



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE
CUIDADOS PALIATIVOS EN QUITO, EN ALIANZA CON UNA
FUNDACIÓN DE COSTA RICA

AUTOR

LEONIDAS ANIBAL MORENO GUAYANAY

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADOS
PALIATIVOS EN QUITO, EN ALIANZA CON UNA FUNDACIÓN DE COSTA
RICA”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniero en Negocios Internacionales

Profesor Guía

M.B.A, M.A Sascha Quint

Autor

LEONIDAS ANIBAL MORENO GUAYANAY

Año

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro de haber dirigido el trabajo, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE CUIDADOS PALIATIVOS EN QUITO, EN ALIANZA CON UNA FUNDACION DE COSTA RICA, a través de reuniones periódicas con el estudiante Leonidas Aníbal Moreno Guayanay, en el semestre 2020-10, orientando sus conocimientos y mejorando para poder presentar un trabajo de calidad dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes en el proceso de titulación"

M.B.A, M.A Sascha Quint

C.I. 172319324-7

DECLARACIÓN PROFESORES CORRECTORES

- “Declaro haber revisado este trabajo, PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE CUIDADOS PALIATIVOS EN QUITO, EN ALIANZA CON UNA FUNDACION DE COSTA RICA, del estudiante Leonidas Anibal Moreno Guayanay, en el semestre 2020-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Ing. Fernando Bustos

CI. 170246998-0

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”

Leonidas Aníbal Moreno Guayanay

C.I.: 172167872-8

AGRADECIMIENTOS

A mis padres y hermanas, que me han apoyado en cada desafío de mi vida y así poder alcanzar todas mis metas.

A mis sobrinos que intentaré ser un ejemplo a seguir para su formación como personas y estudiantes.

Al resto de mi familia por siempre estar pendientes de mi bienestar y mi superación.

A mis grandes amigos, tanto de la infancia como los que he ido conociendo con el pasar del tiempo son una fuente de inspiración para seguir creciendo como persona.

DEDICATORIA

Dedico este logro de mi vida a mis padres, mis hermanas, mis sobrinos que es por ellos que estoy donde estoy.

RESUMEN

En la actualidad, el servicio de salud en el Ecuador no es muy bueno en especial si se habla del sector público, las enfermedades no son tratadas con los medicamentos necesario o por la falta de visitar al médico se diagnostica enfermedades ya muy avanzadas que para un doctor es muy difícil enfrentar, en el caso del cáncer existe una tasa de mortalidad muy alta en los 10 tipos de cáncer que SOLCA ha tratado y en esta lista en primer lugar está el cáncer de estómago, pero el problema radica en las personas que después de ser diagnosticadas con cáncer o una enfermedad crónica ya no son atendidos en ningún centro de salud por el simple hecho que se debe dar más importancia a pacientes que tienen la posibilidad de recuperarse o atender otro tipo de emergencias, y las personas que ya no tienen posibilidades de vida son enviadas a la casa a fallecer y es ahí donde el problema pasa tanto a la familia como al paciente por ser un momento traumático, muy doloroso y sin ninguna asistencia.

Los cuidados paliativos son una rama de la salud que se enfoca en pacientes que necesitan un cuidado subsecuente diario, con el fin de poder asistir a una persona hasta el momento que fallezca controlando su dolor, asistencia médica, terapias para evitar complicaciones respiratorias o físicas, estimulación para evitar estrés y decaimiento y sobre todo psicología que se trata de la asistencia a paciente y a familiares en este momento muy doloroso.

Después de un análisis de cliente, marketing, financiero y estudiar a detalle sobre los pros y los contras que puede generar un emprendimiento como el de un Centro de Cuidados Paliativos hemos identificado una buena oportunidad de negocio en el cual se puede brindar a un gran número de personas, pero esto depende mucho de la capacidad que el centro puede llegar a tener.

La industria tiene un impacto positivo en los cuidados paliativos, debido que aprovecha sus oportunidades y existe una gran capacidad de crecimiento. Adicional en indicadores como el VAN y el TIR en lo que refiere al análisis financiero, hemos obtenido un VAR positivo que quiere decir que si es un proyecto rentable y el periodo de recuperación es en aproximadamente 5 años.

ABSTRACT

At present, the health service in Ecuador is not very good especially if you talk about the public sector, diseases are not treated with the necessary medications or the lack of visiting the doctor diagnoses already very advanced diseases that for a Doctor is very difficult to face, in the case of cancer there is a very high mortality rate in the 10 types of cancer that SOLCA has treated and in this list first is stomach cancer, but the problem lies in the people who later if they are diagnosed with cancer or a chronic disease, they are no longer treated in any health center due to the simple fact that more importance should be given to patients who have the possibility of recovering or attending other types of emergencies, and people who no longer have life possibilities are sent home to die and that is where the problem happens to both the family and the patient because it is a traumatic moment, very painful and without any such assist.

Palliative care is a branch of health that focuses on patients who need subsequent daily care, in order to assist a person until they die controlling their pain, medical assistance, therapies to avoid respiratory or physical complications, Stimulation to avoid stress and decay and especially psychology that is about patient and family care at this very painful time.

After a client analysis, marketing, financial and study in detail about the pros and cons that can be generated by an enterprise such as a Palliative Care Center we have identified a good business opportunity in which it can be provided to a large number of people, but this depends a lot on the capacity that the center can have.

The industry has a positive impact on palliative care, because it takes advantage of its opportunities and there is a great capacity for growth. In addition to indicators such as VAN and TIR in terms of financial analysis, we have obtained a positive VAR which means that it is a profitable project and the recovery period is approximately 5 years.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación del trabajo.....	1
1.1.1 Objetivo General del trabajo	3
1.1.2 Objetivos Específicos del trabajo	3
2. ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS	4
2.1 Análisis del entorno externo.....	4
2.1.1 Entorno externo	4
2.1.2 Análisis de la industria PORTER	8
2.1.3 Matriz de evaluación de fuerzas externas (EFE)	12
2.2 Conclusiones del análisis externo	15
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE	16
3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa	20
3.1.1 Investigación cualitativa	20
3.1.2 Análisis Cuantitativo.....	24
4. Oportunidad de Negocio	30
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio.	30
5. PLAN DE MARKETING	32
5.1 Estrategia general de marketing	32
5.1.1 Mercado Objetivo.....	32
5.1.2 Propuesta de valor.....	34
5.2 Mezcla de Marketing.....	37
5.2.1 Producto o Servicio.....	37
5.2.2 Precio.....	40
5.2.3 Plaza.....	41
5.2.4 Promoción.....	43
5.2.5 Presupuesto de marketing	45

6. PROPUESTA DE FILOSOFIA y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	45
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización	45
6.1.1 Misión	45
6.1.2 Visión	46
6.1.3 Objetivos de la organización.....	47
6.2 Plan de Operaciones	48
6.2.1 Mapa de Procesos	48
6.2.2 Descripción de los procesos	49
6.3 Estructura organizacional	55
6.3.1 Estructura legal de la empresa	55
6.3.2 Diseño Organizacional.....	55
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	59
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos	59
7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo	61
7.2.1 Inversión inicial	61
7.2.2 Estructura de financiamiento	61
7.2.3 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 proyecto.....	64
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración	65
7.4.1 Flujo de caja del inversionista	65
7.4.2 Cálculo de la tasa de descuento	65
7.4.3 Criterios de valoración	66

7.5 Índices financieros	66
8. CONCLUSIONES.....	67
REFERENCIAS.....	68
ANEXOS	71

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

La idea de negocio surge, porque hoy en día en el Ecuador en lo que refiere a la salud y con la atención a tantos pacientes especialmente en el sector público como son los Hospitales que son propiedad del Estado, existe un colapso en lo que se refiere a la atención médica, es por esto que el problema se dirige a personas paliativas y crónicas que básicamente se encuentran en una etapa terminal ya sea por una enfermedad catastrófica, estado de coma, muerte cerebral a causa de un accidente o enfermedades que surgen al cumplir la mayoría de edad como Alzheimer que necesitan un cuidado mucho más personalizado en conjunto de chequeos médicos continuos para preservar su salud y su calidad de vida.

Según datos estadísticos de entidades que están de lucha contra el Cáncer y SOLCA presentan la tabla de mortalidad de los 10 casos de cáncer que más personas en el Ecuador tienen basado en el último año publicado por su portal web que es en el 2013 (SOLCA, 2013).

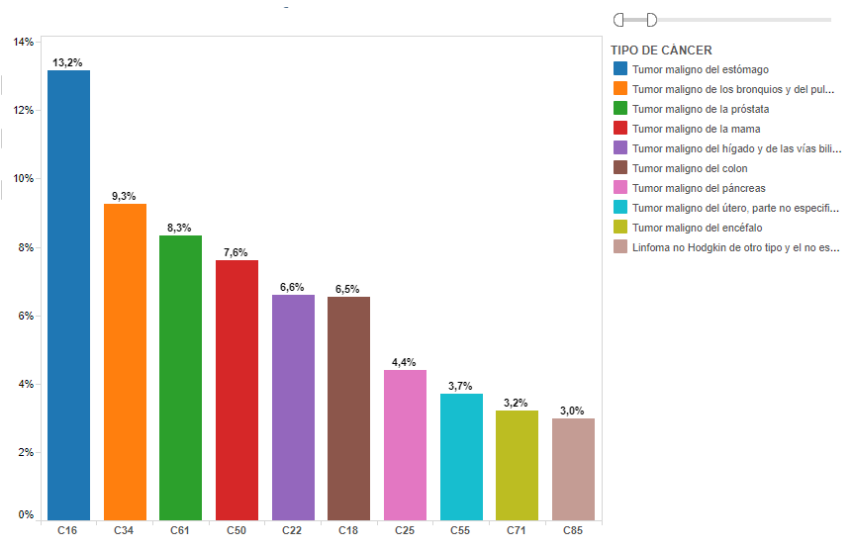


Figura 1. Tabla de mortalidad

Tomado de El "Portal Web de Registro de Tumores SOLCA Matriz", impulsado por la Sociedad de Lucha Contra el Cáncer del Ecuador)

La mortalidad de las personas es alta, dependiendo el caso de cáncer que hablamos, por lo cual no le dan la importancia necesaria a este tipo de pacientes que se encuentran en una metástasis o conocido como estado terminal de dicha enfermedad, ya que se especializan en el tratamiento, pero no, en el caso cuando el cáncer ya es avanzado y se puede aplicar otro tipo de métodos sin que sufran y tengan el debido cuidado que ellos lo ameritan hasta el día de su muerte (SOLCA, 2013)

En lo que se refiere a los pacientes que se encuentran en estado vegetal y que hayan sufrido ya sea un derrame cerebral que es originaria por una rotura en un vaso cerebral o también en el caso de un infarto cerebral que es la falta de flujo sanguíneo en el cerebro.

El registro estadístico de egresos hospitalarios 2016 dirigido especialmente por el centro de emergencias del Hospital Eugenio Espejo presenta el total de casos que se dan por infarto cerebral y el total de fallecidos con respecto a mujeres y hombres.

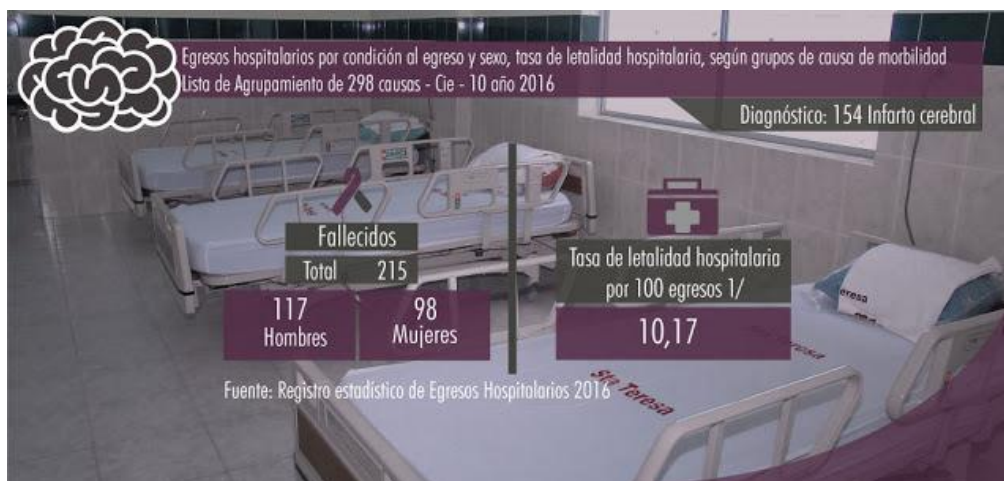


Figura 2. Egresos hospitalarios

Tomado de Registro Estadístico de Egresos Hospitalarios Hospital Eugenio Espejo

El colapso de varios Hospitales ya sean públicos o privados al no contar con una infraestructura más grande, ni con muchas camas y habitaciones ha nacido la idea de crear un centro de cuidados paliativos y de esta manera facilitar al

resto de centros médicos y puedan atender a pacientes no tan graves y de una recuperación más rápida y aplicar tratamientos exitosos para preservar la vida de los que más puedan. (Instituto Nacional Estadística y Censos, 2019)

Aliviar y dar un servicio de calidad a un paciente que la mayoría del tiempo pasa por dolores insoportables debido al estado en el que se encuentra y en la situación que su familia está, por lo cual brindar un servicio en el cual la mayor importancia es aplicar medicamentos eficaces y tratamientos exitosos con el fin que la persona pueda tener una muerte digna y totalmente fuera del dolor y traumas que pueden llegar a tener los familiares del paciente.

1.1.1 Objetivo General del trabajo

Realizar un plan de negocios para la creación de una clínica de cuidado paliativos con el fin de brindar un servicio de calidad para pacientes de cuidados especiales y en estado terminal o crónico brindando una atención personalizada y una muerte digna y sin dolor, en alianza con una fundación de Costa Rica.

1.1.2 Objetivos Específicos del trabajo

- Realizar un análisis del entorno externo del país de origen (ECUADOR) y del país, el cual se realizará la alianza estratégica (COSTA RICA), analizando tanto el PEST como el PORTER.
- Realizar una investigación para poder determinar el mercado al cual el servicio va dirigido por medio de una investigación cualitativa y cuantitativa.
- Desarrollar estrategias, las cuales permita un mejor posicionamiento del servicio en el mercado.
- Desarrollar un plan de marketing con el fin de atraer a nuevos clientes y posicionar la marca.

- Definir una estructura organizacional en lo que se refiere al manejo y funciones de las personas encargadas en brindar un servicio de calidad.
- Desarrollar un plan financiero con el fin de determinar la viabilidad del proyecto, tomando en cuenta variables para ejecutar de la mejor manera el servicio.

2. ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS

El análisis de entorno es el proceso por el cual se puede llegar a identificar factores estratégicos de entorno y saberlas diferenciar ya sean oportunidades o amenazas.

2.1 Análisis del entorno externo

El análisis PEST considera las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas que podrían tener un impacto en la creación y operación del negocio. (Pedros, 2013)

2.1.1 Entorno externo

Ecuador

Es importante realizar el análisis de entorno externo del Ecuador por medio de un análisis PEST definiendo escalas con respecto al efecto que dichas variables causan ya sea una oportunidad o una amenaza.



O = Oportunidad

A = Amenaza

Tabla 1. PEST Ecuador

Aspecto	Variable	Impacto			O	A
Político-Legal	La constitución del Ecuador manifiesta en el artículo 32 que la salud es un derecho que toda persona debe optar y el acceso gratuito a la misma considerado como principal a toda persona que se encuentra en territorio nacional. Por lo cual es considerado como una Oportunidad para el proyecto. (Republica del Ecuador, 2008)					X
	En la actualidad el SRI emplea un cobro del 0% al IVA en la compra y venta de medicamentos para el cuidado y tratamiento de todo tipo de paciente. Es considerado una Oportunidad para la creación de un Centro de Cuidados Paliativos al momento de comprar medicamentos dependiendo el diagnostico de sus pacientes. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2009)					X
	El Ministerio de Salud Pública desde el 2008 a la actualidad, exige a los nuevos empleados en lo que se refiere al ámbito salud ya sean ecuatorianos o extranjeros deben tener el permiso del Acces certificando sus conocimientos y la veracidad para garantizar un servicio de calidad. Considerado una Oportunidad con el fin de garantizar una buena preparación de los profesionales de salud para garantizar un buen servicio. (Ministerio de Salud Publica, 2012)					X
Económico	Según el CEPAL, en el 2017, el PIB en el Ecuador ha crecido en un 3.0% en el año anterior y recupero el dinamismo tras la caída del 1.06% con el gobierno anterior, esto se da debido a la disminución de gasto público y el aumento de emprendimientos y el flujo de efectivo que mejora la circulación de efectivo e impulsa la economía. Es considerada una Oportunidad por el hecho de que las personas generan más emprendimientos y sube su poder adquisitivo por los ingresos que estos generan y pueden pagar este tipo de servicios a sus familiares. (CEPAL, 2018)					X
	El IPC (Índice de Precios al Consumidor) es un indicador que mide la evolución de los precios ya sean de productos y servicios, Según el INEC La inflación hasta el 2018 refleja un 10% la acumulada y en los últimos 4 meses se nota una recuperación de los precios en bienes y servicios, reflejando a bienes y servicios varios con 11%, transporte 10% y la Salud con el 9%. Esto genera una Oportunidad, ya que la inflación está aumentando un poco y según el índice de precios al consumidor en tema salud también lo está haciendo. (INEC, 2018)					X

	<p>Según el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) Ecuador genera deuda con algunos centros de salud llegando a ser cuentas casi impagables y la fuerte inversión que estas obligan a las sociedades a cargo de dichos centros de salud genera que lleguen a la quiebra.</p> <p>Esto es considerado como una Amenaza, ya que se debe tener mucho cuidado en lo que se refiere a las prestaciones médicas que dan a instituciones públicas, por que puede generar una deuda que no se podrá pagar al final.</p>						X
Social	<p>La sobrepoblación ocasionada por problemas de gobiernos vecinos genera una disminución de empleos y cambios en métodos de salud que influyen de tal manera que existe una discordia entre profesionales de la salud.</p> <p>Se considera una Amenaza, ya que no se puede garantizar un buen servicio de calidad si los profesionales no manejan un mismo sistema con los pacientes.</p>						X
	<p>El registro estadístico de egresos Hospitalarios 2016 dirigido especialmente por el centro de emergencias del Hospital Eugenio Espejo presenta el total de casos que se dan por infarto cerebral y el total de fallecidos con respecto a mujeres y hombres. (INEC SALUD, 2018)</p> <p>Considerado una Oportunidad, por el hecho de que el mercado es muy grande y no existen varios lugares que se enfocan especialmente a pacientes críticos y paliativos.</p>					X	
	<p>En el país según Salud Total, la segunda causa de muerte es el cáncer o también denominada enfermedad catastrófica dando un análisis de 15 de las 100 muertes a causa de esta enfermedad.</p> <p>El porcentaje de diagnóstico de enfermedades catastrófica y su muerte, genera una Oportunidad de negocio, por lo cual es considerado una Oportunidad. (Salud Total, 2015)</p>					X	
Tecnológico	<p>La capacidad tecnológica que tiene el Ecuador en lo que se refiere al tema Salud es muy baja, debido a que no se ha invertido mucho en la elaboración de Equipos como monitores y desfibriladores los cuales son importados en su totalidad normalmente desde Colombia o Estados Unidos y generan un pago extra a los que los importan.</p> <p>Es considerado una Amenaza, porque el gasto que estos equipos y la tecnología para administración de medicamentos es muy alto, y el Ecuador no se ha enfocado en poder desarrollar tecnología en la salud, sino se la importa y esto eleva su precio a una cantidad muy significativa.</p>						X
	<p>Los procesos y el sistema de red por parte del gobierno en lo que se refiere a traslados y disponibilidad para pacientes a todo centro vinculado al sistema es muy eficiente en el área médica. Considerado una Oportunidad por la eficacia de transferencia de pacientes para poder cubrir rápido la emergencia solicitada y brindar un buen servicio en conjunto.</p>						X

