



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROGRAMA ACADÉMICO DE MARKETING

Dedicadas: Cuidado Para El Adulto Mayor

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Administración de Empresas

Para optar el grado de bachiller en Marketing

AUTORES

Atencio Sarmiento, Fiorela Jackeline (0000-0003-2474-578X)

Miranda Paredes, Greta Lilian (0000-0001-6624-6175)

De La Romaña Benavides, Katerin Roxana: U201519556 (0000-0001-8712-5399)

Lavado Cavero, Raúl Hiroshi (0000-0001-6713-6496)

ASESOR

Vázquez Neyra, José Ismael (0000-0002-8004-5983)

Lima, 11 de diciembre de 2018

Agradecimiento:

Estimado profesor José Ismael, le expresamos nuestro agradecimiento como equipo, por habernos brindado con mucha paciencia y profesionalismo una excelente orientación y constante retroalimentación durante el desarrollo de nuestra Idea de Negocio.

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, a veces el tiempo nos queda corto para poder atender y cuidar de nuestros familiares adultos mayores por las diversas actividades que realizamos en el día a día, en otras ocasiones, desconocemos la forma adecuada para proporcionarles un correcto cuidado. Por ello, queremos ofrecer un servicio de calidad, confianza y profesionalismo atendiendo la necesidad de nuestros clientes. Nuestros cuidados están orientados al adulto mayor atendiéndolos con personal capacitado, con mucha calidez y excelente servicio.

Los servicios enfocados en el adulto mayor es un mercado poco explorado en el consumidor peruano del segmento A y B. Por ello, vemos la necesidad de proponer al mercado una propuesta de valor que a través de una plataforma web los familiares del adulto mayor puedan solicitar un servicio de cuidado especializado de adulto mayor. Adicionalmente, los familiares podrán verificar las evaluaciones que otros usuarios han hecho de las cuidadoras para elegir a la que más se adecue a sus necesidades. Este tipo de servicios de mediación entre los clientes y las cuidadoras requiere una especial atención en la gestión integral del negocio para alcanzar niveles adecuados de rentabilidad. Finalmente, este proyecto también aporta a la sociedad buscando generar conciencia en la ciudadanía de tener un cuidado especial en los adultos mayores y así puedan tener una vejez con bienestar y calidad de vida.

Palabras Claves: Cuidadoras; adultos; seguridad; enfermeras

ABSTRACT

At present, sometimes the time is too short for us to care for our elderly relatives for the various activities we perform daily, at other times, we do not know the proper way to provide them with proper care. Therefore, we want to offer a quality service, trust and professionalism, meeting the needs of our customers. Our care is geared to the elderly by attending them with trained personnel, with great warmth and excellent service.

Services focused on the elderly is a market little explored in the Peruvian consumer segment A and B. Therefore, we see the need to propose to the market a value proposition that through a web platform the relatives of the elderly can request a specialized adult care service. Additionally, family members can verify the evaluations that other users have made of the caregivers to choose the one that best suits their needs. This type of mediation services between clients and carers requires special attention in the integral management of the business to reach adequate levels of profitability. Finally, this project also contributes to society seeking to generate awareness in the care of having special care in the elderly and thus have an old age with wellness and quality of life.

Keywords: Carers; adult; security; nurses

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO	2
2.1	IDEA / NOMBRE DEL NEGOCIO	2
2.2.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO A OFRECER	17
2.3	EQUIPO DE TRABAJO	20
3	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICOS	22
3.1.	ANÁLISIS EXTERNO	22
3.1.1.	<i>Análisis PESTEL</i>	22
3.1.2.	<i>Análisis Porter</i>	24
3.2.	ANÁLISIS INTERNO.....	26
3.3.	ANÁLISIS FODA.....	26
3.4.	VISIÓN	28
3.5.	MISIÓN	28
3.6.	ESTRATEGIA GENÉRICA	28
3.7.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	29
4.	INVESTIGACIÓN / VALIDACIÓN DEL MERCADO	31
4.1.	DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN / METODOLOGÍA DE VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS.....	31
4.2.	VALIDACIÓN DEL MERCADO	47
4.3.	INFORME FINAL: ELABORACIÓN DE TENDENCIAS, PATRONES Y CONCLUSIONES.....	47
5.	PLAN DE MARKETING.....	51
5.1	PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS DE MARKETING.....	51
5.1.1	<i>Objetivos de corto plazo</i>	51
5.1.2	<i>Objetivos de mediano y largo plazo</i>	51
5.2	MERCADO OBJETIVO	52

