentar los egresos y los accionistas no disponen del capital de trabajo necesario para inyectar liquidez adicional a la empresa, se calcula que el valor necesario para sustentar el proyecto es \$ 40.847 en el lapso de cinco años. Para que el proyecto sea viable, se debería establecer un valor de matrícula de \$ 100,00 y pensión mensual de \$ 175,00, sin embargo, en la práctica con estos valores la mayoría de sus estudiantes no podrían continuar con sus estudios debido a su condición socioeconómica. Por lo que se recomienda que el proyecto tenga el auspicio de una fundación nacional y/o extranjera que entregue fondos para el funcionamiento del centro de capacitación.

## REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (24 de marzo de 2018). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de *www.bce.fin.ec*: [www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas](http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas)
- Carballeira, E. (12 de diciembre de 2016). Servicios Sociales: La discapacidad física y sus derechos. Obtenido de Aucal Business School: <http://www.aucal.edu/blog/servicios-sociales-comunidad/la-discapacidad-fisica-y-sus-derechos/>
- Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades - Ministerio de Salud Pública. (2016). *www.consejodiscapacidades.gob.ec*. Obtenido de *www.consejodiscapacidades.gob.ec*: [https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/estadistica\\_conadis.pdf](https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/estadistica_conadis.pdf)
- Hidalgo, A. (2017). La rehabilitación terapéutica a pacientes parapléjicos: impacto desde las tecnologías. *Revista de Ciencia y Tecnología en Terapia Física*, 21 - 30. Obtenido de <http://podium.upr.edu/cu/index.php/podium/article/view/687/697>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (octubre de 2017). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Introducción al Marketing*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México DF: Pearson.

Ministerio de Telecomunicaciones. (2018). *www.observatoriotic.mintel.gob.ec*.  
Obtenido de *www.observatoriotic.mintel.gob.ec* - Observatorio TIC:  
<https://observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>

Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Nueva York: Ediciones Pirámide.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021*. Quito: SENPLADES.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.

Servicio Rentas Internas. (2018). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de *www.sri.gob.ec*:  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-sri>

Vicepresidencia de la República. (junio de 2017). *Vicepresidencia de la República*.  
Obtenido de [www.vicepresidencia.gob.ec](http://www.vicepresidencia.gob.ec)

## **ANEXOS**

## **Anexo 1: Encuesta**

### **Universidad de Las Américas**

#### **Encuesta para conocer la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la capacitación para el cuidado de personas con discapacidad física.**

##### **1. Edad del encuestado**

Entre 18 – 25 años

Entre 26 – 31 años

Entre 32 – 36 años

Entre 37 – 45 años

Entre 46 – 55 años

Mayor a 55 años

##### **2. Género**

Femenino

Masculino

Otro

##### **3. ¿En qué sector de la ciudad vive?**

Norte

Centro

Sur

Valles

##### **4. En su entorno familiar alguna persona necesita cuidado debido a una discapacidad física**

Si

No

##### **5. ¿Cuál es su parentesco con el paciente?**

Madre

Padre

Hijo/a

Esposo/a

Hermano/a

Otro:

**6. ¿Conoce los cuidados que debe recibir una persona con discapacidad física?**

Si

No

**7. ¿Cuál de estas actividades representan una mayor dificultad en el momento del cuidado de una persona con discapacidad física? Señale hasta tres opciones.**

Baño del paciente

Limpieza corporal

Preparación de los alimentos para su dieta

Colocación de sonda vesical

Colocación de catéter

Cuidado de la piel

Otro:

**8. ¿Cuál de estas complicaciones de salud ha tenido la persona con discapacidad física?**

Infecciones en las vías urinarias

Escaras

Problemas psicológicos

Dolor corporal

Otro:

**9. ¿Ha recibido capacitación para ejecutar estas tareas de apoyo a la persona con discapacidad física?**

Si

No

**10. ¿Contrataría los servicios de una empresa que capacite a las personas que cuidan a un paciente con discapacidad física?**

Si

No

**11. ¿Conoce una empresa que preste capacitación para el cuidado de las personas con discapacidad física?**

Si

No

**12. A su criterio donde debería desarrollarse la capacitación**

Instalaciones de la empresa de capacitación

Domicilio donde se cuida al paciente

Otro:

**13. ¿Cuál es el medio de comunicación adecuado para promocionar este tipo de servicios?**

Prensa escrita

Radio

Redes sociales

Internet

Profesional de la salud (médico, terapeuta, enfermera)

Publicidad en el centro médico al que asiste

Otro:

**14. ¿Cuál es su red social favorita?**

Facebook

Instagram

Twitter

Whatsapp

Otro:



15. ¿A qué precio dentro del rango \$ 5,00 a \$ 30,00 considera muy barato para una hora de capacitación en el cuidado de una persona discapacidad física, que le haría dudar de su calidad y no contratarlo?