Entorno externo (PEST) de Costa Rica

El objetivo del análisis de entorno externo, es poder ver más allá del plan de negocio o de una empresa, tomando en cuenta variables que genera su propio entorno que a su vez puedan afectad de buena o mala manera. (Baena, 2003)

Muy positivo
 Positivo
 Negativo
 Muy negativo

O = Oportunidad

A = Amenaza

Tabla 2. PEST Costa Rica

Aspecto	Variable	Impacto			O	A
<i>Político-Legal</i>	La constitución de Costa Rica manifiesta que toda persona por derecho al nacer tiene acceso a la salud sin importar su situación económica. Es considerado una Oportunidad debido que por tener acceso a la salud es un gobierno que suele invertir mucho en salud.					X
	Las entidades de salud sean públicas o privadas deben tener la infraestructura adecuada y la tecnología para poder brindar el servicio, si no lo cumplen no pueden disponer de permisos de funcionamiento. Esto es una Oportunidad y también es considerado como bueno impacto					X
	Costa Rica maneja un Gobierno más democrático, por lo cual la estabilidad política y jurídica permite un crecimiento económico a largo plazo, Es considerado una Oportunidad debido que tiene una proyección positiva en lo que refiere a la economía.					X
<i>Económico</i>	Según el IPC (Índice de Precios al Consumidor), en el mes de junio del año anterior, se registró una variación de 0,15% en comparación con el dato de hace un año cuando fue de 0,11%, de acuerdo con el más reciente informe del Dane. Es considerado una Oportunidad para los nuevos emprendimientos					X

	<p>La comisión del gasto público en Costa Rica considera que deben existir nuevas formas de financiamiento a la salud, considerando que no existía una fuerte inversión en la salud a diferencia del que se está haciendo ahora, esto es considerado una Oportunidad porque el sector está recibiendo mayor inversión.</p>							X	
	<p>El PIB (Producto Interno Bruto) de Costa Rica en el segundo trimestre del año 2018 ha tenido un incremento del 0.6% con respecto al del año anterior y es menor por 3 décimas al del primer trimestre del año 2018. Esto debe considerarse una Amenaza debido que la disminución del PIB suele afectar a toda empresa.</p>								X
Social	<p>La población que maneja este país es muy grande, por lo cual el servicio de salud es un poco limitado, es por eso que se han creado varios sitios de consulta a personas de la manera más rápida para poder atender a más personas, esto es considerado una Oportunidad debido que están creando y ayudando a más proveedores relacionados a salud y el desarrollo de la salud en todo el país.</p>							X	
	<p>La Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), en los tres primeros meses, el 40 % de las personas asistieron con problemas crónicos y 47.9% con problemas no crónicos, reportaron haber asistido a una consulta de salud; además 8.8% asistieron a un establecimiento del sector salud privado.</p> <p>Esto es considerado como una oportunidad para la industria de la salud y en especial a los cuidados paliativos.</p>							X	
Tecnológico	<p>Líderes potenciales en tecnología y personal muy capacitado para el uso de la misma en lo que refiere al uso de equipos médicos tanto como de diagnóstico y tratamiento en el área de salud, es por eso que es considerado como una Oportunidad para poder aprender de los avances tecnológicos y nuevas formas de tratar a los pacientes y poder dar mejores estimulaciones.</p>							X	

2.1.2 Análisis de la industria PORTER

El análisis de la Industria realizado por las 5 fuerzas de Porter por el mismo Michael E Porter, es considerado un análisis de la industria y la rentabilidad que la misma puede dar a las empresas que la conforman (Porter, 2008).

Código CIU:

Según el Servicio de Acreditación Ecuatoriana, La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) de las Naciones Unidas cataloga a los productos o servicios que tiene una empresa y las organiza en categorías y subcategorías por medio de una codificación alfanumérica. (Servicio de acreditación ecuatoriana, 2017)

CIU: Q8610.04.01.- Actividades a corto y a largo plazo de clínicas especializadas, es decir, actividades médicas, de diagnóstico y de tratamiento (clínicas para enfermos mentales, de rehabilitación, para enfermedades infecciosas, críticas, crónicas etc.).

Rivalidad entre competidores existentes

En la industria solo existen tres clínicas que ofrecen un servicio directo para pacientes paliativos y crónicos, El Hospital San Camilo y el Hospital San Juan de Dios, FECUPAL.

Existen alrededor de 5 centros psiquiátricos y cuidado del adulto mayor que han abierto un ala de paliativos, sin tomar en cuenta que estas alas creadas no brindan servicios paliativos como: terapias respiratorias, terapia física, servicios psicológicos, terapia del dolor, y los cuidados que un paciente paliativo y crónico deben tener.

Lo cual se puede considerar como una amenaza **MEDIA-ALTA**

Tabla 3. Rivalidad entre empresas competidoras

Rivalidad entre empresas competidoras		Peso relativo	Valores	Ponderación
1	Diferenciación del servicio	10%	1	0.10
2	Altos desempeños estratégicos	30%	2	0.60
3	Tamaño de las empresas	30%	4	1.20
4	Participación de las empresas en el mercado	30%	3	0.90
	Subtotal	100%		2.80

Amenaza de productos sustitutos

En Ecuador existen centros de cuidados al adulto mayor o asilos, por lo cual se puede llegar a considerar como un sustituto ya que genera un cuidado hospitalario subsecuente, pero la diferencia es que no ofrece directamente un servicio de salud con médicos a las 24 horas, sino solo es un servicio de cuidados que dan estos establecimientos de cuidados sólo al adulto mayor sin mencionar que un cuidado paliativo es un servicio para toda persona ya que cualquier individuo puede llegar a ser un paciente crónico o terminal sin importar su edad, por lo cual se puede considerar que es una amenaza **MEDIA-BAJA** debido a que no existen varios establecimientos que se enfocan en esta rama de la salud y no conocen de los cuidados que se debe realizar.

Tabla 4. Amenaza productos sustitutos

Desarrollo potencial de productos sustitutos		Peso relativo	Amenaza	Ponderación
1	Posibilidad de sustitución	60%	2	1.20
2	Lealtad de los consumidores	40%	2	0.80
Subtotal		100%		2.00

Poder de negociación de los proveedores

En el caso de terapia del dolor se requiere de medicación especializada que son los psicotrópicos, En el Ecuador existen Pocos proveedores de psicotrópicos dado que el estado controla de manera estricta cuantos ingresan al país y cuanto se distribuye a centros médicos, para dependiendo a esto controlar cuanto justifican dichos centros, esto se hace debido a que es una medicación que genera adicción a las personas, en lo que refiere en general a medicamentos e insumos que no son controlados. Según la Súper Intendencia de Compañías existen varios laboratorios en el Ecuador entre los más conocidos son: Grünenthal, Pfizer, Ecu química, Baxter, Roche, etc. Que a su vez existen pequeños proveedores que les compran a los laboratorios en grandes cantidades y ellos a su vez venden a varios centros de salud, por lo

cual tiene varias elecciones de proveedores en el cual uno puede escoger el precio y el plazo a pagar para el beneficio de cada uno.

Por lo cual es considerado como **MEDIA**.

Tabla 5. Poder de negociación de los proveedores

Poder de negociación de los proveedores		Peso relativo	Amenaza	Ponderación
1	Medicamentos en presentaciones como tabletas, Intramusculares, intravenosas.	35%	3	1.05
2	Insumos médicos.	35%	3	1.05
3	Proveedores de equipos médicos como bombas de succión y administración de medicamentos.	30%	2	0.6
Subtotal		1		2.70

Poder de negociación de los clientes

Dado que los cuidados paliativos necesitan de asistencia médica las 24/7 y la presencia de médicos residentes, licenciados en enfermería, anesthesiólogos, fisioterapeutas, etc.

Es un servicio que no es ofrecido en el Ecuador, por lo cual es un poco complicado crear un sustituto y sus costos no son muy bajos, debido que es un servicio completo, para lo cual ha sido considerado como una amenaza **BAJA** para el proyecto, debido que no existen tantos centros como estos para que el cliente tenga la libertad de escoger a su conveniencia cuando necesite de un servicio como este.

Tabla 6. Poder de negociación de los clientes

Poder de negociación de los clientes		Peso relativo	Amenaza	Ponderación
1	Variedad del servicio	30%	1	0.30
2	Ventaja diferencial del servicio	50%	2	1.00
3	Variedad del precio	20%	2	0.40
Subtotal		1		1.70

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Para la adquisición de permisos de funcionamiento de parte del ACESS (Agencia de Aseguramiento de la Calidad de los Servicios de Salud y Medicina Prepagada) se deben completar varios parámetros de calidad por parte del Ministerio de salud Pública (MSP) para un centro el cual se caracteriza de un servicio como puede ser la hospitalización debe contar con farmacia (medicamentos normales y control de psicotrópicos), colchones anti-escaras, tomas de oxígeno, recepción de pacientes, estaciones de enfermería, coches de paro, etc.

Lo cual se puede considerar como una amenaza **BAJA**.

La creación de un centro de Cuidados paliativos necesita de una fuerte inversión, por lo cual la mayoría de estos establecimientos son unas sociedades numerosas, debido a esta fuerte inversión la amenaza de entrada de nuevos competidores es muy baja a pesar de que es un nuevo mercado que puede llegar a generar buenas ganancias debido a la fuerte demanda que puede llegar a ofrecer.

Entre los principales competidores que ofrece un servicio paliativo o similar son: Hospital San Camilo, San Juan de Dios, FECUPAL.

Tabla 7. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Amenaza de entrada de nuevos competidores		Peso relativo	Valores	Ponderación
1	Capital (Inversión)	80%	2	1.60
2	Diferenciación del servicio	20%	1	0.20
Subtotal		100%		1.80

2.1.3 Matriz de evaluación de fuerzas externas (EFE)

Permite resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva (David, 2013).

Tabla 8. Matriz EFE

Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
1. Falta de centros de salud especializados en paliativos y crónicos no existentes en el mercado ecuatoriano, ya que solo existen dos.	0,15	4	0,6
2. El proyecto puede ser apoyado por parte de entidades públicas y privadas por la necesidad que enfrentan los hospitales generales para transferir pacientes terminales y atender a otro tipo de pacientes, esto mejora sus servicios en otras áreas y a los paliativos a un mejor servicio.	0,08	2	0,16
3. Alto índice de enfermedades catastróficas en estado avanzado y casos de derrame e infarto cerebral.	0,1	3	0,3
4. El 0% de IVA que el SRI otorga a la compra de medicamentos para usos médicos y tratamientos.	0,1	3	0,3
5. Variedad de seguros médicos en lucha contra el cáncer que garantizan un servicio de calidad hasta el final de este proceso, con el fin de buscar convenios con diferentes centros especializados en varias ramas.	0,09	3	0,27
			1,63

Amenazas			
1. Aparición de nuevos retadores en un mercado nuevo y el incremento de un producto o servicio sustituto por parte de casas de salud y centros de cuidados a personas mayores.	0,15	4	0,6
2. Estricto control por parte del gobierno en lo que refiere al uso de psicotrópicos para pacientes paliativos y crónicos.	0,1	3	0,3
3. Trabas y exigencias por parte de la LUAE para solicitud de licenciamiento de funcionamiento en el Distrito Metropolitano de Quito.	0,08	2	0,16
4. Exigencias en particular para conseguir convenios con entidades públicas y privadas como IISPOL, IISFA, MSP, etc.	0,08	3	0,24
5. El tiempo de proceso de facturación por parte del ministerio y entidades como el IISPOL y el IISFA.	0,07	2	0,14
			1,44
Total	1		3,07

El peso ponderado de la Matriz realizada da un total de 3.07. Este valor está por encima del valor de la media que es de 2.5, esto quiere decir que la organización responde de una buena manera ante las Oportunidades que es de 1.63 y Amenazas con un 1.44 que la industria presenta y de dicha manera poder reaccionar para aprovechar dichas oportunidades y evitar las amenazas o saber afrontarlas de tal manera que no afecten de gran manera a la empresa,

ya que da como resultado que en el mercado existen más oportunidades que amenazas.

2.2 Conclusiones del análisis externo

- La constitución del Ecuador manifiesta que la salud y todos los servicios es un derecho que toda persona puede obtener dentro del territorio ecuatoriano.
- La inflación hasta el 2018 refleja un 10% la acumulada y en los últimos 4 meses se nota una recuperación de los precios en bienes y servicios, por lo cual puede generar una oportunidad para la creación de un Centro de Cuidados Paliativos.
- La segunda causa de muerte en el Ecuador es el cáncer, afectando tanto a hombres como mujeres de todas las edades por el cual debe brindar un servicio después de ser diagnosticado como terminal.
- El proceso por medio de red de salud ha ido facilitando la derivación de pacientes con la finalidad de que sean atendidos lo más pronto posible y por lugares especialista en una rama determinada.
- Existen pocos centros que se especializan en el cuidado paliativo o crónico y algunos que han abierto un espacio dedicado a esto, pero no dan los cuidados que requieren estos pacientes.
- Existen algunos centros de cuidado hospitalario o asistencia a domicilio, que se puede considerar como sustituto, pero en realidad es complicado un sustituto a un servicio que es una rama de la salud que no ha sido puesto en práctica en el Ecuador.
- Existen varios laboratorios en el Ecuador al igual que grandes y pequeños proveedores, por lo cual se tiene muchas opciones al momento de adquirir medicamentos e insumos a conveniencia.
- Los Centros dedicados a cuidados Paliativos son pocos y los servicios que incluyen en un mismo establecimiento también lo son, por lo cual es difícil para los clientes tener un poder de negociación a su conveniencia.

- Las exigencias y parámetros de calidad por parte del Ministerio de Salud Pública dificulta de gran manera al ingreso de nuevos competidores, debido a la fuerte inversión que se debe realizar y los trámites en lo que refiere a permisos de funcionamiento y convenios.

3. ANÁLISIS DEL CLIENTE

El análisis de cliente es la forma por la cual uno puede llegar a analizar con las necesidades, gustos, preferencias y características de los consumidores que pertenecen al mercado al cual la idea de negocio va dirigida (Tavira, 2015).

Justificación de la Investigación

En el Ecuador los cuidados Paliativos no han tenido la debida importancia que se lo merecen, ya que normalmente la medicina se concentra en tratamientos y cuidados que puedan mejorar o preservar la vida de un paciente para que tenga un mejor vivir, pero el cuidado paliativo se enfoca en personas que se encuentran en un estado muy avanzando o agonizando y más con el alto índice de casos de Cáncer que del mismo varios pacientes terminan en una metástasis.

Para la realización de investigación es muy importante utilizar varias herramientas para tener un mejor análisis del negocio y del consumidor, la investigación cuantitativa la cual se realiza por medio de entrevistas a expertos sobre el tema al cual se relaciona el plan de negocio y encuestas a los posibles consumidores o en este caso a familiares los cuales el servicio iría dirigido. La investigación cualitativa es un sondeo que permita conocer sobre gustos y preferencia y discutir sobre el precio, producto, plaza, promoción y segmento al cual debería estar enfocado el plan de negocio.

Problema de la Investigación

El principal problema de la investigación para el plan de Negocio es definir

¿Cuáles son los servicios que se deben brindar referente a los Cuidados Paliativos en el Ecuador?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar las características que debe tener un servicio que se debe brindar referente a los cuidados Paliativos en el Ecuador por medio de una investigación cuantitativa y cualitativa.

Objetivos Específicos

- Medir la aceptación en el mercado sobre el proyecto realizado en el Ecuador
- Determinar el precio idóneo el cual un servicio de Cuidados Paliativos puede ofrecer en el mercado objetivo.
- Definir la plaza adecuada y las características que debe tener el Centro de Cuidados Paliativos para la mejor estadía posible de sus pacientes y familiares.
- Definir canales de distribución los cuales puede utilizar un Centro de Cuidados Paliativos para poder llegar hacerse conocer a más personas y poder ofrecer su servicio.

Definición del problema e hipótesis

Segmentación:

Componente de Investigación: ¿Cuáles serían los principales clientes?

Hipótesis: Los principales clientes se encuentran en edades superiores a los 40 años.

Hipótesis Cuantitativa: El 85% de los clientes se encuentran en edades superiores a los 40 años.

Precio:

Componente de Investigación: ¿Cuál es el precio idóneo que estaría dispuesto a pagar una persona por un servicio de cuidados paliativos?

Hipótesis: Las personas estarían dispuestas a pagar 2000\$ por este servicio.

Hipótesis Cuantitativa: Un Gasto mayor a 2000 en el cuidado de un paciente.

-Producto:

Componente de Investigación: ¿Qué tipo de servicio quieren las personas adquirir con el cuidado de sus familiares?

Hipótesis: Atención más personalizada y libre de dolor, son solicitadas por familiares de pacientes en estado terminal.

Hipótesis Cuantitativa: Más del 60% de casos de familiares en estado terminal solicitan un servicio de cuidado personalizado.

-Plaza:

Componente de Investigación: ¿Cuál será el espacio adecuado donde el cliente pueda adquirir el servicio?

Hipótesis: La ubicación idónea debería ser al Norte de la ciudad de Quito.

Hipótesis Cuantitativa: Más del 70% están de acuerdo que sea al norte de Quito por su clima y tranquilidad.

-Promoción:

Componente de Investigación: ¿Cómo se debe hacer conocer el centro de cuidados paliativos?

Hipótesis: El 95% de las personas poseen redes sociales y tienen acceso a internet.

Hipótesis Cuantitativa: Más del 95% de las personas poseen por lo menos una red social y acceden a internet.

-Demanda:

Componente de Investigación: ¿El servicio será atractivo para el consumidor?

Hipótesis: El servicio es una respuesta a la necesidad que enfrenta la salud hoy en día con pacientes paliativos y la disponibilidad de camas, por lo tanto, si lo van a adquirir.

Hipótesis Cuantitativa: Más del 60% de casos de cuidados paliativos adquirirán nuestro servicio.

-Frecuencia de uso:

Componente de Investigación: ¿Con qué frecuencia utilizarían nuestro servicio?

Hipótesis: Las familias normalmente frecuentan a uno de estos servicios 1 vez cada 10 dependiendo la situación de salud que se encuentren.

Hipótesis Cuantitativa: La frecuencia que las familias pueden adquirir este servicio depende de la situación en la que se encuentren con respecto a salud dentro de la misma. Puede ser una vez cada 15 años.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es muy importante para saber de qué forma se adquiere la información necesaria para la investigación de mercado que estamos realizando con el fin de entender al cliente y conocer su reacción ante el servicio, para lo cual se presenta la siguiente tabla que detalla el tipo de investigación, la herramienta y su descripción para un mejor entendimiento del lector (Rojas, 2011).

Tabla 9. Investigación de mercado

	Tipo de Investigación	Herramienta	Descripción
Cualitativa	Exploratoria	Entrevista a expertos	2 expertos relacionados directamente con la rama de la Salud.
Cuantitativa	Descriptiva	Focus Group	Realizar un Focus group de varias personas y con diferentes ideas para obtener información en base al nuevo plan de negocios propuesto y medir la aceptación del mismo.
Muestreo	No probabilístico a conveniencia	50 encuestas	Realizar un mínimo de 50 encuestas para analizar segmento de mercado, plaza, producto, precio, promoción.

3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa

3.1.1 Investigación cualitativa

Es muy importante conocer por medio de expertos sobre el mercado en el que se puede encontrar el proyecto, para lo cual a continuación se presenta fichas metodológicas sobre las entrevistas que se realizó con el fin de conocer un poco sobre el perfil de la persona y la información que hemos encontrado.

Experto #1

Tabla 10. Descripción Experto 1

Perfil	Supervisora General en la Clínica Cotocollao (por 5 años).
Nombre	Lic. Ruth Guayanay
Lugar	Quito, Clínica Cotocollao
Fecha y Hora	24/11/2018 ; 15:30 pm
Duración	40min
Objetivos	Pedir recomendaciones y puntos de vista en la factibilidad del nuevo plan de negocio, conocer su opinión sobre los cuidados paliativos y el cómo es administrar una clínica tanto en el campo administrativo como en lo médico.
Objetivos Cumplidos	Se cumplió todos los objetivos establecidos.

Experto #2

Tabla 11. Descripción Experto 2

Perfil	Anestesióloga en el Hospital de los Valles y BIODIMED
Nombre	Dra. Vanessa Alejandra Guayanay Llanes
Lugar	Quito, (vía telefónica)
Fecha y Hora	25/11/2018 ; 12:30pm
Duración	30 min
Objetivos	Conocer acerca de la terapia de dolor y la importancia de ella en los cuidados paliativos. Saber su opinión sobre los pacientes que son considerados paliativos o terminales y crónicos.
Objetivos Cumplidos	Se cumplieron todos los objetivos establecidos.

Resultados de la RED (Entrevista a Expertos)

- **Producto**

- El servicio para ofrecer debe ser personalizado dependiendo el estado del paciente.
- Debe proveer apoyo psicológico tanto al paciente en el caso que se encuentre cuerdo y sus familiares ante la situación en la cual se encuentran atravesando.
- Se debe realizar Tratamientos tanto físicos como respiratorios como parte del proceso de cuidado del paciente para evitar complicaciones.
- Un servicio en lo que se refiere a la salud debe estar las 24 horas del día por todo el año.
- Ofrecer un servicio de calidad y de buena estadía al paciente garantizando una muerte digna y libre de dolor.

- **Precio**

- El precio varía dependiendo el estado en el cual se encuentra el paciente, algunos pacientes necesitan mayores medicamentos e insumos que otros y eso varia en el precio del servicio.
- El precio debe ser justo con respecto al cuidado y servicio que se brinde al paciente.
- Medicamentos no tan complejos, ya que básicamente son para dar comodidad, aliviar dolores y mejorar la estadía del paciente.

- **Plaza**

- La infraestructura debe ser adecuada para un centro médico el cual tenga espacio para equipos, habitaciones e instalaciones que garanticen la comodidad del paciente, sus familiares y el personal.
- Administración y área médica deben trabajar juntos en el mismo edificio para mejorar comunicación entre ambos departamentos.

- **Promoción**

- Es necesario la creación de página web del centro con el fin de facilitar el contacto con los clientes y fácil de comunicación.

- Interactuar por medio de las redes sociales como Facebook para poder llegar a más clientes y ofrecer el servicio.
- Creación de convenios con organizaciones de seguros como lo es el IISFA, IISPOL, IESS y aseguradoras privadas.
- **Segmento**
 - El segmento de mercado es para toda persona o niño que tenga desde 0 años en adelante, debido que existen casos de paliativos bebés, niños, adolescentes, personas adultas
 - El servicio debe ser para personas que residen en la ciudad de Quito
 - Personas las cuales poseen enfermedades catastróficas y se encuentren en etapas finales.
 - Pacientes con diagnostico crónico (estado vegetal) a causa de un accidente.

Focus Group:

Es una herramienta que puede entenderse como un dialogo entre varias personas sobre un producto o servicio, con el fin de poner el foco de atención en algo que interesa observar como la reacción u opiniones acerca de un nuevo producto o servicio (Psicología&comunicacion, 2016).

Tabla 12. Focus Group

Perfil	Hubo un total de 8 personas que intervinieron, los cuales tenían alguna conexión con el tema del plan de negocios y otros participantes no, con el fin de tener opiniones mucho más libres y diferentes.
Lugar	Quito, Mitad del Mundo
Fecha y Hora	14/12/2018 ; 15:00pm
Duración	30 min
Objetivos	Conocer la reacción de cada una de las personas que conformaron el Focus Group sobre el plan de negocio y su aceptación al mismo, sus opiniones y puntos de vista sobre la importancia de los cuidados paliativos y cómo se encuentra la salud en el país actualmente.
Objetivos Cumplidos	Se cumplió todos los objetivo establecidos.

Resultados de la RED (FOCUS GROUP)

Después de realizar el focus Group y tomando en cuenta los comentarios de cada uno de los participantes podemos concluir que:

- **Producto**

- El servicio se debe ofrecer de calidad y personalizado dependiendo las necesidades que tenga el paciente con respecto a su condición.
- Apoyo psicológico es de suma importancia tanto al paciente como para los familiares, para poder entender de mejor manera la situación a la cual se está atravesando y evitar traumas futuros en la familia.
- Se debe realizar terapias del dolor con el fin de poder ofrecer tanto una vida como muerte digna a los pacientes.
- Un servicio en lo que se refiere a la salud debe estar las 24 horas del día por todo el año con soporte de enfermería y médicos tratantes que hagan un control diario y constante a los pacientes.
- Existen nuevos establecimientos, que también se dedican al cuidado de pacientes paliativos

- **Precio**

- Existen lugares que ofrecen ayuda espiritual, pero sus precios son altos y algunas personas no pueden lograr pagarlos, por lo cual toman la decisión de llevar a sus familiares a la casa.
- Debe ofrecerse un precio accesible para la mayoría de las personas con respecto al servicio que se le brinde y de tal manera ayudar a más personas y participar más en el mercado.

- **Plaza**

- En lo que se refiere con la ubicación debe ser muy alejado del sector urbano o en las afueras de la ciudad, con el fin de tener un ambiente más tranquilo y sano tanto para los pacientes como también para sus familiares.

- Debe tener un aspecto de hogar para poder aliviar más el ambiente y sentirse más tranquilos y en casa.
- Debe existir áreas tanto médicas como administrativas para un mejor servicio y funcionamiento.
- No existir un límite de tiempo, ni tampoco un límite de personas para poder visitar a sus familiares.
- **Promoción**
 - Es muy importante mantener una gran conexión con las redes sociales
 - Crear convenios para poder llegar a más personas tanto con entidades públicas y privadas.
 - Realizar un buen servicio para poder generar una promoción de boca a boca y tener buenas recomendaciones por pacientes que ya se hayan atendido.
 - Volantear en el sector es muy importante para hacerse conocer en el lugar donde el centro ya está establecido.
- **Segmento**
 - El segmento de mercado es para toda persona o niño que tenga desde 0 años en adelante, debido que existen casos de paliativos bebes, niños, adolescentes, personas adultas
 - Personas que se encuentren en estado terminal debido a enfermedades de todo tipo que no puedan ser curadas o ya estén avanzadas.
 - Pacientes con diagnostico crónico (estado vegetal) a causa de un accidente.

3.1.2 Análisis Cuantitativo

El análisis cuantitativo se lo realizó a una muestra de 50 personas de varias edades, con el fin de conocer un poco de ellos y su opinión acerca de este plan de negocios, por lo cual se presenta la siguiente tabla con las preguntas que se pusieron en la encuesta.

Tabla 13. Diseño de la encuesta

Objetivo de investigación	#	Preguntas	Opciones	
Público objetivo	1	Nombre y Apellido		
	2	Edad	18-22	
			23-27	
			28-32	
			32-40	
			40- en adelante	
	3	Genero	Femenino Masculino	
	4	Ocupación	Estudiante	
			Profesional	
			Retirado	
	Producto	5	¿Alguna vez había escuchado sobre los cuidados Paliativos?	SI NO
		6	¿Tiene o tubo algún familiar que se considera o consideró como Paliativo?	SI NO
7		¿Cree usted que se ha dado la importancia necesaria a los cuidados Paliativos en el Ecuador?	SI NO	
8		¿Conoce de alguna clínica o centro que se dedica plenamente a los cuidados Paliativos?	SI NO	
9		¿Considera que la creación de un centro de Cuidados Paliativos puede ayudar de gran manera tanto al paciente como a su familia?	SI NO	
Segmento	10	¿Qué edad cree usted que una persona puede ser diagnosticada como Paliativo?	niños	
			jóvenes	
			adultos	
			ancianos	
			todas las edades	
11	¿En qué parte de Quito considera que debe ser creado un centro de estos?	NORTE		
		CENTRO		
		SUR		
Precio	13	¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy BARATO que le haría dudar de su calidad y SI adquirirlo?	1250\$	
			1300\$	
			1350\$	
			1400\$	
			1450\$	
			1500\$	
14	¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy CARO que le haría dudar de su calidad y SI adquirirlo?	1250\$		
		1300\$		
		1350\$		
		1400\$		
		1450\$		
		1500\$		
15	¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy CARO que le haría dudar de su calidad y NO adquirirlo?	1250\$		
		1300\$		
		1350\$		
		1400\$		
		1450\$		
		1500\$		
Plaza	16	¿Qué importancia tiene la infraestructura en un centro médico tanto como administración y el	BAJA	
			MEDIA	
			ALTA	
Promoción	17	¿Cómo la empresa debe hacerse conocer?	Redes sociales	
			Emails	
			Volantes	
			Llamadas	
			Visitas a Centros Médicos	
	18	¿Qué medio de comunicación utiliza frecuentemente?	Celular	
			Radio	
			Tv	
			Internet	
20	¿Utiliza Redes Sociales como medio para actualizarse acerca de nuevos productos o servicios?	SI		
		NO		
21	¿Revisa anuncios comerciales en sus Redes sociales?	SI		
		NO		
22	¿En qué red social usted cree que es el canal más conveniente para llegar al consumidor?	Facebook		
		Instagram		
		Twitter		
		Whats App		
		Snapchat		

Pregunta 2

Del 100% de los encuestados el 36.9% tienen entre 18-22 años, mientras que el 15.4% tiene entre 23-27 años, el 10.8% 28-32 años, el 4.6% tienen entre 32-40 años y el 32.30% tiene de 40 años en adelante.

Pregunta 3

Del 100% de las encuestas realizadas el 53.8% son de género Masculino y el 46.2 es de género Femenino

Pregunta 4

Del 100% de las encuestas realizadas el 43.1% son personas que se encuentran estudiando, el 55.4% se encuentran trabajando y el 1.5 % ya están jubilados o retirados.

Pregunta 5

Del total de encuestados el 78.5% alguna vez había escuchado sobre los cuidados Paliativos y sobre que tratan, mientras que el 21.5% no ha escuchado sobre los cuidados Paliativos.

Pregunta 6

En el 100% de encuestado el 35.4% tiene o tuvo un familiar que se considera o consideró Paliativo, mientras que el 64.6% no lo ha tenido.

Pregunta 7

Del 100% de los encuestado manifiesta el 6.2% que en nuestro país si se le está dando la importancia necesaria a los Cuidados Paliativos, mientras que el 93.8% no piensan lo mismo.

Pregunta 8

De todas las encuestas realizadas el 33.8% conoce de algún centro que se dedica a brindar un servicio como los Cuidados Paliativos, mientras que el 66.2% no conocen de ningún Centro que se dedique a esto.

Pregunta 9

Del 100% de los encuestados el 96.9% están de acuerdo con la creación de un centro de Cuidados Paliativos para ayudar de gran manera tanto al paciente como a su familia, mientras que el 3.1% consideran que no lo es.

Pregunta 10

Del 100%, el 3.1% consideran que los niños ya son propensos a ser diagnosticados como Paliativos, el 6.2% manifiesta que los jóvenes son propensos a ser Paliativos, el 12.3% los adultos, 13.9 están de acuerdo que los ancianos son propensos a ser diagnosticados como Paliativos y el 64.6% comentan que Todos podemos ser diagnosticados como Paliativos.

Pregunta 11

El 46.2% consideran que la mejor parte para poner un Centro de Cuidados Paliativos es el Norte de la ciudad de Quito, el 40% están de acuerdo que debería situarse en el Centro de la ciudad y el 13.8% que debería ser el Sur.

Pregunta 12

Del total de encuestados el 84.6% consideran que 1250\$ es muy Barato y dudarían de su calidad como servicio y no lo adquirirían, el 6.2% consideran que 1300\$ es muy barato y dudan de su calidad, el 3.1% de 1350\$.

Pregunta 13

El 46.2% consideran que 1250\$ es muy barato, pero si adquirirían el servicio, el 36.9% consideran lo mismo, pero con la cantidad de 1300\$, el 7.7% con 1350\$, el 4.6% con 1400\$.

Pregunta 14

El 40% considera que 1500\$ es Caro, pero si lo adquirirían para el servicio de un Centro de Cuidados Paliativos, el 12.3% con 1450\$, 24.6 con 1400\$ 9.2% con 1350\$.

Pregunta 15

De todos los encuestados tomamos como resultado que el 66.2% considera que 1500\$ es un precio muy Caro y no lo adquirirían, el 4.6% considera que 1450\$, el 10.8% que es 1400\$.

Pregunta 16

Del 100% de los encuestados el 1.5% de los encuestados manifiesta que la importancia de la infraestructura en un centro médico es baja, el 9.2 considera que es media y el 89.2 opina que debe ser alta la importancia.

Pregunta 17

Del total de encuestas, se puede decir que el 50.8% considera que las empresas deben hacerse conocer por medio de Redes Sociales, el 1.5% considera que son los mails, otro 1.5% llamadas, 1.5% Volantes y el 44.6% manifiesta que visitas a centros médicos para hacerse conocer una empresa de Cuidados Paliativos es una buena idea.

Pregunta 18

Del 100% de encuestas, el 56.9 manejan como medio de comunicación el celular, el 1.5% la Tv, el 41.5% utilizan el internet.

Pregunta 19

De la encuesta realizada, el 96.1% utiliza redes sociales para actualizarse acerca de nuevos productos o servicios, mientras que el 3.1% no lo hace.

Pregunta 20

Del 100% de los encuestados, el 81.5% si revisa anuncios comerciales en internet, mientras que el 18.5% no lo hace.

Pregunta 21

Del 100% de los encuestados se puede decir que el 70.8% considera que Facebook es el canal más conveniente para llegar al consumidor o cliente, mientras que el 13.8% consideran que es Instagram, el 3.1% Twitter y el 12.3% piensan que es WhatsApp.

CORRELACIONES:

1.- De la encuesta realizada se obtiene que las personas que tienen entre 18-22 años 21 se encuentran estudiando y 3 trabajando, las personas entre 23-27 años 6 estudian y 4 trabajan, los que tienen entre 28-32 años 1 estudia y 6 trabajan, las personas que se encuentran entre 32-40 años, 3 trabajan y para finalizar los que tienen 40 años en adelante 20 están trabajando y 1 persona esta retirada o jubilada. (ANEXO 21)

2.- De los encuestados que tuvimos y consideran que la importancia de la infraestructura en un Centro de Cuidados Paliativos es baja 1 persona No revisa anuncios comerciales en Redes Sociales.

Las personas que consideran que la importancia debe ser media, 4 personas revisan anuncios en redes sociales y 2 no lo hacen.

Los que consideraron que la importancia debe ser alta 49 si revisan comerciales en sus Redes Sociales y 9 No lo hacen. (ANEXO 22)

3.- Las personas que usan redes sociales como medio para actualizarse acerca de nuevos productos o servicios, 46 encuestados consideran que Facebook es un canal conveniente para llegar al consumidor, 8 personas creen que lo es Instagram, 2 que es Twitter y 6 personas que lo es WhatsApp. (ANEXO 23)

Las personas que NO lo hacen, una persona considera que Instagram es un canal conveniente para llegar al consumidor y otra persona más considera que lo es WhatsApp.

Análisis de Correspondencia

1.- En lo que se refiere a la Correspondencia las personas que tienen entre 18-22 años y las que tienen entre 23-27 se dedican a estudiar, y las personas que tienen entre 28-32 años, 33-40 años y 40 en adelante tienen como ocupación el trabajo. (ANEXO 24)

2.- Las personas que comentaron que el Norte de Quito sería una buena ubicación, consideran que los jóvenes y los ancianos pueden llegar a necesitar Cuidados Paliativos, los que opinaron que el Centro era una buena ubicación consideran que los adultos al igual que los que pensaron del SUR y en el centro de todos los que opinaron de la ubicación se relacionan a que TODOS pueden llegar a necesitar Cuidados Paliativos sin importar su edad. (ANEXO 25)

3.- La mayoría de las personas que básicamente se encuentran en un rango de 18 a 40 años y hasta más años, consideran que Facebook e Instagram son redes sociales que se pueden considerar como buenos canales para buscar nuevos clientes y después WhatsApp. (ANEXO 26)

4.- Las personas con respecto a su edad consideran el medio de comunicación que usan frecuentemente, en el caso de las personas mientras más jóvenes son se inclinan al celular y el internet, mientras que las personas que tienen 40 años en adelante están un poco alejadas, pero usan este medio de comunicación frecuentemente. (ANEXO 27)

4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

4.1 Descripción de la oportunidad de negocio.

Gracias a los análisis realizados tanto internos como externos (Porter, Pest y EFE) análisis cualitativo como lo es las entrevistas y el focus group y después de realizar un análisis cuantitativo por medio de encuestas se obtuvo lo siguiente:

Con la atención a varios pacientes especialmente en el sector público como son los Hospitales que son propiedad del Estado, existe un colapso en lo que se refiere a la atención médica, es por esto que el problema se dirige a personas paliativas y crónicas que básicamente se encuentran en una etapa terminal ya sea por una enfermedad catastrófica, estado de coma, muerte cerebral a causa de un accidente o enfermedades que surgen al cumplir la mayoría de edad como Alzheimer que necesitan un cuidado mucho más personalizado en conjunto de chequeos médicos continuos para preservar su salud y su calidad de vida.

Es por esto por lo que es muy importante generar un buen plan de negocio para satisfacer la necesidad que hoy en día se siente más y más.

Según el análisis PEST es importante conocer los parámetros a cumplir para poder crear un centro médico con el fin de poder crear hasta convenio con

varias entidades de la red pública de salud para la transferencia de pacientes, el 0% de pago del IVA a medicamentos es de gran ayuda para centros los cuales invierten principalmente en antibióticos, analgésico, psicotrópicos en todas las presentaciones que se puede llegar a obtener (intravenosa, intramuscular, vía oral, etc.)

Según el análisis Porter realizado, se dio cuenta de que en la industria solo existen dos clínicas que ofrecen un servicio directo para pacientes paliativos y crónicos, El Hospital San Camilo y el Hospital San Juan de Dios.

Existen alrededor de 5 centros psiquiátricos y cuidado del adulto mayor que han abierto un ala de paliativos, sin tomar en cuenta que estas alas creadas no brindan servicios paliativos como: terapias respiratorias, terapia física, servicios psicológicos, terapia del dolor, y los cuidados que un paciente paliativo y crónico deben tener como lo hacen en el Hospital San Camilo y el San Juan de Dios.