16. ¿A qué precio dentro del rango \$ 5,00 a \$ 30,00 considera barato para una hora de capacitación en el cuidado de una persona discapacidad física y aun así lo contrataría?

17. ¿A qué precio dentro del rango \$ 5,00 a \$ 30,00 considera caro para una hora de capacitación en el cuidado de una persona discapacidad física y aun así lo contrataría?

18. ¿A qué precio dentro del rango \$ 5,00 a \$ 30,00 considera muy caro para una hora de capacitación en el cuidado de una persona discapacidad física y no lo contrataría?

19. ¿Cuál precio entre \$5,00 - \$30,00 consideraría usted como justo para una hora de capacitación en el cuidado de una persona discapacidad física?

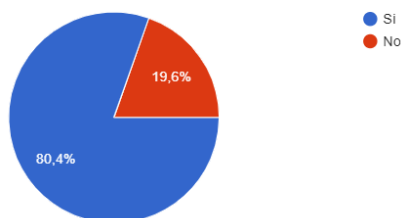
## Anexo 2: Matriz de correlación

	1. Edad del encuestado	2. Género	3. ¿En qué sector de la ciudad vive?	4. En su entorno familiar alguna	5. ¿Cuál es su parentesco con el	6. ¿Conoce los cuidados que debe	7. ¿Cuál de estas actividades	8. ¿Cuál de estas complicaciones	9. ¿Ha recibido capacitación	10. ¿Contrataría los servicios	11. ¿Conoce una empresa que preste	12. A su criterio donde debería	13. ¿Cuál es el medio de comunicación	14. ¿Cuál es su red social favorita?
1. Edad del encuestado	1,00000													
2. Género	0,13073	1,00000												
3. ¿En qué sector de la ciudad vive?	0,12930	-0,03761	1,00000											
4. En su entorno familiar alguna	0,26044	-0,05505	0,10584	1,00000										
5. ¿Cuál es su parentesco con el	0,14722	-0,28418	0,14907	-0,21816	1,00000									
6. ¿Conoce los cuidados que debe	0,06802	-0,24954	0,06870	-0,16282	0,36242	1,00000								
7. ¿Cuál de estas actividades	0,10892	-0,12866	-0,27041	-0,17192	-0,07534	0,09608	1,00000							
8. ¿Cuál de estas complicaciones	0,29677	-0,07382	-0,03562	0,24980	-0,24230	-0,26460	0,13893	1,00000						
9. ¿Ha recibido capacitación	0,05901	-0,11028	-0,23874	-0,14186	0,03271	0,38959	0,29725	-0,06820	1,00000					
10. ¿Contrataría los servicios	0,13279	-0,24046	-0,01411	-0,10870	0,11646	0,33541	0,03042	-0,12333	0,12610	1,00000				
11. ¿Conoce una empresa que preste	0,17305	0,09271	0,01411	-0,33478	0,21816	-0,00326	-0,03042	-0,30310	0,00788	-0,11304	1,00000			
12. A su criterio donde debería	0,17373	-0,09713	-0,05769	-0,14221	-0,02548	0,05858	-0,05947	-0,08290	0,07733	0,40173	-0,03911	1,00000		
13. ¿Cuál es el medio de comunicación	0,01607	-0,18636	0,04307	-0,03690	-0,08976	0,21674	0,01595	-0,05743	0,17368	0,19422	-0,16120	0,03811	1,00000	
14. ¿Cuál es su red social favorita?	0,33340	0,25476	-0,00938	0,18972	-0,06467	0,17383	-0,10926	-0,18428	-0,15362	-0,05586	-0,18972	-0,04095	0,01936	1,00000

## Anexo 3: Cuidados del paciente

6. ¿Conoce los cuidados que debe recibir una persona con discapacidad física?