En lo que se refiere a las entrevistas realizadas, se puede notar la importancia que hoy en día se quiere dar a esta rama de la medicina como son los cuidados paliativos y el servicio que se debe dar en específico y que la oportunidad de mercado si es buena y es un negocio que si es rentable, en lo que se refiere a las 50 entrevistas realizadas y poder conocer un poco más en lo que se refiere a su precio, plaza, producto, promoción y segmento, hemos notados que es un servicio que a mucha gente llama la atención y consideran de que se es necesario efectuarlo y satisfacer la gran necesidad que ha aparecido y mejorar un poco el servicio de salud que tiene nuestro país.

En base a todo lo presentado y los análisis realizados se puede considerar que el plan de negocio al cual refiere este proyecto puede mejorar de gran manera a la sociedad y brindar un mejor estilo de vida, un mejor servicio tanto para los pacientes que son diagnosticados como Paliativos y también a sus familiares generando un soporte y una mejor calidad de hospitalidad y cuidados.

5. PLAN DE MARKETING

Plan de Marketing son las acciones que se van a realizar con el fin de poder cumplir objetivos establecidos en lo que se refiere a las ventas de un producto o servicio. (González, 2014)

5.1 Estrategia general de marketing

La estrategia adecuada para la creación de un centro de cuidados paliativos será la de **diferenciación**, claramente es una rama de la salud que no ha sido explotada en Ecuador y no es conocida por muchas personas, muy independientemente que algunos servicios o procedimientos que son ofertados en el cuidado subsecuente de pacientes crónicos y terminales se los aplica en varios hospitales o clínicas, pero con el fin de sanar a una persona y de forma aparte, en este caso se decide dar un conjunto de servicios para dar el cuidado paliativo enfocándose a pacientes que se les desea dar una muerte digna, disminuyendo secuelas de traumas por tan fuerte etapa que se encuentra tanto el paciente como su familiar.

5.1.1 Mercado Objetivo

Para lograr obtener el mercado objetivo al cual será dirigido nuestro servicio se obtuvo información mediante las entrevistas a los expertos y también utilizando herramientas de recopilación de datos como es la encuesta, se determinó que la segmentación será la siguiente: (Valiña, 2009)

➤ **Segmentación Geográfica:**

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

➤ **Segmentación Demográfica:**

Edad: A partir de los 18 años en adelante (debido que los cuidados paliativos son para todo tipo de edades incluyendo niños, el plan de negocio

está enfocado a mayores de edad, debido que el cuidado paliativo pediátrico se maneja de otra manera.). (Villacís, 2011)

Sexo: Masculino y Femenino (Ferreira Salazar, García García, Macías Leiva, Pérez Avellaneda, & Tomsich, 2011)

Clase Social: media (C+), media alta (B) y alta (A).

Diagnóstico: Personas que estén diagnosticadas con cáncer o alguna enfermedad o daño grave. (Redacción Médica, 2018)

➤ **Segmentación conductual:**

Aceptación: Personas que aprueban la creación de un Centro de Cuidados Paliativos.

Una vez segmentada la población con las características antes expuestas y utilizando datos tanto del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) al igual que datos del MSP y del INEC+SALUD se presenta una tabla detallando el segmento al cual el plan de negocio va dirigido.

A personas que tienen 18 años en adelante que viven en Quito, con un estrato social de Media, Media-alta y Alta y son diagnosticados con alguna enfermedad catastrófica, crítica o grave. Considerando y aprobando la creación de un Centro de Cuidados Paliativos. (INEC, 2011)

TOTAL (13.006 personas)

Tabla 14. Mercado objetivo

Mercado Meta (Censo 2010)			
SEGMENTACIÓN GEOGRAFICA			
Población del Ecuador		14483499	
Población Pichincha	17,79%		2576287
Población de Quito	86,92%		2239191
SEGMENTACIÓN DEMOGRAFICA			
Población por edades Pichincha			
De 18 años en adelante en PICHINCHA	48,10%	1239351	
Población de Quito de 18 años en adelante	86,91%	1077243	1077243
Estratos sociales en Quito			
Estrato A	1,90%	20467	
Estrato B	11,20%	120651	
Estrato C+	22,80%	245611	
Población de Quito de 18 años en adelante de clase A, B y C+	1,48%		386729
% Diagnósticos de cáncer	1.5%	5800	
Otro diagnostico grave sea enfermedad o accidente	2%	7734	
Población de Quito de 18 años en adelante de clase A, B y C+ con diagnostico grave.			13534
SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL			
Aceptación de un Centro de Cuidados Paliativos	96,10%		13006
MERCADO META TOTAL	3%		390

Se considera que es una empresa nueva, por lo cual no puede cubrir la totalidad del mercado objetivo, entonces se enfocaría al 3% de toda la población objetiva la cual es 390 personas al año, esto refiere mucho a la capacidad de la empresa, y como es nueva y estamos hablando de un servicio de hospitalización, se considera 32 pacientes por mes es un muy buen indicador para ir creciendo poco a poco.

5.1.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor para el Centro de Cuidados Paliativos será de **más por menos**, (Kotler & Armstrong, 2013), se puede entender que una empresa para posicionarse de mejor manera debe ofrecer un producto o servicio de mejor calidad a un mejor precio que el del mercado.

Un servicio de cuidados paliativos es un conjunto de procedimientos médicos que al aplicarlos a todos en un solo paquete y ofrecerlos juntos como un solo servicio disminuye el valor de lo que cada uno puede dar por separado, es por eso que en Quito existen aproximadamente 3 lugares que ofrecen este servicio, sin mencionar terapia ocupacional, psicología a paciente y familiares,

asistencia a familiares y paciente a domicilio. Ofrecer varios servicios como uno solo puede ofertarse a un mejor precio o a su vez al mismo, pero aumentando algún otro tipo de asistencia y cuidado subsecuente mejor al que pueden ofrecer otra empresa en el mercado.

Modelo Canvas

A continuación, se presenta la tabla del modelo Canvas con el fin de conocer un poco más a fondo sobre los Socios clave, Actividades clave, Propuesta de valor, Relaciones con los clientes, Segmento de clientes, Recursos clave, Canales, Estructura de costos y Fuentes de ingreso del proyecto el cual se está realizando.

Tabla 15. Modelo Canvas

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los Clientes	Segmento de Clientes
<p>Proveedores:</p> <p>Estará establecido el precio de oxígeno, medicamentos de acuerdo al cuadro básico de medicamentos y los insumos a un buen crédito de 3 a 4 meses.</p>	<p>-Realizar y compartir artículos los cuales informen sobre la importancia de los cuidados paliativos.</p> <p>-Entender la situación en la cual se encuentran estas personas y poder brindar un servicio hospitalario de calidad.</p>	<p>-Servicio hospitalario de asistencia médica y cuidado subsecuente a personas con diagnóstico terminal o crónico.</p> <p>-Terapia de dolor y seguimiento por medio de medicamentos psicotrópicos.</p> <p>-Apoyo psicológico a familiares y paciente.</p> <p>-Terapia física y respiratoria para poder evitar problemas de rigidez y secreciones.</p> <p>-Apoyo de colchones anti escaras con el fin de prevenir puntos de presión que pueden traer complicaciones mucho más graves.</p>	<p>-Establecer una relación con el paciente y su familiar con el fin de brindar un soporte en tan difícil situación.</p> <p>-Al alta o fallecimiento, entregar una encuesta de evaluación al servicio que recibieron.</p> <p>-Crear un libro de opiniones y recomendaciones.</p> <p>-Enviar arreglo floral a familiares en el caso de un fallecimiento.</p>	<p>-Habitantes de Quito</p> <p>-Hombres y Mujeres</p> <p>-Mayores de 18 años en adelante</p> <p>-Clase media, media alta y alta</p> <p>-Personas que se encuentren con un diagnóstico terminal o crónico y necesiten cuidado de un tercero.</p>
Recursos Clave			Canales	
<p>-Médico Internista especializado en Paliativos</p> <p>-Terapeutas físicos, respiratorios y ocupacionales.</p> <p>-Instalaciones y ambiente a hogar y no a una estadía hospitalaria.</p>			<p>-Página web en la cual pueden solicitar cotizaciones, pedir información, informar del diagnóstico del paciente y conocer un poco sobre los cuidados Paliativos y la importancia que tiene.</p> <p>-Redes sociales con el fin de que varias personas puedan conocer de este nuevo servicio.</p>	
Estructura de Costos		Fuente de Ingresos		
<p>-Salarios</p> <p>-Medicamentos</p> <p>-Servicios Básicos</p> <p>-Insumos Médicos</p> <p>-Laboratorio</p> <p>-Equipos Médicos</p> <p>-Insumos de Oficina</p>		<p>-Convenios con la red pública de salud.</p> <p>-Convenios con ISSPOL e ISSFA.</p> <p>-Cuidados Paliativos a personas particulares.</p> <p>-Consulta externa para terapia de dolor.</p> <p>-Servicio por separado en el caso que alguien necesite de forma particular (psicología, rehabilitación física, consulta externa, laboratorio)</p>		

Estrategia de internacionalización.

Para un mejor entendimiento sobre la alianza que se ha tomado como estrategia de internacionalización en el tema de este proyecto, a continuación, se presenta una matriz de decisión, la cual nos ayuda a escoger la mejor alternativa para un método de internacionalización de una empresa. (Posas, 2015)

Bajo= 1-2 Medio= 3 Bueno= 4 Muy Bueno= 5

Tabla 16. Matriz de decisión

Modo	Modo Operativo 1 (Joint Venture)			Modo Operativo 2 (Alianza)			Modo Operativo 3 (Licencia)		
	Valor	Ponderación	Evaluación Ponderada	Valor	Ponderación	Evaluación Ponderada	Valor	Ponderación	Evaluación Ponderada
Control Mercado	2	0.15	0.30	4	0.15	0.60	2	0.15	0.30
Marco Legal	1	0.10	0.10	2	0.10	0.20	3	0.10	0.30
Inversión Inicial	2	0.25	0.50	4	0.25	1.00	1	0.25	0.25
Situación Económica	1	0.05	0.05	3	0.05	0.15	2	0.05	0.10
Transferencia de Conocimientos	3	0.15	0.45	5	0.15	0.75	3	0.15	0.45
Acceso a nueva información	3	0.15	0.45	5	0.15	0.75	3	0.15	0.45
Ahorro	1	0.15	0.15	4	0.15	0.60	2	0.15	0.30
Resultado		1	2.00		1	4.05		1	2.15

La alianza estratégica es la mejor alternativa, y es por eso que se ha tomado como tema de este proyecto, debido que la ventaja que tiene La Fundación PRO UNIDAD DE CUIDADOS PALIATIVOS ubicada en San José (Costa Rica) es de hacer conocer al mundo entero sobre la importancia de los cuidados Paliativos tanto a niños como jóvenes y personas adultas, es por eso que el proyecto planteado sirva como canal de comunicación tanto de la importancia de este servicio.

La ventaja que tiene el proyecto es que esta Fundación ha adquirido el premio Sasakawa de la Organización Mundial de la Salud por su trabajo constante y sus nuevas formas de estimulación ante este tipo de pacientes como es la musicoterapia, arte, terapia con perros, hipnosis y reiki. Es por esto que la empresa se sentiría beneficiada al adquirir estos nuevos conocimientos y

nuevos métodos de poder aliviar el dolor y estimular tanto física como emocional. (Organización Panamericana de Salud, 2018)

5.2 Mezcla de Marketing

Mezcla de marketing, refiere a iniciativas, las cuales tienen como objetivo convertir a un consumidor pasivo en un futuro cliente. (González, 2014)

5.2.1 Producto o Servicio

Se refiere a las características que tiene el servicio que se está ofreciendo y la importancia que este tiene, de donde proviene los insumos y medicamentos, cuáles son los proveedores, el establecimiento, la limpieza y el plus del servicio.

Atributos

Dentro de los atributos básicos para el servicio que se ofrecerá están:

Insumos y medicamentos: Se utilizará insumos y medicamentos de alta calidad, adquiridos por proveedores nacionales los cuales son: Quifatex, Medikal Kado, ECUADISMED, BC Representaciones, Hospira, entre otros.

Los principales Insumos que se deben adquirir son: Funda de Nutrición Enteral, Funda recolectora de orina, Jeringuillas de todas las medidas (3ml, 5ml, 10ml, 20ml, 50ml), guantes estériles y guantes de manejo, sondas de succión #14, catlón #22, #20, #18, llave de tres vías, micro goteros, humidificadores, equipo de venoclisis, batas estériles, gasas, apósitos, etc. Estos son los que se usan sin importar el diagnóstico del paciente, el valor de los insumos varía del diagnóstico y qué se debe usar específicamente en cada persona.

Los medicamentos serán adquiridos conforme al cuadro básico establecido por el Ministerio de Salud y se comprará en todas las presentaciones posibles (tabletas, soluciones, Intravenoso, Intramuscular, etc.).

Establecimiento: Será un edificio arrendado de tres pisos en los cuales se dividirá de la siguiente manera:

1er piso: Recepción de pacientes, consultorio, farmacia, oficinas administrativas, estación de enfermería, baños para visitas, baño para personas con discapacidad, sala de espera y 6 habitaciones (4 individuales y 2 compartidas de dos camas).

2do piso: Sala de espera, ingreso de rampa para sillas de ruedas, área de terapia ocupacional, capilla, estación de enfermería, cuarto de residentes, área de esterilización de material, 7 habitaciones (2 individuales, 4 para dos camas y 1 de tres camas).

3er piso: Cocina, terraza, área de lavandería, archivado de historias clínicas, bodega de insumos de oficina, área de planchado.

Ambiente: El ambiente debe generar una similitud a hogar es por eso que se pondrá música instrumental con el fin de relajar a los pacientes y a los familiares, las habitaciones tendrán su propio velador y su closet en el cual guardarán todas sus pertenencias.

Limpieza y esterilización: La limpieza y esterilización es indispensable cuando se trabaja con salud, es por eso que se realiza 4 veces por día, ya que se debe evitar la contaminación en el ambiente y los pacientes.

En cuanto a los atributos de rendimiento están:

Servicio: El servicio será personalizado, por lo cual cada paciente será evaluado y tratado de manera diferente con respecto a su diagnóstico, dando mayor tranquilidad y alivio tanto a dolores físicos y picos emocionales.

Descripción del servicio

La empresa la cual se dedica a los cuidados paliativos, tiene como objetivo brindar un soporte médico y un cuidado subsecuente para pacientes los cuales se encuentren en un estado de salud muy grave, por lo cual se enfoca principalmente en estas personas con el fin de poder ayudar tanto al paciente como a sus familias en este proceso penoso en el que se encuentran que mediante la medicina se puede aliviar el dolor y la descompensación que este

proceso puedo generar y brindar una muerte digna a las personas que adquieran el servicio.

Branding

Se crea el nombre del establecimiento como CENTRO DE CUIDADOS PALIATIVOS “MITAD DEL MUNDO” en el cual claramente detalla la ubicación donde se encontrará y el servicio que se está ofreciendo al público.

Logotipo

El logotipo ha sido creado con colores como el verde, azul, blanco. Según el libro “El significado de la marca” del autor (Batel, 2013) el blanco representa pureza y es asociado principalmente con servicios relacionados a la salud y adicional tiene la forma de un corazón que representa la vida, el verde representa serenidad y armonía y tiene la forma de manos el cual significa el servicio que se está ofreciendo “el cuidado” que se debe realizar para que los pacientes puedan tener tranquilidad hasta su último día de vida, el azul significa conocimiento por parte de nuestro personal médico y seguridad al momento de atender a todos nuestros pacientes.



Figura 3. Logotipo

Slogan

NOSOTROS CUIDAMOS DE TI

El Slogan de la empresa es “NOSOTROS CUIDAMOS DE TI”, representa el compromiso que tiene todas las personas con el paciente y la importancia que deben tener estos pacientes a pesar de encontrarse en una etapa final, por lo cual velar por la tranquilidad, serenidad y armonía y sobre todo ofrecer una muerte digna y fuera de dolor genera satisfacción tanto a sus familiares como a los pacientes en esta fuerte situación.

5.2.2 Precio

La importancia de la fijación de precios es poder llegar al precio óptimo o tentativo para que no resulte muy barato ni muy caro y de tal manera generar una buena rentabilidad, ya que al establecer un precio tentativo se puede aumentar la demanda.

Costo de venta

Los costos en lo que se refiere al servicio de hospitalización consta de: medicamentos, insumos, salarios, oxígeno, servicios básicos y todo lo que se gasta en el transcurso de un mes, debido que se trata de un servicio el cual su costo depende del diagnóstico de cada paciente se ha manejado con aproximados de consumo en medicamentos e insumos y los costos fijos como son los salarios y los servicios básicos.

Estrategia de Precios

Se tomará en cuenta la estrategia de fijación de precios basada en la competencia que según (Kotler & Armstrong, 2013) basarse en los costes y precio de venta de la competencia es posible basarse para poder mejorar el servicio a un mayor precio o ponerlo menor que la competencia.

El Hospice San Camilo y el Hospital San Juan de Dios serán tomados como referentes a la competencia ya que uno da un servicio paliativo y el otro da un

servicio similar a un paliativo. El precio por el servicio de Hospitalización a personas privadas es de aproximadamente 3000\$, pero no ofrecen el mismo servicio que se les da a los pacientes como: terapia ocupacional, médico internista. (Hospice San Camilo, 2019)

Por lo cual debemos ofrecer la hospitalización al mismo precio y aumentando nuevos servicios como ya los antes mencionados o bajar en un mínimo porcentaje al de las competencias.

Estrategia de entrada

La estrategia de penetración de mercado es ingresar con precio bajo al de la competencia y ofrecer algunos servicios extras como lo es la terapia ocupacional y la interconsulta de medicina interna con el fin de generar ventas desde el principio y generar un gran impacto para poco a poco ir cubriendo el mercado, conseguir insumos y medicamentos a menor costo para de tal manera compensar la disminución del precio del servicio al de la competencia.

5.2.3 Plaza

Se refiere al lugar e infraestructura que tendrá la empresa, donde se ubicará y que acondicionamientos se realizará para una mejor organización y este caso una manera más óptima de distribuir los servicios de hospitalización.

Estrategia de distribución

Se llevará a cabo una estrategia de distribución exclusiva, debido que sólo existirá un solo establecimiento en el cual ofertamos nuestro servicio.

Puntos de venta o atención

Al realizar las encuestas se dio cuenta que la mayoría de las personas consideran que debe realizarse el proyecto en el norte de Quito, es por eso que se decidió Mitad del Mundo en el logo de la empresa, ya que se escogió este sector que se encuentra en la Parroquia de San Antonio de Pichincha, el ambiente es mucho más tranquilo debido que no existe tráfico y su clima es cálido.

Estructura de canales de distribución

Para la adquisición de varios medicamentos, insumos y oxígeno que son lo principal en este servicio de salud se ha escogido algunos proveedores los cuales son:

ECUADISMED: Es una empresa que se encuentra en la ciudad de Quito y vende al por mayor todo tipo de medicamento ya sea genérico, psicotrópico y en cualquier presentación.

BC REPRESENTACIONES: Empresa que se encuentra en la ciudad de Quito y se encarga de la distribución de insumos médicos y de esterilización.

QUIFATEX: Empresa que se encarga de la distribución de equipos de bomba, fundas de nutrición enteral, fórmulas de nutrición enteral (VITAFOS) y de equipos de administración de medicamentos.

OXISALUD: Empresa que se encuentra en la ciudad de Quito que se encarga de la instalación de tuberías para la distribución de oxígeno en cada una de las habitaciones y de proveer los tanques de oxígeno tanto fijos como móviles.

Tipos de canales de distribución



Figura 4. Canal de distribución

La empresa llega a ser un intermediario, debido que se basa en los proveedores ya sean mayoristas o minoristas y con estos medicamentos e insumos se ofrece el servicio de cuidados paliativos a los consumidores que llegan a ser los pacientes que se encuentren con un diagnóstico terminal o crónico y adquieren nuestro servicio. (Kotler & Armstrong, 2013)

Cabe mencionar que una de las estrategias es realizar convenios en la red de salud pública la cual deriva pacientes y de esa manera se podrá llegar a obtener más pacientes.

5.2.4 Promoción

La promoción es muy importante, debido que es la forma en la que la empresa, el servicio o producto se hace conocer ante el mercado.

La estrategia es muy importante en promoción, ya que ahí es donde la empresa oferta de la mejor manera y a la mayor cantidad de personas posibles para una mayor efectividad en ventas.

Estrategia Promocional

Centro de Cuidados Paliativos “Mitad del Mundo” utilizará una estrategia “push”, en la que se realizará la oferta del servicio de forma personal y directa con el consumidor dependiendo el diagnóstico de cada paciente y debido que nuestro canal de distribución es directamente con el consumidor o entidad que deriva pacientes.

Relaciones Públicas

Es de suma importancia dar a conocer la importancia de los cuidados paliativos y el descuido que esto tiene en nuestro país, realizar una campaña ya sea física o virtual sobre este tema es de suma importancia ya que puede existir posibles clientes que se encuentren en una situación difícil con un familiar al conocer de esta rama de la salud que no es explotada en el país, puede llegar a comunicarse con nosotros y conocer más y a su vez adquirir nuestro servicio.

Publicidad

La publicidad es una de las piezas fundamentales al crear un nuevo producto, implementar una nueva marca u ofrecer un nuevo servicio como este es el caso, es por eso que la repartición de flyers la cual tenga nuestro slogan y logo, acompañado de información sobre nuestro servicio es de suma importancia para el conocimiento de las personas y posibles clientes, por lo cual a

continuación se presenta un ejemplo de flyers que se utilizará para hacer conocer a las personas sobre la empresa y que servicio ofrece.

La entrega de los flyers se los llevará a cabo en farmacias que se encuentran en la zona ubicada como: Pusuqui, Pomasqui, San Antonio y la Pampa, adicional a eso la entrega de los mismo en zonas transitadas del mismo sector y fiestas de San Antonio como el 13 de junio, ya que transita mucha gente del sector que puedan llegar a necesitar este servicio.

La implementación de una página web y de cuenta en las redes sociales (Facebook), es de suma importancia para compartir artículos relacionados con los cuidados paliativos y hacer saber sobre las instalaciones, la ubicación y el servicio que se está ofreciendo.

Fuerza de ventas

La fuerza de venta del Centro de Cuidados Paliativos Mitad del Mundo comprende de 4 partes fundamentales.

Médicos residentes. - Personas las cuales se encargan del progreso de los pacientes, evaluación, prescripción de indicaciones y medicamentos a recetar que es muy importante para la evolución del diagnóstico de cada paciente y de tal manera saber cómo combatir una infección, un dolor o evitar alguna complicación.

Enfermería. - Personas que se encargan en la administración de los medicamentos prescritos por el médico, toma de signos, limpieza y comodidad de los pacientes con el fin de poder ir analizando la evolución que cada individuo tiene dentro del centro.

Terapeutas. - Personas que se encargan en la movilidad de los pacientes con el fin de evitar puntos de presión y mejorar la respiración en el caso que el paciente lo amerite, la estimulación ya sea física o neurológica.

Administración: Encargados del manejo del centro considerándolo como empresa, encargados de la adquisición de pacientes, pedidos de insumos y

medicamentos, convenios con proveedores, pago de facturas, roles de pago, etc.

5.5.4.5 Marketing Directo

Se realizará marketing directo después de haber analizado al paciente y conocer todo sobre su diagnóstico y las complicaciones que puede llegar a tener, a continuación se le habla sobre la importancia del servicio que se está ofreciendo y todo lo que se va a realizar en el paciente ya sean las terapias, la medicación, los insumos y la evolución que se espera obtener para que el paciente tenga una comodidad en sus últimos días de vida o a su vez tener un buen cuidado por la larga estancia que puede llegar a tener en el centro.

5.2.5 Presupuesto de marketing

Tabla 17. Detalle del presupuesto

CUADRO GASTOS MKT					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseño página web	600,00	-	-	-	-
Dominio + hosting		90,00	93,04	96,19	99,44
Imagen corporativa	250,00	-	-	-	-
Email marketing	348,00	359,76	371,92	384,49	397,49
Relaciones públicas	1.500,00	1.550,70	1.603,11	1.657,30	1.713,32
Impresión flyers	350,00	361,83	374,06	386,70	399,77
Publicidad redes sociales	1.200,00	1.240,56	1.282,49	1.325,84	1.370,65
0	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	4.248,00	3.602,85	3.724,63	3.850,52	3.980,67

6. PROPUESTA DE FILOSOFIA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es la cual comprende los principios, tradiciones en la que se fundamenta la operatividad de una organización. (Encalada, 2016)

6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

6.1.1 Misión

La misión es en definitiva la razón de ser de la empresa, constituye la persona y la empresa, mientras que la visión es el objetivo a alcanzar con el pasar del tiempo. (Hernandez, 2014)

A continuación, se presenta tablas que se utilizaron para la creación de la misión y la visión tomando en cuenta algunos componentes y al final la misión y la visión construida.

Tabla 18. Componentes de la misión

Componente	Descripción
<i>Clientes</i>	Pacientes con enfermedades en estado avanzado
<i>Producto</i>	Atención activa y eficiente
<i>Mercado</i>	Quito
<i>Tecnología</i>	NO
<i>Preocupación</i>	Mejorar la calidad de vida
<i>Filosofía</i>	La empresa se preocupa por el bienestar del cliente
<i>Auto concepto</i>	Una alternativa para cuidados a pacientes terminales.

Somos un centro de cuidados paliativos ubicado en Quito comprometidos a brindar atención activa y eficiente para mejorar la calidad de vida a pacientes con enfermedades en estado avanzado, a través de la prevención, evaluación y tratamiento del dolor con profesionales de salud altamente capacitados.

6.1.2 Visión

Tabla 19. Componentes de la visión

Componente	Descripción
<i>Objetivo y Horizonte de tiempo</i>	Construirse en un referente nacional e internacional para el 2025
<i>Factores diferenciadores</i>	Se mencionan en la misión
<i>Satisfacción clientes, proveedores y sociedad</i>	Garantizando calidad y oportunidad de vivir mejor
<i>Tecnología</i>	No
<i>Rentabilidad</i>	Porcentaje aceptable de rentabilidad

“Para el 2025 construirnos en un referente nacional e internacional en el cuidado de pacientes con enfermedades en estado avanzado, a través de la búsqueda de nuevas alternativas de cuidado paliativo, garantizando su calidad y oportunidad de vivir mejor.”

6.1.3 Objetivos de la organización.

Los objetivos de la organización son los que se define a mediano y largo plazo, tomando en cuenta que deben ser SMART por lo cual deben ser: Específicos, medibles, alcanzable, realistas y acotados en el tiempo.

A continuación, se presenta los objetivos tanto a mediano como largo plazo con su respectivo indicador y meta.

➤ Objetivos a mediano plazo

Tabla 20. Objetivos a mediano plazo

Mediano plazo/específicos	<i>Perspectiva Financiera</i>		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Aumentar el crédito con proveedores de medicamentos e insumos	Porcentaje de crédito o días de crédito	Aumento en un 15% el crédito con los proveedores
	<i>Perspectiva del cliente</i>		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Obtener la capacidad completa del establecimiento.	Porcentaje de capacidad de aforo en el centro.	Obtener el 100% de capacidad.
	<i>Perspectiva de procesos internos</i>		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Invertir en capacitaciones para enfermería sobre manejo del paciente.	Porcentaje de satisfacción en el servicio.	Aumentar en un 10% la satisfacción de los pacientes y familiares.
	<i>Perspectiva de formación y crecimiento</i>		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Aumentar el aforo de la empresa.	Porcentaje de incremento de aforo de pacientes.	Crecimiento en un 10% de aforo en el establecimiento.

➤ Objetivos a largo plazo

Tabla 21. Objetivos a largo plazo

Largo plazo/Estratégicos	Perspectiva Financiera		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Dejar de pagar arriendo y comprar el edificio.	Disminución en gastos de arriendo/aumento de activo fijo	Comprar el edificio en los próximos 8 años.
	Perspectiva del cliente		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Invertir en un nuevo servicio (ambulatorio)	Numero de servicios que se oferta al mercado.	Proveer el servicio ambulatorio en los próximos 10 años (comprar una ambulancia.)
	Perspectiva de procesos internos		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Invertir en capacitaciones sobre nuevas terapias de dolor.	Porcentaje de eficacia en procedimientos de terapia de dolor.	Mejorar la eficacia de terapia de dolor en los próximos 6 años.
	Perspectiva de formación y crecimiento		
	<u>Objetivo</u>	<u>Indicador</u>	<u>Meta</u>
	Abrir un centro de cuidados paliativos en el centro o sur de Quito.	Número de centros paliativos creados	Abrir un nuevo centro de cuidados paliativos en los próximos 10 años.

6.2 Plan de Operaciones

El plan de operaciones es el plan que las empresas toman para poder realizar las acciones y obtener los resultados que se han planteado con anticipación. (Chase, 2009)

6.2.1 Mapa de Procesos

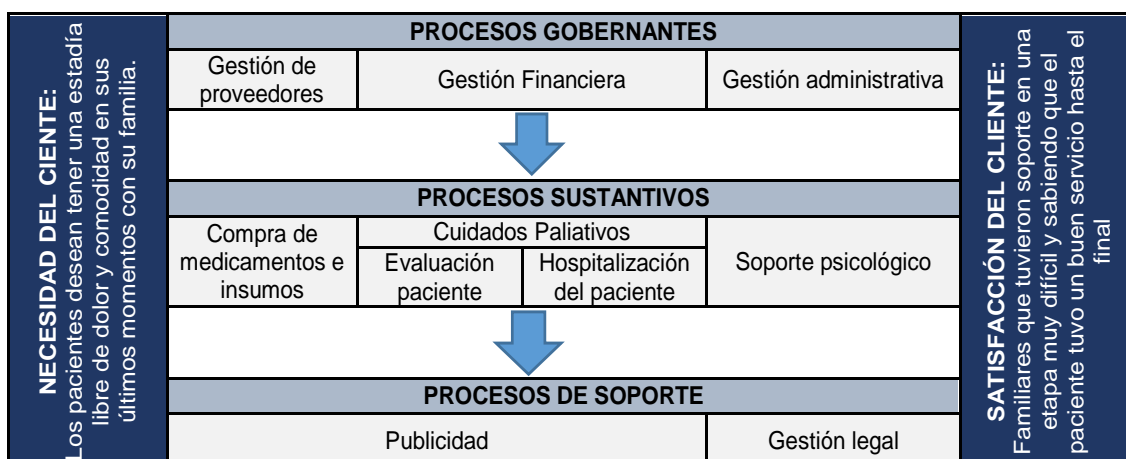


Figura 5. Mapa de procesos

La empresa se ajusta dependiendo el diagnóstico de cada paciente, es por eso que se elabora un mapa de procesos por el cual se busca la satisfacción de los pacientes y sus familiares.

6.2.2 Descripción de los procesos

➤ Procesos Gobernantes

La gestión de proveedores es la encargada en la selección de los convenios con las personas que nos suministran productos tanto de limpieza, insumos de oficina y sobre todo de medicamentos e insumos médicos, tomando en cuenta el mejor precio que pueda beneficiar al centro y también el crédito que se puede acordar, en este caso se trabajará con Ecuadismed.

La gestión financiera es muy importante hay que como toda empresa debe manejar muy bien sus finanzas y tener claro la situación de la empresa para poder tomar una decisión con la gestión de administración la cual se encarga de analizar muy bien los resultados y llegar a un acuerdo dependiendo como se encuentra económicamente la empresa.

➤ Procesos Sustantivos

En este proceso se encarga de la adquisición de todos estos medicamentos e insumos por parte del proveedor que ya se acordó y se realiza el servicio el cual se está ofreciendo que es la hospitalización y el cuidado subsecuente que necesita el paciente para poder aliviar su dolor y ser asistido hasta su último momento, adicional se encuentra el soporte psicológico para el análisis tanto del paciente como del familiar para brindar un apoyo y adicional conocer sobre la conformidad del cliente.

➤ Procesos de Soporte

En este proceso trata sobre la importancia de la publicidad que se utilizará para que la empresa llegue a hacerse conocer mediante el manejo de redes sociales, exposiciones sobre los cuidados paliativos y su importancia, creación de página web, elaboración de flyers, etc.

En gestión legal se contará con un abogado el cual pueda generar la emisión de contratos con empleados y permisos de la manera como lo dice la ley.

Flujograma de compras

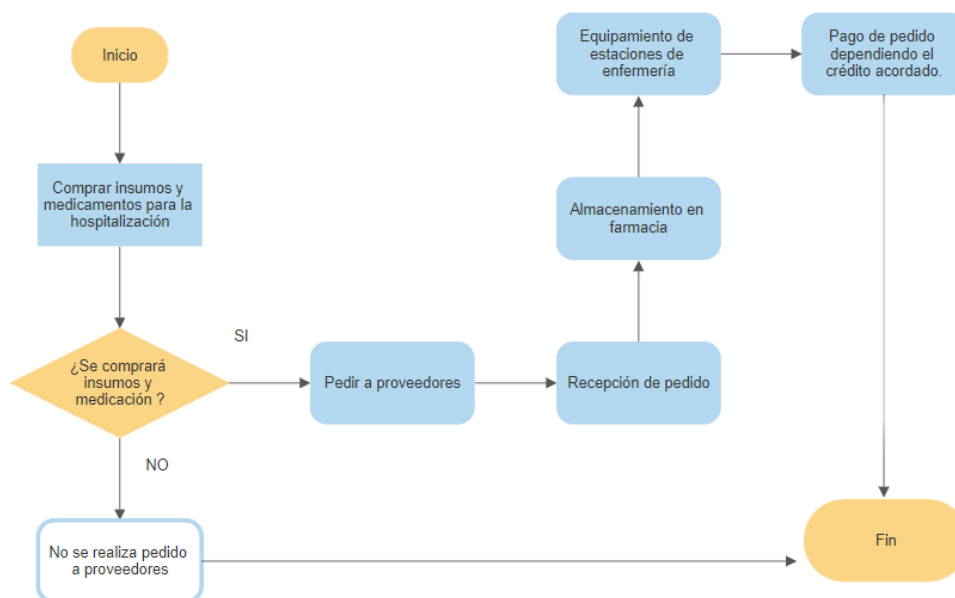


Figura 6. Flujo de compras

La empresa trabajará en lo que refiere a medicamentos e insumos médicos con ECUADISMED a un crédito de 120 días en lo que refiere a medicamentos e insumos, distribuidores UNILIMPIO se encargará de insumos de limpieza y sustancias como: cloro, desinfectante y varios con un crédito de 45 días y Familia en lo que se refiere a insumos de oficina y de limpieza como papel higiénico, toallas de papel, jabón, etc.

Flujograma del servicio Cuidados Paliativos

El proceso se lo realiza en dos partes la cual consta en la evaluación del paciente para poder determinar si necesita un cuidado paliativo y la otra cuando ya se lo ingresa al centro.

En el instante que un familiar llega con el paciente entra a revisión el cual es un proceso que se analiza al paciente para entender su estado de salud, este

proceso se lo realiza en el área de Recepción de Pacientes que básicamente es un consultorio, cuando se confirma que necesita un cuidado subsecuente se informa a los familiares sobre el costo y todos los servicios que tiene el cuidado paliativo, dependiendo la decisión de los familiares se ingresa al paciente y se firman formularios o actas denominada “acta de entrega de salud” y adicional documentos con información de los familiares y paciente para cualquier complicación poder comunicarse con ellos.

Se asigna la habitación al nuevo paciente y se realiza la evolución médica que consta en todo lo que el médico le prescribe como su alimentación, procesos, medicación y los profesionales que deben tratarlo.

Se realiza exámenes de sangre para conocer con exactitud cómo se encuentra el paciente y si está bien en niveles de azúcar, glóbulos rojos y blancos, alguna infección, etc. Después de tener una idea clara y médica de cómo se encuentra el paciente se empieza a dar el servicio de Cuidados Paliativos.