51 respuestas

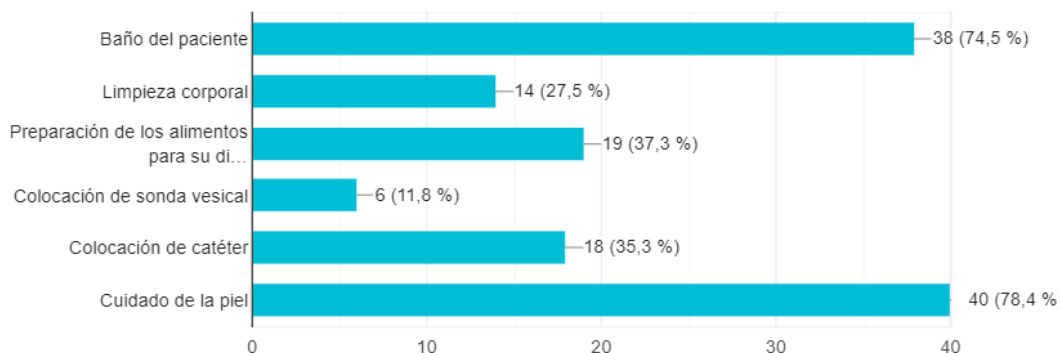


#### Anexo 4: Actividades que representan dificultad en el cuidado

7. ¿Cuál de estas actividades representan una mayor dificultad en el momento del cuidado de una persona con discapacidad física? Señale hasta tres opciones.



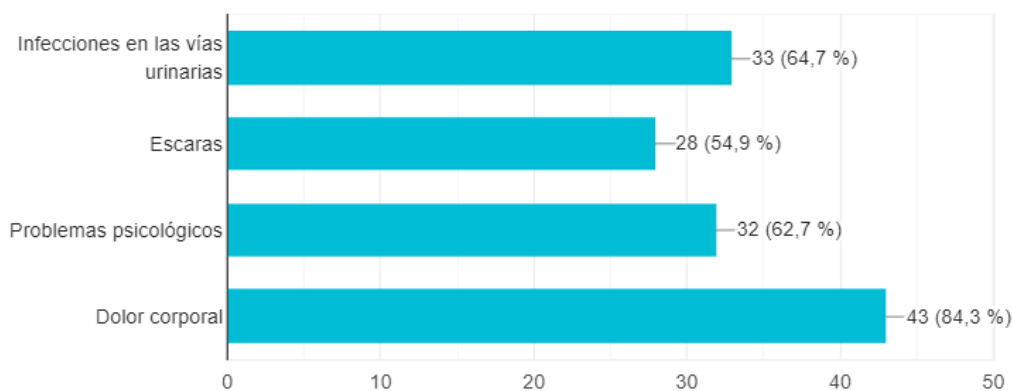
51 respuestas



#### Anexo 5: Complicaciones de salud principales de una persona con discapacidad física

8. ¿Cuál de estas complicaciones de salud ha tenido la persona con discapacidad física?

51 respuestas



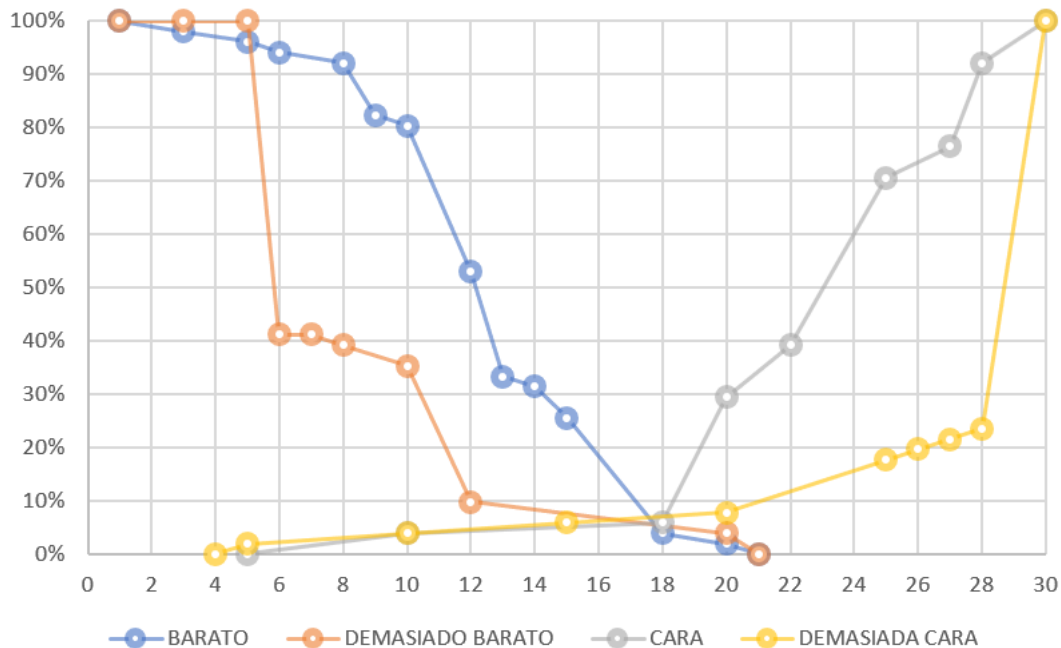
## Anexo 6: Relación edad personas que contratarían el servicio