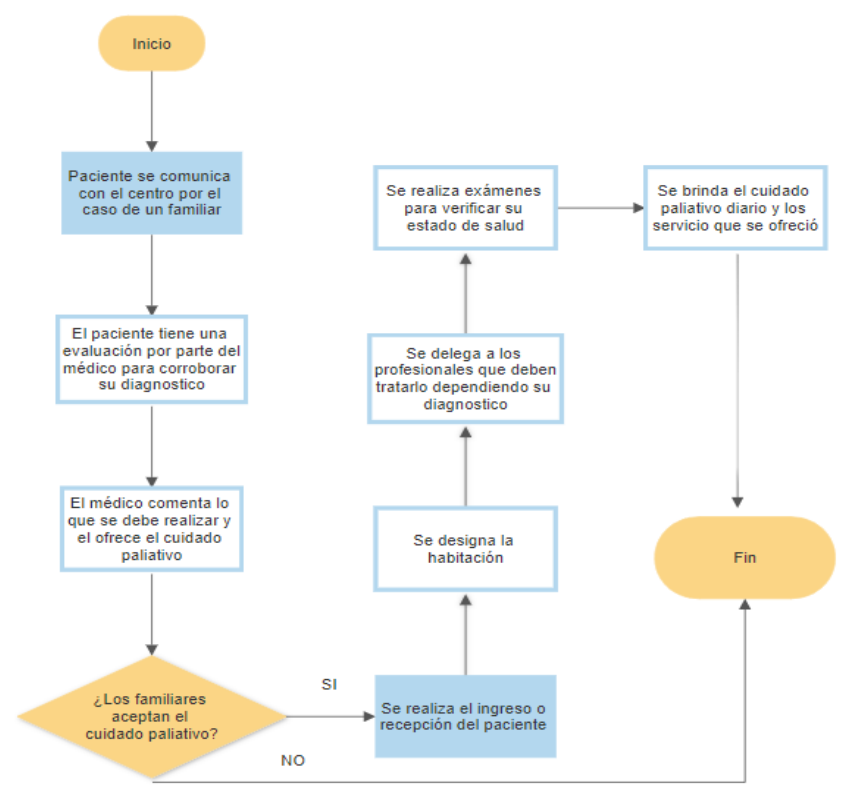


Figura 7. Flujo del servicio

Cadena de valor

Está enfocada en la creación de una ventaja competitiva y a su vez satisfacer la demanda del mercado, ofreciendo un producto de mayor calidad a diferencia del resto. (Porter, 2008)

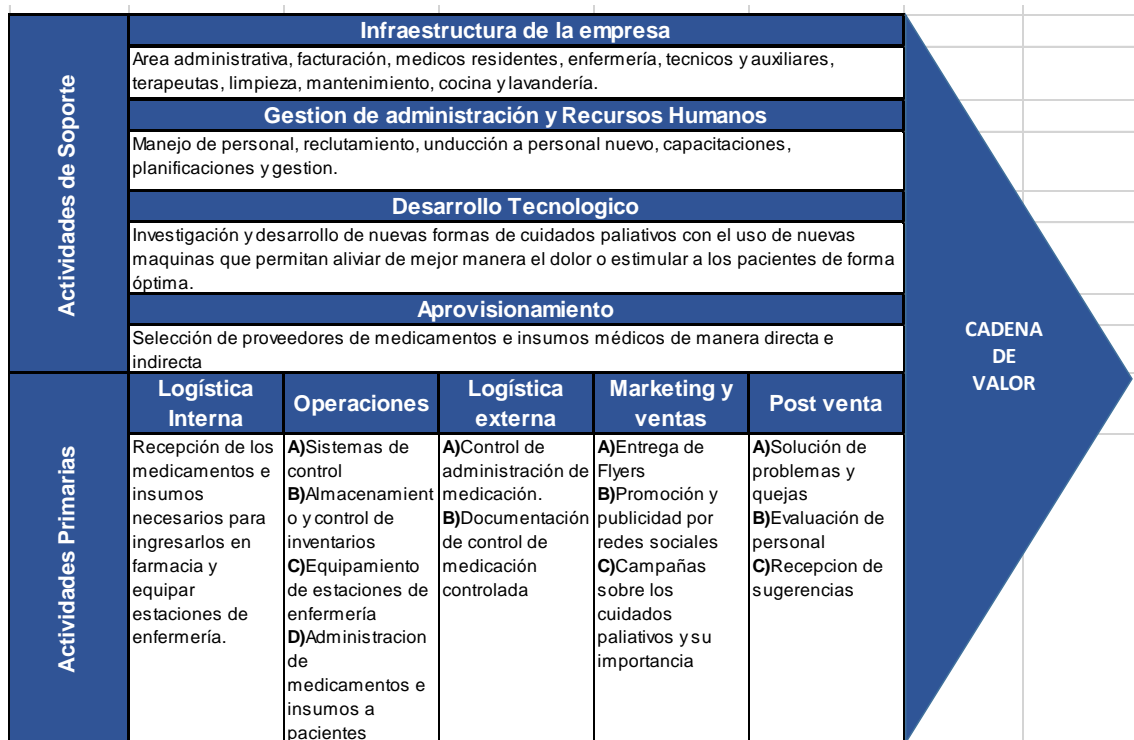


Figura 8. Cadena de valor

Actividades Primarias

Son aquellas que están relacionadas con la creación del producto, pero en este caso estamos se habla de un servicio, la forma de ofrecer el servicio, materiales de apoyo y seguimiento post venta. (Quintero & Sánchez, 2006)

Logística interna:

La logística para la adquisición de los medicamentos e insumos es importante en el servicio de cuidados paliativos.

Proveedores que son rápidos y sobre todo te generan un buen crédito y un producto de calidad es indispensable para tratamientos en los pacientes.

El control de farmacia nos genera una ventaja al momento de administrar medicamentos, ya que posee un stock y de esa manera no se interrumpen tratamientos y tenemos acceso más rápido a insumos.

Operaciones:

El almacenamiento y control de inventarios nos permite controlar medicación peligrosa o de control que son los psicotrópicos y la administración de medicamentos tanto genéricos como marca para poder mejorar el malestar o infección que puede llegar a tener un paciente.

Control de inventarios genera una ventaja al momento de la adquisición de medicamentos ya que se posee el número real de medicación próxima a caducarse y de esa manera se utiliza mucho más rápido.

Logística externa:

El control documental de la medicación es muy importante para no tener problemas con organizaciones reguladoras de medicamentos bajo control que es el ACCES esto genera una ventaja debido que ofrecemos productos legales y sobre todo de calidad.

Marketing y ventas:

La publicidad mediante flyers y redes sociales son herramientas para poder hacerse conocer al mercado, pero la campaña sobre la importancia de cuidados paliativos genera una ventaja ya que se ofrece una charla en la que se habla temas que muchas personas se encuentran viviendo y no lo sabían, es por eso que ofrecemos el servicio que puede ayudar a sus familias.

Post venta:

Solución y recepción de sugerencias permite que la empresa se dé cuenta en que está fallando y que puede cambiar, una ventaja es que se establece un vínculo con los familiares de los pacientes y de esa manera se puede mejorar

muchas cosas que estén mal como puede ser instalaciones, servicio, personal, productos, etc.

Actividades de soporte

Son las actividades que sustentan a las primarias y pueden apoyarse entre sí, proporcionando los recursos, personal, tecnología, etc.

Infraestructura de la empresa:

Para poder ofrecer el servicio es muy importante contar con una infraestructura indicada para poner las diferentes áreas de trabajo, habitaciones, salas de estar que puedan mejorar el servicio de los Cuidados Paliativos.

Gestión de administración y Recursos Humanos:

La administración es muy importante al poder identificar problemas y solucionarlos, facturación médica, reclutamiento, búsqueda de posibles clientes, proyecciones de gastos, etc.

Desarrollo Tecnológico:

El desarrollo tecnológico es muy importante al momento de brindar un servicio relacionado con la salud, equipos de estimulación, el uso de electrodos es muy importante para estimular de cierto modo el dolor y los equipos de administración de medicamentos para poder dosificar de una manera exacta.

Aprovisionamiento:

Utilizar medicamentos e insumos de calidad es muy importante en la salud, es por eso que necesitamos tener una buena cartera de proveedores en el caso de buscar un medicamento que es difícil de encontrar, esto genera una ventaja al momento de atender una infección de manera más rápido por la falta de antibióticos o la complejidad de conseguirlo.

6.3 Estructura organizacional

6.3.1 Estructura legal de la empresa

En cuanto a la estructura legal de la empresa será una compañía de Responsabilidad Limitada, la cual se rige a dos o más personas que al aportar capitales son considerados socios y todo depende mucho de las aportaciones que cada uno esté dispuesto a dar y hacen negocio bajo una razón social la cual sería un centro privado de tercer nivel que ofrece servicio de salud, el por qué se realizará como responsabilidad limitada es que al momento de la toma de decisiones debe tener la aprobación del 100% de la junta de socios para poder ser aprobada y eso conlleva a que todos tienen la responsabilidad de analizar bien la situación o problema que se presente y tomar entre todas las decisiones pertinentes para poder solucionar cualquier percance. (Superintendencia de Compañías, 2019)

Para el comienzo del proyecto se necesita una inversión de \$ 132.442, el cual se lo dará por medio de la creación de una sociedad y el detalle de toda la inversión se encontrará en el análisis financiero de este proyecto, además la compañía debe estar constituida a través de una escritura pública que será entregada en el registro mercantil y de esa forma poder presentar para sacar el registro único de contribuyente en el SRI y a su vez pedir permisos de ACCES.

6.3.2 Diseño Organizacional

La estructura organizacional es la distribución formal de cada persona dentro de la empresa, en el cual detalla su ubicación jerárquica y funcional dentro de la misma. (Daft, 2015)

La estructura organizacional del Centro de Cuidados Paliativos Mitad del Mundo será de forma simple o funcional con el fin de tener jerarquía y de esta manera la toma de decisiones sea de forma centralizada por los altos mandos en la empresa, ya que cuenta con algunas ramas de salud que deben estar supervisadas por otra persona con el fin de dar un buen servicio y garantizar la calidad del mismo, en el tema administrativo es muy importante para el funcionamiento de la empresa como tal.

Existirá personas que serán subcontratadas, debido que en el área de salud varias personas tienen más de un trabajo y prestan sus servicios dependiendo sus horarios con sus otros trabajos, es por eso que presentan factura y no son empleados contratados a tiempo completo.

Contratados —————

Subcontratados o externos - - - - -

ORGANIGRAMA CENTRO DE CUIDADOS PALIATIVOS MITAD DEL MUNDO

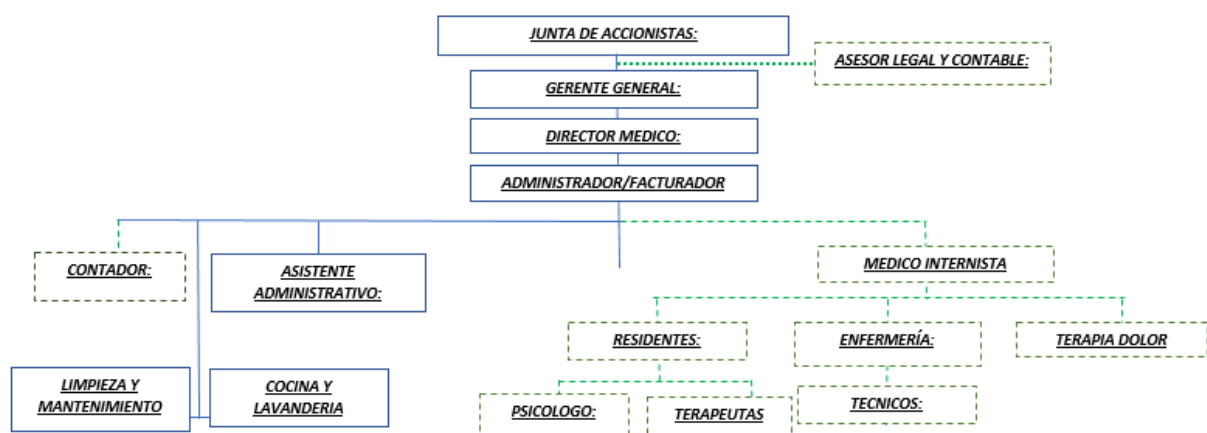


Figura 9. Organigrama

A continuación, se describe de manera más detallada las funciones que cada persona tendrá en la empresa, su contrato y el sueldo que recibirá.

Junta de Accionistas. - Máxima autoridad de la empresa, ya que son los socios dueños de la empresa.

Asesor Legal. - Persona que se encarga netamente del ámbito legal de la empresa, creación de contratos, asesoramiento jurídico y societario, etc.

Gerente General. - Es la persona encargada en la convocación de reunión al directorio y hace de secretario en la juntas generales y universales, lo más recomendable es que esto lo tome un socio con el fin de ahorrar un sueldo y brindar un poco más de responsabilidades a los socios.

Director Médico. - Persona que se encarga de la administración de la clínica en el ámbito médico en lo que refiere a procesos y protocolos a seguirse para el manejo de pacientes y personal de salud. El director médico será una persona de la junta de socios para poder economizar algunos gastos.

Facturador-Administrador Persona que se encarga en la administración de la empresa en lo que refiere a convenios con proveedores, adquisición de insumos de limpieza, médicos, arreglos y mantenimientos de la empresa.

Se encarga de la facturación médica de todos los pacientes el cual detalla todos los procesos, medicamentos, oxígeno e insumos que se han utilizado en un mes y la presentación de la factura con su detalle regulado en el tarifario del MSP. El sueldo es de 1000\$.

Asistente Administrativo. - Persona la cual se encarga en el soporte a las actividades como el manejo y creación de carpetas del personal, soporte en facturación, apoyo de supervisión de la clínica, recepción de familiares y pacientes. El sueldo es de 600\$.

Contador. - Persona la cual se encarga de registro de inventario, registro de egresos e ingresos, elaboración de balances mensuales y el general, realización de retenciones y declaraciones al SRI, presentación de información a la superintendencia de compañías. Los honorarios son 600\$.

Médico Internista. - Persona la cual se encarga de tratar a todos los pacientes e indicar a los residentes todos los procesos a realizar y la medicación que se debe administrar su gramaje y cuantas veces al día. Los honorarios son 1200\$, su visita es de 3 veces al mes por 2 horas cada una.

Terapia de dolor. - Médico que se encarga en la prescripción de medicamentos psicotrópicos con el fin de ayudar a disminuir dolores fuertes en pacientes que se encuentran en etapas finales y mantiene demasiado dolor. Los honorarios son \$400 y su visita es de 2 veces a la semana por 1 horas.

Residentes. - Son los médicos que pasan todo el día en la clínica y se encargan de la elaboración de evoluciones médicas y análisis de todos los

pacientes como sus signos, temperaturas y evolución de cada persona. Los honorarios son 1200\$ y se contratará a 5 residentes.

Psicólogo. - Persona la cual se encarga de analizar 2 a 3 veces al mes a cada paciente o familiar para brindar soporte psicológico y analizar su evolución emocional, el médico solicita al psicólogo que paciente necesita más que otro. Los honorarios son \$750.

Terapeutas. - Se encargan de la terapia física y respiratoria que los médicos solicitan a los pacientes que lo ameriten con el fin de evitar ahogamiento en pacientes que tienen muchas secreciones y aplicar también movilidad en pacientes que no se mueven con el fin de evitar escaras. Los honorarios son 500\$ (se necesitan 2 terapeutas uno en la mañana y uno en la tarde/noche).

Enfermería. - Personas las cuales se encargan de la administración de medicación que los médicos prescriben, el cuidado diario de pacientes y la recopilación de información como lo es la toma de signos y toma de muestras para laboratorio, canalización de vías e inyecciones. Los honorarios son 700\$ y se necesita 4 licenciados.

Técnicos. - Personas que se encargan en la limpieza del paciente como cambios de pañales, tender camas, baño de pacientes, alimentar a los pacientes. Los honorarios son 450\$ y se necesita 4 técnicos.

Limpieza y Mantenimiento. - Se encarga de la desinfección de áreas como las habitaciones y recepción de pacientes, limpieza de pasillos, vidrios, ventanas, mesas, sacar la basura de todas las habitaciones y áreas sociales

Persona que se encarga en cambios de tanque de oxígeno, gas, arreglo de instalaciones, cambio de iluminación, arreglo de jardines, riego de plantas. El sueldo es de 400 \$ y se necesita dos personas.

Cocina y Lavandería. - Elaboración de desayunos, almuerzo y merienda de los pacientes y del personal que este en turnos de 12 horas.

Persona que se encarga del lavado, secado, planchado y almacenamiento de batas médicas, sábanas, cobijas, media sabana, edredones, almohadas, etc. Sueldo de 400 \$ y se necesita dos personas.

Personal bajo nómina de la empresa

Tabla 22. Nómina de la empresa

	Salario	Número personal
Administrador	1.000,00	1
Asistente Administrativo	600,00	1
Limpieza y mantenimiento	400,00	2
Cocina y lavandería	400,00	2

Honorarios de personal.

Tabla 23. Sueldos del personal

	Honorarios	Número personal
Contador	600,00	1
Médico internista	1.200,00	1
Terapia dolor	400,00	2
Residentes	1.200,00	5
Psicólogos	750,00	1
Terapeutas	500,00	2
Enfermería	700,00	4
Técnicos	450,00	4
TOTAL MENSUAL	14.950,00	

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

La capacidad del centro de cuidados paliativos Mitad del Mundo se ha establecido en 21 camas en base a la infraestructura física y el equipamiento; en el mes 1 se ha previsto iniciar la operación del centro con 4 pacientes, este número se mantiene hasta el mes 7, a partir del siguiente mes se incrementa la capacidad hasta 7 y en el mes 11 y 12 la capacidad del centro estará ocupada en 8 pacientes, que se mantiene hasta el mes 24. Entre el mes 25 y 60 se incrementa la capacidad hasta 10 pacientes. La configuración de esta ocupación del centro de cuidados paliativos se basa en criterios conservadores

en la operación comercial, con el fin de establecer una situación acorde a la realidad de este tipo de instituciones.

El precio inicial del centro de cuidados paliativos arranca con un valor de \$ 3.750 mensuales, el incremento en el precio se relaciona con la inflación promedio de 1,24%, esto permite que el precio mensual del centro de cuidados paliativos se incremente a \$ 3.796 en el año 2, \$ 3.843 en el año 3, \$ 3.890 en el año 4 y \$ 3.939 en el año 5.

En base al nivel de capacidad y el precio mensual establecido, se proyecta el siguiente nivel de ingresos entre el año 1 y año 5:

Tabla 24. Proyección ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales	243.750	377.472	395.792	429.313	450.149

La estructura de costos variables en el centro está conformada por tres componentes, que son el servicio de alimentación que se establece en \$ 15 por día y por paciente, \$ 20 por día en lo que se refiere a insumos y \$ 8 por concepto de medicinas. De esta manera se establece la siguiente proyección de costos:

Tabla 25. Proyección costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos variables	83.850	128.263	132.844	142.334	147.418

El crecimiento promedio de la estructura de costo variable es 7,19%, que es inferior al crecimiento promedio de los ingresos que es 18,26%, lo cual permite una sustentación en los cinco años de proyección.

En lo que respecta a los gastos la proyección se establece en base de la inflación promedio de 1,24%, que es aplicada a los gastos generales, honorarios médicos y a los salarios del personal:

Tabla 26. Proyección de gastos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos sueldos	117.442	122.115	123.607	125.117	126.646
Gastos generales	49.128	48.965	49.571	51.119	51.751
Total	166.570	171.080	173.178	176.236	178.397

7.2 Inversión inicial, estructura de financiamiento y capital de trabajo

7.2.1 Inversión inicial

La inversión inicial del centro de cuidados paliativos Mitad del Mundo está compuesta por tres rubros, estos son:

Tabla 27. Inversión inicial

RUBRO INVERSIÓN INICIAL	VALOR
Implementación y equipamiento	89.946,00
Gastos apertura	11.100,00
Capital trabajo inicial	31.396,00
TOTAL	132.442,00

El 68% de la inversión inicial corresponde a la implementación y equipamiento del centro de cuidados paliativos por un valor de \$ 89.946, el 24% es el capital de trabajo inicial por un valor de \$ 31.396 y el 8% son los gastos de apertura con un valor de \$ 11.100.

7.2.2 Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento de la inversión inicial de 132.442 se divide en el 60% de capital propio de los accionistas, ellos aportan \$ 79.465 y el 40% se financia a través de un crédito bancario por un valor de \$52.976. Este crédito es solicitado en el Banco Pichincha, las características de financiamiento son 5 años plazo, tasa de interés fija y cuota mensual de \$ 1.127. El pago de la cuota mensual corresponde al 3,85% de los ingresos por ventas, este porcentaje no pone en riesgo la sustentabilidad financiera en los cinco años de proyección.

7.2.3 Capital de trabajo

La proyección de los ingresos determina que en los primeros meses de operación del centro de cuidados paliativos no tenga la capacidad de generar ingresos para cubrir sus egresos, como se muestra en el siguiente gráfico:

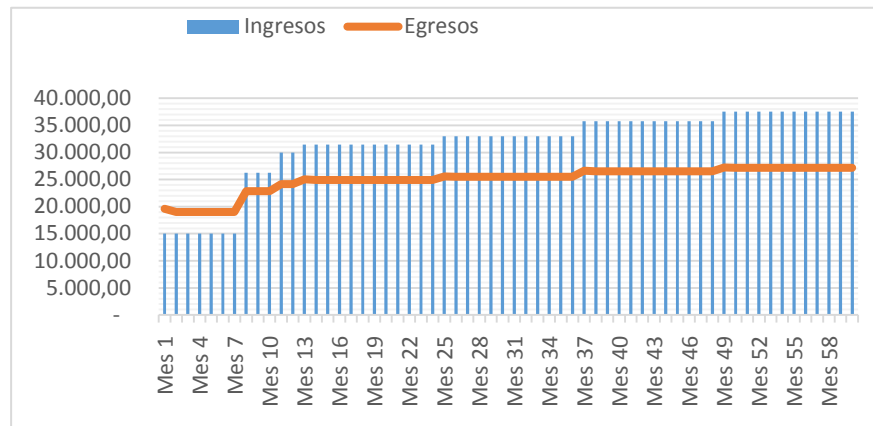


Figura 10. Capital de trabajo

Entre el mes 1 y mes 7 el centro necesita liquidez para continuar con su operación, esto se obtiene mediante el capital de trabajo inicial que tiene un valor de \$ 31.396, de acuerdo al flujo de efectivo mensual.

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

7.3.1 Estado de resultados

La proyección del estado de resultados es:

Tabla 28. Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales	243.750	377.472	395.792	429.313	450.149
Costos variables	83.850	128.263	132.844	142.334	147.418
UTILIDAD BRUTA	159.900	249.209	262.948	286.979	302.732
Gastos sueldos	117.442	122.115	123.607	125.117	126.646
Gastos generales	49.128	48.965	49.571	51.119	51.751
Gastos de depreciación	3.650	3.630	3.630	2.114	2.114
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	(10.320)	74.498	86.140	108.630	122.221
Gastos de intereses	4.951	4.045	3.043	1.935	711

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN	(15.271)	70.453	83.097	106.695	121.510
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	10.568	12.464	16.004	18.227
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(15.271)	59.885	70.632	90.690	103.284
25% IMPUESTO A LA RENTA	-	14.971	17.658	22.673	25.821
UTILIDAD NETA	(15.271)	44.914	52.974	68.018	77.463

Acorde a lo mencionado anteriormente, entre el mes 1 y mes 7 existe un déficit en los ingresos del centro, esto ocasiona una pérdida en el año 1 de \$ 15.271; el capital de trabajo se emplea para cubrir esta pérdida.

En lo que respecta a los indicadores de rentabilidad sobre ventas, en el año 1 existe un porcentaje negativo de 6,26%, a partir del año 2 y hasta el año 5 este índice es positivo con valor porcentual promedio de 14,58%.

7.3.2 Estado de situación financiera

La proyección del estado de situación financiera es:

Tabla 29. Estado de situación financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	132.442	109.115	146.686	189.554	246.689	311.780
Corrientes	31.396	15.587	60.675	111.060	173.503	243.901
Efectivo	31.396	15.587	60.675	111.060	173.503	243.901
No Corrientes	101.046	93.529	86.011	78.494	73.186	67.879
Propiedad, Planta y Equipo	89.946	89.946	89.946	89.946	89.946	89.946
Depreciación acumulada	-	7.517	15.035	22.552	27.860	33.167
Intangibles	11.100	11.100	11.100	11.100	11.100	11.100
PASIVOS	52.977	44.921	37.577	27.471	16.589	4.217
Corrientes	-	525	2.670	3.053	3.768	4.217
Sueldos por pagar	-	525	525	525	525	525
Impuestos por pagar	-	-	2.144	2.528	3.242	3.692
No Corrientes	52.977	44.395	34.908	24.418	12.821	-
Deuda a largo plazo	52.977	44.395	34.908	24.418	12.821	-
PATRIMONIO	79.465	64.194	109.109	162.083	230.100	307.563
Capital	79.465	79.465	79.465	79.465	79.465	79.465
Utilidades retenidas	-	(15.271)	29.643	82.617	150.635	228.098

Debido a la concepción del negocio, el centro de cuidados paliativos no tiene una estructura de cuentas por cobrar y cuentas por pagar, ya que sus ingresos y egresos se produce en el mismo período contable. La administración determina que las utilidades generadas a partir del año 2 se acumulen en la

cuenta de patrimonio y se mantengan en la cuenta de efectivo, esto permite que la empresa mejore su liquidez y tenga mayor solvencia patrimonial.

7.3.3 Estado de flujo de efectivo

La proyección del estado de flujo de efectivo es:

Tabla 30. Estado de flujo efectivo

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Operacionales	-	(7.228)	54.576	60.875	74.040	83.219
Utilidad Neta		(15.271)	44.914	52.974	68.018	77.463
Depreciaciones y amortización						
+ Depreciación		7.517	7.517	7.517	5.307	5.307
+ Δ Sueldos por pagar		525	-	-	-	(0)
+ Δ Impuestos		-	2.144	383	714	449
Actividades de Inversión	(101.046)		-	-	-	-
- Adquisición PPE y intangibles	(101.046)		-	-	-	-
		-	-	-	-	-
Actividades de Financiamiento	132.442		(9.488)	(10.489)	(11.597)	(12.821)
+ Δ Deuda Largo Plazo al final del periodo	52.977	44.395	(9.336)	(10.489)	(11.597)	(12.821)
- Pago de dividendos		-	-	-	-	-
+ Δ Capital	79.465		-	-	-	-
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	31.396	(15.809)	45.088	50.386	62.443	70.398
EFECTIVO AL FIN DEL PERIODO		31.396	15.587	60.675	111.060	173.503
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	31.396	15.587	60.675	111.060	173.503	243.901

El estado de flujo de efectivo anual proyectado muestra que el año 1 existe una necesidad de liquidez, que es cubierta por el capital de trabajo inicial, de esta manera se equilibra la entrada y salida de efectivo, lo cual es beneficioso para la empresa.

7.3.4 Flujo de caja proyecto

El flujo de caja del proyecto es el siguiente:

Tabla 31. Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DEL PROYECTO	(132.442,00)	8.190,24	57.186,26	62.426,82	73.471,58	85.916,98

El flujo del proyecto muestra que el centro de cuidados paliativos está en capacidad de generar dinero para recuperar la inversión inicial que fue aporte de los accionistas y crédito bancario.

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 32. Flujo de caja del inversionista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DEL INVERSIONISTA	(79.465,20)	(3.673,59)	45.017,07	49.920,02	60.591,53	72.624,28

En el año 1 el flujo del inversionista es negativo como consecuencia de la pérdida generada en el centro de cuidados paliativos, a partir del año 2 se recupera la posición financiera del flujo.

7.4.2 Cálculo de la tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento se emplea los siguientes datos:

Tabla 33. Cálculo tasa de descuento

Tasa libre de riesgo	1,89%	
Rendimiento del Mercado	10,49%	
Beta	1,15	
Beta Apalancada	1,22	
Riesgo País	8,99%	
Tasa de Impuestos	25,00%	
Participación Trabajadores	15,00%	
Escudo Fiscal	36,25%	
Razón Deuda/Capital	67%	
Costo Deuda Actual	10,08%	
TASAS DE DESCUENTO		
WACC	16,79%	Flujo de caja Proyecto
CAPM	23,70%	Flujo de caja inversionista

7.4.3 Criterios de valoración

En base a la proyección financiera se obtiene los siguientes criterios de valoración:

Tabla 34. Criterios de valoración

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO			EVALUACIÓN FLUJO DEL INVERSIONISTA		
VAN	\$34.728,29		VAN	\$24.324,47	
PRI	4,10	AÑOS	PRI	4,45	AÑOS
TIR	25,26%		TIR	33,61%	

Los resultados obtenidos en los criterios de valoración del flujo de caja del proyecto e inversionista, determinan que la puesta en marcha del centro de cuidados paliativos es favorable para los accionistas, ya que existe una recuperación de la inversión inicial en un plazo de cuatro años y la rentabilidad es superior a la tasa de descuento, como lo demuestra el porcentaje que es obtenido en la tasa interna de retorno en el flujo del proyecto e inversionista.

7.5 Índices financieros

El cálculo de los índices financieros del centro Mitad del Mundo y su comparación con la industria es la siguiente:

Tabla 35. Índices financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	INDUSTRIA
LIQUIDEZ						
Razón corriente	29,67	22,73	36,38	46,05	57,84	1,30
ENDEUDAMIENTO						
Razón deuda / capital	69,98%	34,44%	16,95%	7,21%	1,37%	20%
RENTABILIDAD						
Rentabilidad sobre activos	-14,00%	30,62%	27,95%	27,57%	24,85%	11,00%
Rentabilidad sobre patrimonio	-23,79%	41,16%	32,68%	29,56%	25,19%	16,00%

El indicador de liquidez muestra que la medida de contar con el capital de trabajo y acumular las utilidades es acertada, porque existe un indicador superior a la industria. El indicador de endeudamiento del centro es superior entre el año 1 y año 2, debido al crédito solicitado para financiar la puesta en

marcha de la empresa. Los indicadores de rentabilidad son menores en el año 1 debido a la pérdida generada en ese período.

8. CONCLUSIONES

El impacto que todas estas variables pueden dar en este proyecto genera muchas oportunidades y aceptación en el mercado,

Implementar un factor diferenciador como lo hace la empresa colombiana y el trato personalizado a pesar de padecer una enfermedad grave sin importar cuál sea, puede contrarrestar el sufrimiento y por ende la aceptación y satisfacción a los familiares y de tal manera seguir mejorando en este mercado.

Un poder de negociación con proveedores es un poco difícil, pero tomando las medidas legales que tienen y usarlas de la manera correcta no se puede generar un factor o variable negativa al proyecto.

El aprovechar las oportunidades que se presentan y evitar o saber enfrentar las amenazas que no son muchas pueden dar como efecto un buen control y manejo de un nuevo servicio que se desea implantar en el mercado.

La valoración financiera del plan de negocio para el centro de cuidados paliativos demuestra que es viable, porque los accionistas recuperan la inversión inicial y está en capacidad de generar rentabilidad, estos dos aspectos son considerados en base del uso del valor actual neto positivo y tasa interna de retorno superior al costo de oportunidad medido por la tasa de descuento. Es importante mencionar que la proyección financiera considera supuestos conservadores que no permiten la sobre exposición de los ingresos, por el contrario, se establece un escenario conservador con una pérdida en el año 1, esto es ajustado a la realidad de la industria y de la marcha de la economía nacional.

REFERENCIAS

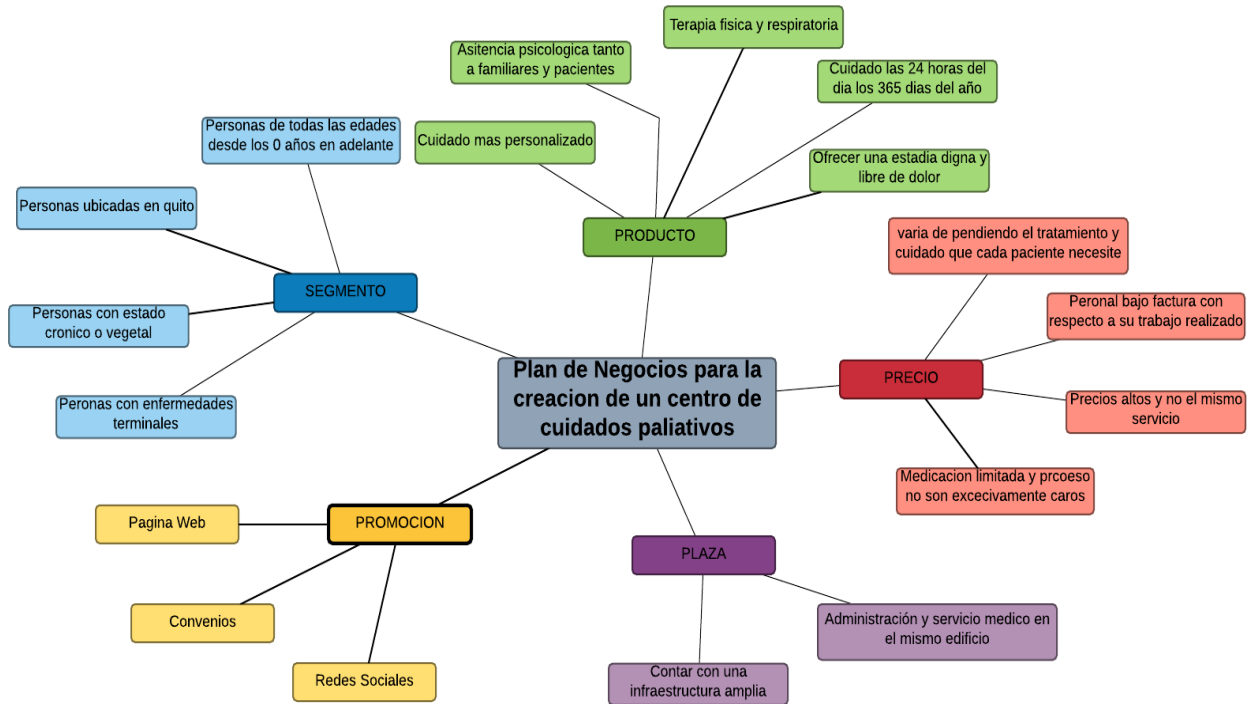
- Baena, E. (2003). *EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS*. Pereira: Scientia et Technica.
- Batel, M. (2013). *El significado de la marca*. Santiago: EFDCH.
- CEPAL. (2018). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44326/124/BPE2018_Ecuador_es.pdf
- Chase, R. B. (2009). *ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES. Producción y cadena de suministros*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
- Daft, R. L. (2015). *Teoría y Diseño Organizacional*. Mexico DF: CENGAGE Learning.
- David, F. R. (2013). *Administración Estratégica*. North Carolina: Pearson.
- ECONOMIPEDIA. (27 de Mayo de 2019). *Modelo Canvas*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Encalada, M. L. (2016). *LA CULTURA ORGANIZACIONAL: EJE DE DE ACCION DE LA GESTION HUMANA*. Samborondon: ECOTEC.
- Ferreira Salazar, C., García García, K., Macías Leiva, L., Pérez Avellaneda, A., & Tomsich, C. (2011). *MUJERES Y HOMBRES en cifras III*. Quito: Editorial Ecuador.
- González, R. M. (2014). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones CEF.
- Hernandez, Z. T. (2014). *Administración Estratégica*. Mexico DF: Patria.
- Hospice San Camilo. (15 de Octubre de 2019). *Cuidados Paliativos información*. Obtenido de <http://www.fecupal.com/hospiceWp/>
- INEC. (2011). *Población y Migración*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/poblacion-y-migracion/>
- INEC. (Diciembre de 2018). *Resultados Índice de precios al consumidor (IPC)*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_dic2018.pdf
- INEC SALUD. (2018). *Camas y Egresos Hospitalarios*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/camas-y-egresos-hospitalarios/>

- Instituto Nacional Estadística y Censos. (29 de Agosto de 2019). *INEC produce indicadores consistentes con los ODS*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-produce-indicadores-consistentes-con-los-ods/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos del Marketing*. Northwestern: Pearson Prentice Hall.
- Ministerio de Salud Pública. (15 de Noviembre de 2012). *Reglamento clínico*. Obtenido de <http://www.calidadsalud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/AM-2393-REGLAMENTO-LAB.-CLI%CC%81NICOS.pdf>
- Organización Panamericana de Salud. (25 de Mayo de 2018). *Cuidado Paliativo de Costa Rica recibió el Premio Sasakawa de la OMS*. Obtenido de https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=14386:la-fundacion-pro-unidad-de-cuidado-paliativo-de-costa-rica-recibio-el-premio-sasakawa-de-la-oms&Itemid=135&lang=es
- Pedros, D. M. (2013). Análisis del Entorno. En D. M. Pedros, *Análisis del Entorno* (pág. 51). Madrid: Diaz de Santos.
- Porter, M. E. (2008). *Ser Competitivo* (9na ed.). Cambridge: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Posas, J. C. (2015). *Las 7 estrategias de internacionalización*. Madrid: Pearson Educación.
- Psicología&comunicacion. (2 de Mayo de 2016). *FOCUS GROUP ¿Qué es? ¿Para que sirve?* Obtenido de <https://psicologiaycomunicacion.com/focus-group-que-es-para-que-sirve/>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico*. Maracaibo: TELOS.
- Redacción Médica. (14 de Septiembre de 2018). *Ecuador registra 28.058 nuevos casos de cáncer*. Obtenido de <https://www.redaccionmedica.ec/secciones/salud-publica/ecuador-registra-28-058-nuevos-casos-de-c-ncer-seg-n-informe-de-oms-92834>
- República del Ecuador. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Obtenido de http://www.hlrn.org/img/documents/Constitucion_del_Ecuador_2008.pdf
- Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.

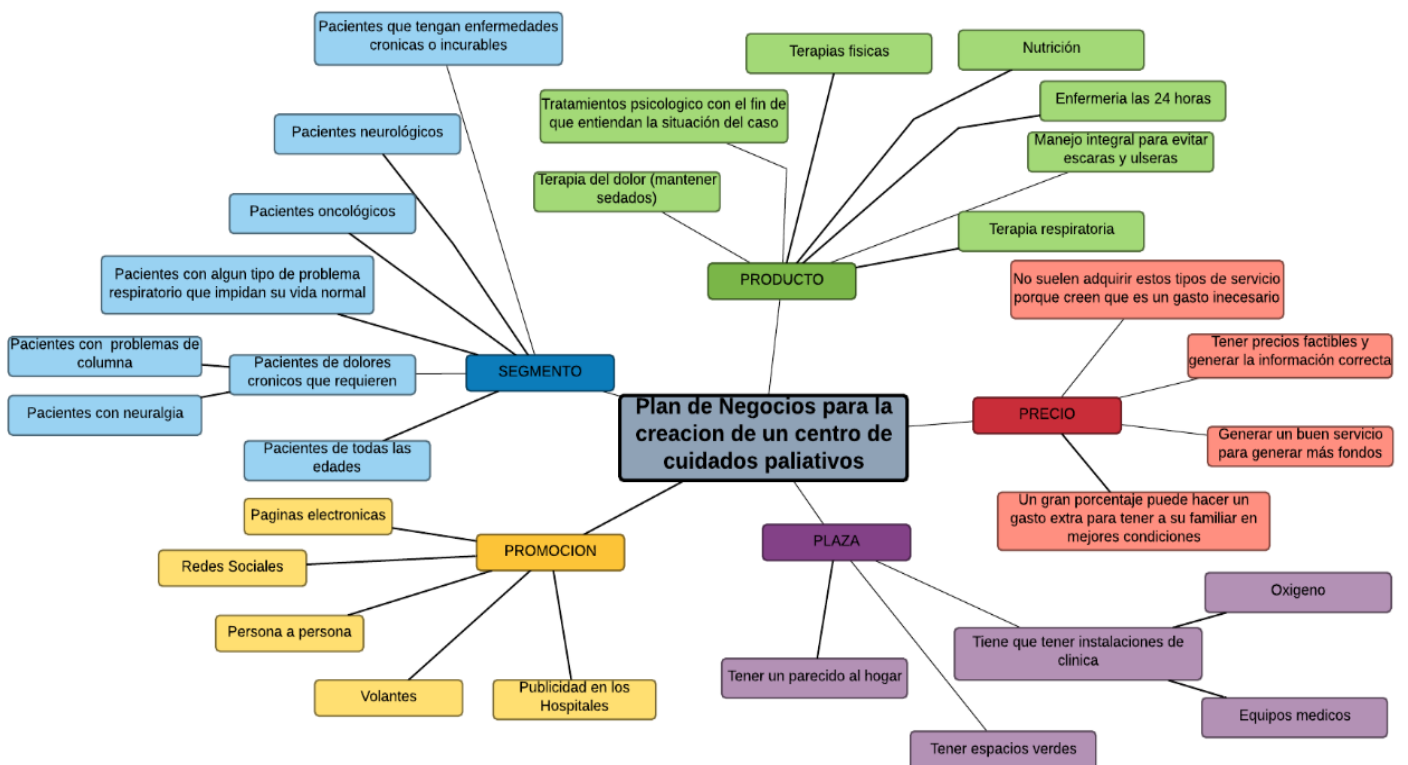
- Salud Total. (16 de Abril de 2015). *El cancer en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.saludsapersonas.com/vivesaludtotal/index.php/cancer/el-cancer-en-el-ecuador/423-el-cancer-en-el-ecuador>
- Servicio de acreditación ecuatoriana. (10 de Febrero de 2017). *¿Qué son los codigos CIUU?* Obtenido de <http://www.acreditacion.gob.ec/que-son-los-codigos-ciiu/>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2009). *Iva =% Bienes y servicios que no pagan IVA.* Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/sri/bienes-y-servicios-que-no-pagan-iva-iva-0/>
- SOLCA. (2013). *Portal Web de Registro de Tumores SOLCA Matriz*. Obtenido de <http://www.estadisticas.med.ec/webpages/index.jsp>
- SOLCA. (2013). *Registro tumores Quito*. Obtenido de http://www.estadisticas.med.ec/webpages/quienes_somos-quito.jsp
- Superintendencia de Compañías. (20 de Noviembre de 2019). *Requisitos para ingresar.* Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Tavira, E. G. (2015). *MARKETING RELACIONAL: VALOR, SATISFACCIÓN, LEALTAD Y RETENCIÓN DEL*. Santo Domingo: Ciencia y Sociedad.
- Valiña, R. F. (2009). *Segmentación de mercados*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
- Villacís, B. (2011). *Estadística demográfica en el Ecuador diagnostico y propuestas*. Quito: Instituto Nacional Estadística y Censos.