Cuenta de 10. ¿Contrataría los servicios de una empresa que capacite a las personas que cuidan a un paciente con discapacidad física?		Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	No	Si	Total general	
Entre 18 – 25 años	0%	100%	100%	
Entre 26 – 31 años	0%	100%	100%	
Entre 32 – 36 años	9%	91%	100%	
Entre 37 – 45 años	23%	77%	100%	
Entre 46 – 55 años	8%	92%	100%	
Mayor a 55 años	0%	100%	100%	
<b>Total general</b>	<b>10%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	

## Anexo 7: Redes sociales de preferencia

Cuenta de 14. ¿Cuál es su red social favorita?		Etiquetas de columna			
Etiquetas de fila	Facebook	Instagram	Twitter	Whatsapp	Total general
Entre 18 – 25 años	17,65%	62,50%	0,00%	8,70%	19,61%
Entre 26 – 31 años	5,88%	0,00%	33,33%	4,35%	5,88%
Entre 32 – 36 años	41,18%	25,00%	0,00%	8,70%	21,57%
Entre 37 – 45 años	17,65%	0,00%	0,00%	43,48%	25,49%
Entre 46 – 55 años	17,65%	12,50%	66,67%	30,43%	25,49%
Mayor a 55 años	0,00%	0,00%	0,00%	4,35%	1,96%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

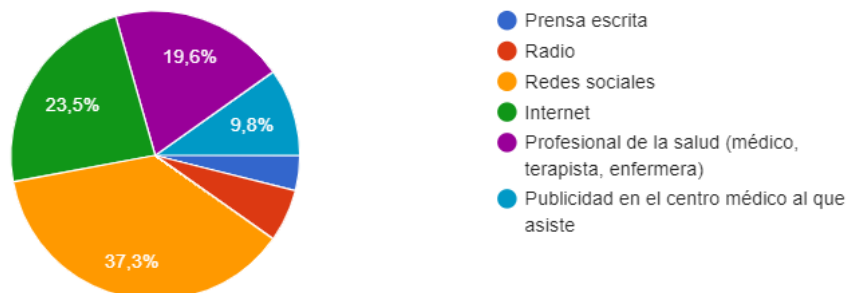
## Anexo 8: Precios con modelo Van Westendorp



## Anexo 9: Medios de comunicación de preferencia

13. ¿Cuál es el medio de comunicación adecuado para promocionar este tipo de servicios?

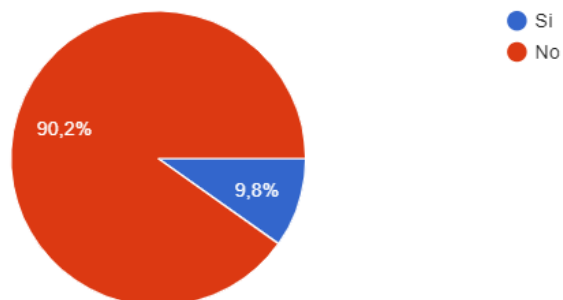
51 respuestas



## Anexo 10: Conocimiento de otras empresas que tengan el mismo servicio

11. ¿Conoce una empresa que preste capacitación para el cuidado de las personas con discapacidad física?

51 respuestas



## Anexo 11: Capacitación sobre cuidados

9. ¿Ha recibido capacitación para ejecutar estas tareas de apoyo a la persona con discapacidad física?

51 respuestas