ANEXO

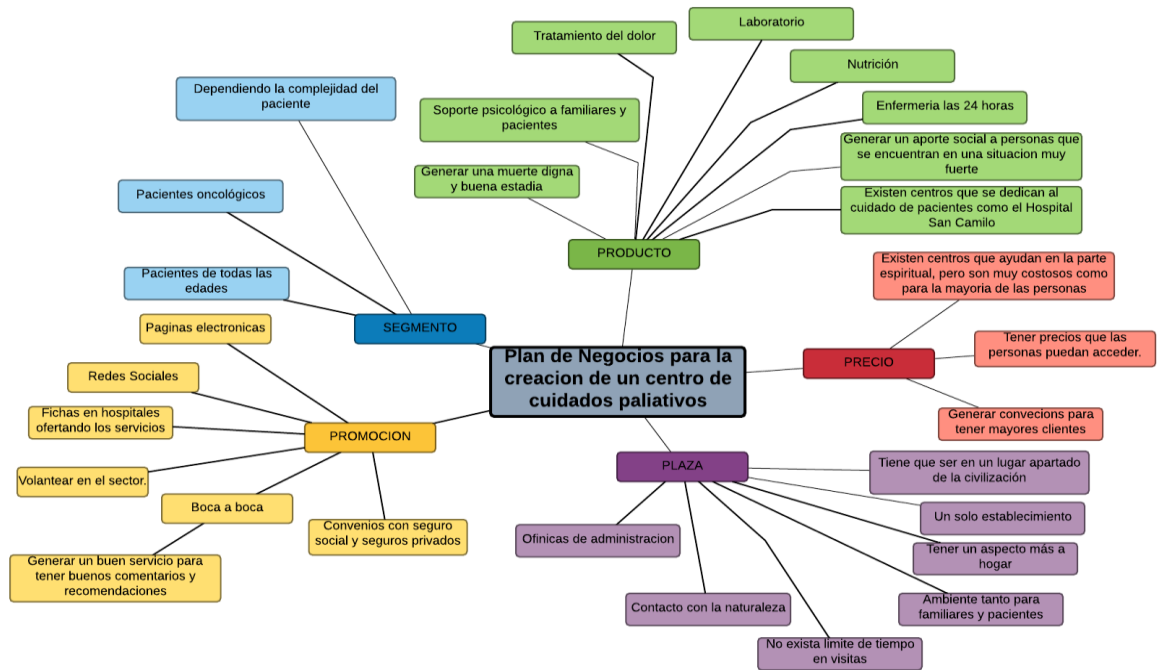
Red EXPERTO 1:



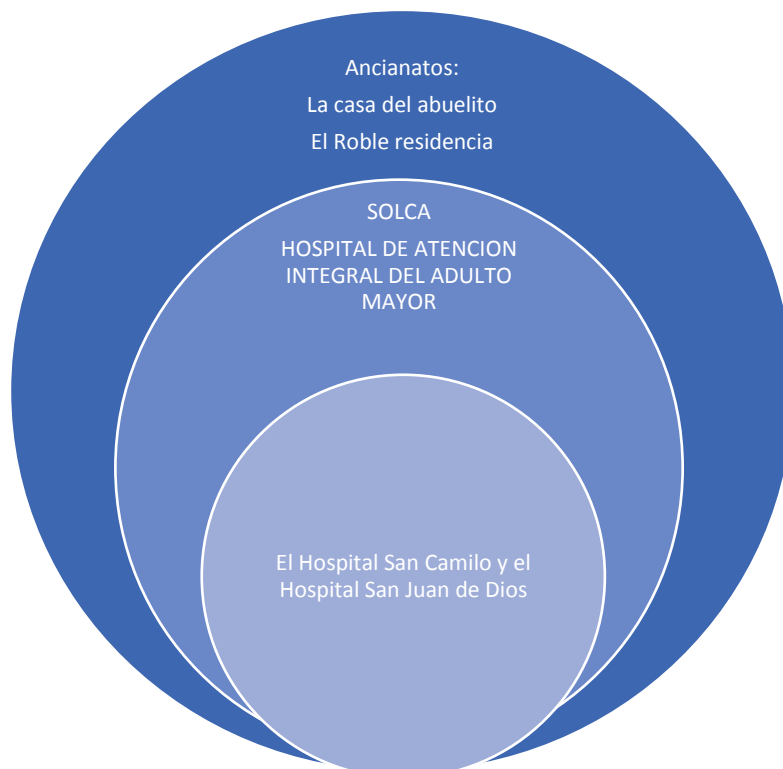
-RED Experto 2:



-RED FOCUS GROUP.



COMPETENCIA



1. EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-22	24	36,9	36,9	36,9
	23-27	10	15,4	15,4	52,3
	28-32	7	10,8	10,8	63,1
	32-40	3	4,6	4,6	67,7
	40 - en adelante	21	32,3	32,3	100,0
	Total		65	100,0	100,0

1. Genero

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	35	53,8	53,8	53,8
	Femenino	30	46,2	46,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

2. Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	28	43,1	43,1	43,1
	Trabajador	36	55,4	55,4	98,5
	Retirado	1	1,5	1,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

3. ¿Alguna vez había escuchado sobre los cuidados Paliativos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	51	78,5	78,5	78,5
	no	14	21,5	21,5	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

4. ¿Tiene o tuvo algún familiar que se considera o consideró como Paliativo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	23	35,4	35,4	35,4
	no	42	64,6	64,6	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

5. ¿Cree usted que se ha dado la importancia necesaria a los cuidados Paliativos en el Ecuador?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	4	6,2	6,2	6,2
	no	61	93,8	93,8	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

6. ¿Conoce de alguna clínica o centro que se dedica plenamente a los cuidados Paliativos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	22	33,8	33,8	33,8
	no	43	66,2	66,2	100,0
	Total	65	100,0	100,0	

7. ¿Considera que la creación de un centro de Cuidados Paliativos puede ayudar de gran manera tanto al paciente como a su familia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	63	96,9	96,9	96,9
no	2	3,1	3,1	100,0
Total	65	100,0	100,0	

10 ¿Qué edad cree usted que una persona puede ser diagnosticada como Paliativo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Niños	2	3,1	3,1	3,1
Jóvenes	4	6,2	6,2	9,2
Adultos	8	12,3	12,3	21,5
Ancianos	9	13,8	13,8	35,4
Todos	42	64,6	64,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

11 ¿En qué parte de Quito considera que debe ser creado un centro de estos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Norte	30	46,2	46,2	46,2
Centro	26	40,0	40,0	86,2
Sur	9	13,8	13,8	100,0
Total	65	100,0	100,0	

12 ¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy BARATO que le haría dudar de su calidad y NO adquirirlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1250,00	55	84,6	84,6	84,6
1300,00	4	6,2	6,2	90,8
1350,00	2	3,1	3,1	93,8
1400,00	1	1,5	1,5	95,4
1500,00	3	4,6	4,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

13 ¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy BARATO que le haría dudar de su calidad y SI adquirirlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1250,00	30	46,2	46,2	46,2
1300,00	24	36,9	36,9	83,1
1350,00	5	7,7	7,7	90,8
1400,00	3	4,6	4,6	95,4
1500,00	3	4,6	4,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

14 ¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy CARO que le haría dudar de su calidad y SI adquirirlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1250,00	7	10,8	10,8	10,8
1300,00	2	3,1	3,1	13,8
1350,00	6	9,2	9,2	23,1
1400,00	16	24,6	24,6	47,7
1450,00	8	12,3	12,3	60,0
1500,00	26	40,0	40,0	100,0
Total	65	100,0	100,0	

15 ¿A qué precio dentro de un rango de 1250\$-1500\$ consideraría un servicio centro de cuidados Paliativos como muy CARO que le haría dudar de su calidad y NO adquirirlo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1250,00	7	10,8	10,8	10,8
1300,00	2	3,1	3,1	13,8
1350,00	3	4,6	4,6	18,5
1400,00	7	10,8	10,8	29,2
1450,00	3	4,6	4,6	33,8
1500,00	43	66,2	66,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

16 ¿Qué importancia tiene la infraestructura en un centro médico tanto como administración y el área médica?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido baja	1	1,5	1,5	1,5
media	6	9,2	9,2	10,8
alta	58	89,2	89,2	100,0
Total	65	100,0	100,0	

17 ¿Cómo la empresa debe hacerse conocer?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Redes Sociales	33	50,8	50,8	50,8
Emails	1	1,5	1,5	52,3
Volantes	1	1,5	1,5	53,8
Llamadas	1	1,5	1,5	55,4
Visitas a Centros Médicos	29	44,6	44,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

18 ¿Qué medio de comunicación utiliza frecuentemente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Celular	37	56,9	56,9	56,9
Tv	1	1,5	1,5	58,5
Internet	27	41,5	41,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	

19 ¿Utiliza Redes Sociales como medio para actualizarse acerca de nuevos productos o servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	62	95,4	96,9	96,9
no	2	3,1	3,1	100,0

Total	64	98,5	100,0
Perdido Sistem s a	1	1,5	
Total	65	100,0	

20 ¿Revisa anuncios comerciales en sus Redes sociales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido si	53	81,5	81,5	81,5
no	12	18,5	18,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	

21 ¿En qué red social usted cree que es el canal más conveniente para llegar al consumidor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Facebook	46	70,8	70,8	70,8
Instagram	9	13,8	13,8	84,6
Twitter	2	3,1	3,1	87,7
Whats App	8	12,3	12,3	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Correlación 22.-

	Ocupación		
	Estudiante	Trabajando	Retirado
	Recuento	Recuento	Recuento
Edad 18-22	21	3	0
23-27	6	4	0
28-32	1	6	0
32-40	0	3	0
40 - en adelante	0	20	1

23.-

	¿Revisa anuncios comerciales en sus Redes sociales?	
	si	no
	Recuento	Recuento
¿Qué importancia tiene la baja infraestructura en un centro médico tanto como alta administración y el área médica?	0 4 49	1 2 9

24.-

	¿En qué red social usted cree que es el canal más conveniente para llegar al consumidor?				
	Facebook	Instagram	Twitter	Whats App	Snapchat
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
¿Utiliza Redes Sociales como medio para actualizarse acerca de nuevos productos o servicios?	46 0	8 1	2 0	6 1	0 0

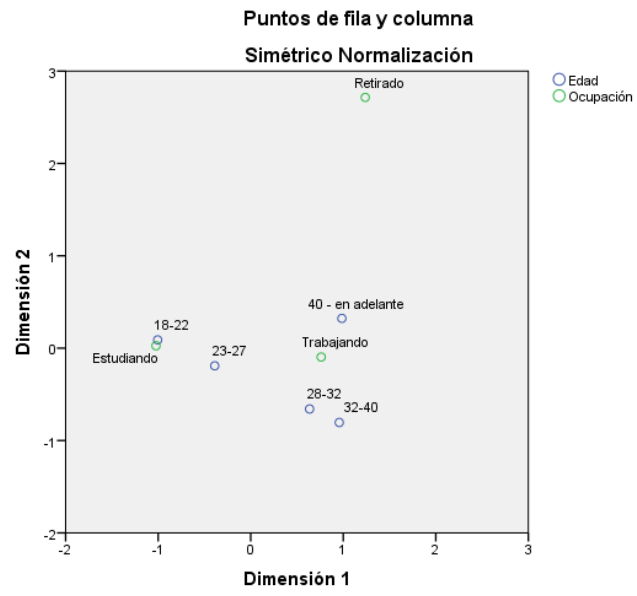
ANALISIS DE CORRESPONDENCIA

25.-

Resumen

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación
1	,796	,634			,978	,978	,062	,065
2	,119	,014			,022	1,000	,062	
Total		,648	42,100	,000 ^a	1,000	1,000		

a. 8 grados de libertad

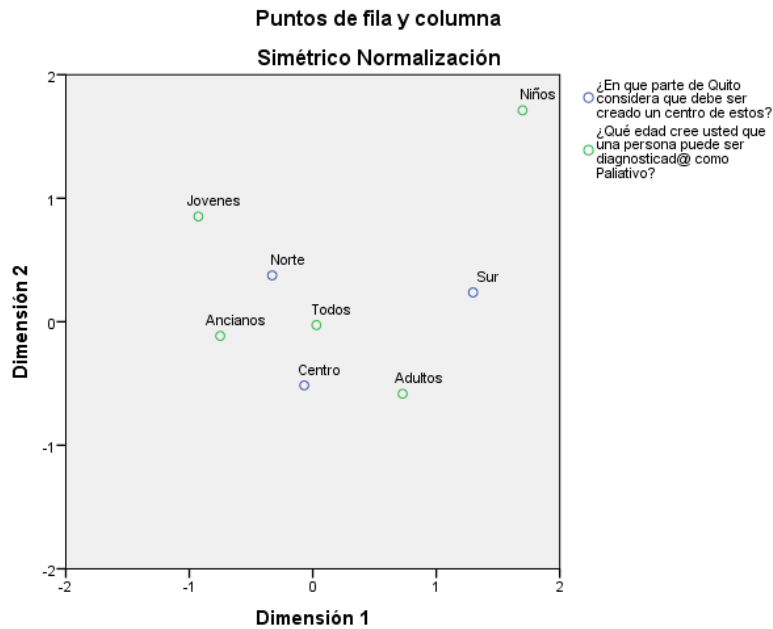


26.-

Resumen

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	,285	,081			,717	,717	,120	-,080
2	,179	,032			,283	1,000	,089	
Total		,113	7,368	,498 ^a	1,000	1,000		

8 grados de libertad



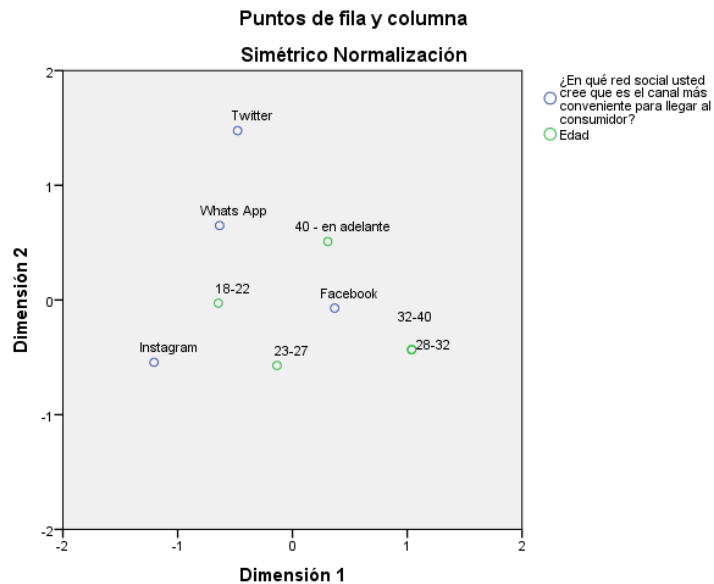
Las personas que comentaron que el Norte de Quito sería una buena ubicación, consideran que los jóvenes y los ancianos pueden llegar a ser diagnosticados como Paliativos, los que opinaron que el Centro era una buena ubicación consideran que los adultos al igual que los que pensaron del SUR y en el centro de todos los que opinaron de la ubicación se relacionan a que TODOS pueden llegar a ser considerados como Paliativos sin importar su edad.

27.-

Resumen

Dimensi ón	Valor singular	Inerci a	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de ineria		Valor singular de confianza	
					Contabiliz ado para	Acumul ado	Desviació n estándar	Correla ción
								2
1	,354	,125			,820	,820	,088	-,178
2	,163	,027			,175	,995	,098	
3	,028	,001			,005	1,000		
Total		,152	9,909	,871 ^a	1,000	1,000		

a. 16 grados de libertad



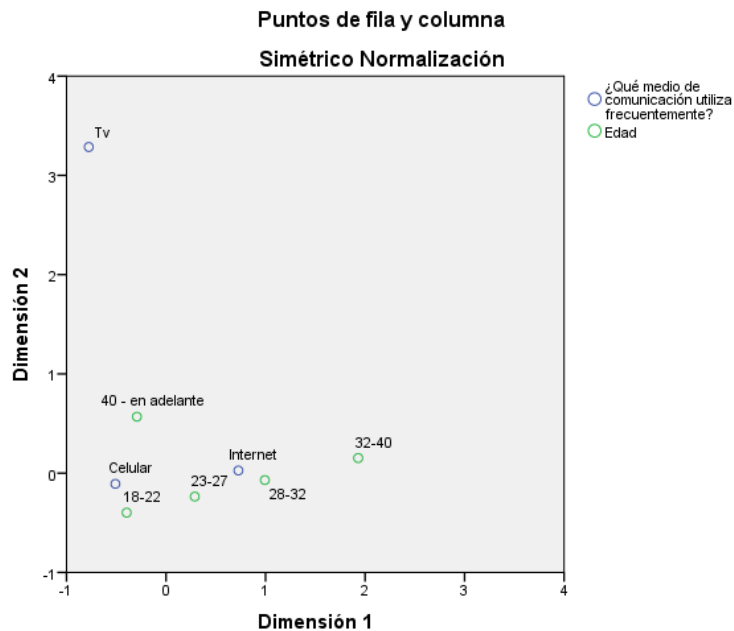
La mayoría de las personas que básicamente se encuentran en un rango de 18 a 40 años y hasta más años, consideran que Facebook e Instagram son redes sociales que se pueden considerar como buenos canales para buscar nuevos clientes y después WhatsApp.

28.-

Resumen

Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación
								2
1	,376	,142			,826	,826	,098	,048
2	,173	,030			,174	1,000	,087	
Total		,172	11,154	,516 ^a	1,000	1,000		

a. 12 grados de libertad



Las personas con respecto a su edad consideran el medio de comunicación que usan frecuentemente, en el caso de las personas mientras más jóvenes son se inclinan al celular y el internet, mientras que las personas que tienen 40 años en adelante están un poco alejadas, pero usan este medio de comunicación frecuentemente.