5.2.1	<i>Tamaño de mercado actual</i>	52
5.2.2	<i>Tamaño de mercado disponible</i>	53
5.2.3	<i>Tamaño de mercado operativo (target)</i>	54
5.2.4	<i>Potencial de crecimiento de mercado</i>	54
5.3	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	55
5.3.1	<i>Segmentación</i>	55
5.3.2	<i>Posicionamiento</i>	56
5.4	DESARROLLO Y ESTRATEGIAS DEL MARKETING MIX	57
5.4.1	<i>Estrategia de producto / servicio</i>	58
5.4.2	<i>Diseño de producto / servicio</i>	58
5.4.3	<i>Estrategia de precios (análisis de costos, precios de mercado)</i>	60
5.4.4	<i>Estrategia comunicacional</i>	62
5.4.5	<i>Estrategia de distribución</i>	63
5.5	PLAN DE VENTAS Y PROYECCIÓN DE DEMANDA	63
5.6	PRESUPUESTO DE MARKETING	64
6.	PLAN DE OPERACIONES	65
6.1	POLÍTICAS OPERACIONALES	65
6.2	DISEÑO DE INSTALACIONES	69
6.2.1	<i>Localización de las instalaciones</i>	69
6.3	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PRODUCTO / SERVICIO	53
6.4	MAPA DE PROCESOS Y PERT	64
6.5	PLANEAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN.....	64
6.6	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS VINCULADOS AL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	65
6.7	ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS OPERATIVOS	66
7.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	67
7.1	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	67
7.2	NATURALEZA DE LA ORGANIZACIÓN.....	69
7.2.1	ORGANIGRAMA.....	70
7.2.2	<i>Diseño de Roles y Funciones</i>	70
7.3	POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	76

7.4 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	76
7.4.1 RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN.....	76
7.4.2 <i>Capacitación, motivación y evaluación de desempeño</i>	77
7.4.3 <i>Sistemas de remuneraciones</i>	78
7.5 ESTRUCTURA DE GASTOS DE RRHH	78
8. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	80
8.1. SUPUESTOS GENERALES	80
8.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS (FIJOS E INTANGIBLES). DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.	81
8.3. PROYECCIÓN DE VENTAS	82
8.4. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS	82
8.5. CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO	83
8.6. ESTRUCTURA Y OPCIONES DE FINANCIAMIENTO.....	84
8.7. ESTADOS FINANCIEROS (BALANCE GENERAL, ESTADO DE GGPP, FLUJO DE EFECTIVO)	85
8.8. FLUJO FINANCIERO	86
8.9. TASA DE DESCUENTO ACCIONISTAS Y COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	87
8.10. INDICADORES DE RENTABILIDAD	88
8.11. ANÁLISIS DE RIESGO.....	88
8.11.1 <i>Análisis de sensibilidad</i>	88
8.11.2 <i>Análisis por escenarios (por variables)</i>	89
8.11.3 <i>Análisis de punto de equilibrio</i>	91
8.11.4 <i>Principales riesgos del proyecto (cualitativos)</i>	91
9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS	96

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Modelo Canvas	8
Tabla 2 Población américa y el caribe de 60 años a más	10
Tabla 3 Precio del producto por horas y mensual.....	18
Tabla 4 Evolución de la población mayor a 70 años por distritos de la zona 7 de Lima.	52
Tabla 5 Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.	53
Tabla 6 Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.	53
Tabla 7 Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.	54
Tabla 8 Resumen del presupuesto de costos fijos del año 2019. Elaboración propia.	61
Tabla 9 Prorratio de los costos fijos por tipo de servicio.	61
Tabla 10 Detalle de la cantidad de paquetes anuales a vender (2019).	61
Tabla 11 Determinación del valor de venta unitario. Elaboración propia.	62
Tabla 12 Presupuesto de ventas periodo 2019-2013	64
Tabla 13 Presupuesto de marketing periodo 2019-2023	64
Tabla 14 Inversión en activos fijos	65
Tabla 15 Inversión en activos intangibles	66
Tabla 16 Presupuesto de gastos de operación. Periodo: 2019-2023.....	66
Tabla 17 Presupuesto de gastos de administración. Periodo: 2019-2023.....	67

Tabla 18 otros gastos operativos Periodo: 2019-2023.....	67
Tabla 19 Objetivos organizacionales alineados a la misión y visión de la empresa	68
Tabla 20 Estructura del capital social de la empresa	70
Tabla 21 Estructura de salarios mensuales.	78
Tabla 22 Presupuesto de remuneraciones durante el periodo 2019 al 2023	79
Tabla 23 Inversion en activos fijos de equipos	81
Tabla 24 Depreciacion de equipos por año.....	81
Tabla 25 Inversion de Intangibles.....	81
Tabla 26 Inversion inicial, de constitución del Proyecto	82
Tabla 27 Crecimiento anual de ingresos en soles	82
Tabla 28 Crecimiento Anual.....	83
Tabla 29 Costos Anuales por un periodo de 5 años.....	83
Tabla 30 Gastos Operativos	83
Tabla 31 Capital de trabajo neto.	84
Tabla 32 Inversiones de los accionistas	84
Tabla 33 Cronograma de Pagos	84
Tabla 34 Estado de Resultados	85
Tabla 35 Estado de situación financieros	85
Tabla 36 Flujo de caja base Financiero	86
Tabla 37 Calculo del Cok.....	87
Tabla 38 Calculo Wacc.....	87
Tabla 39 Indicadores de rentabilidad.....	88
Tabla 40 PRID con financiamiento	88
Tabla 41 Precio de Venta	88
Tabla 42 Analisis de sensibilidad.....	89
Tabla 43 Analisis de Escenarios	89
Tabla 44 Resultados del análisis de escenarios, base, optimista y pesimista.	90
Tabla 45 Punto de equilibrio en unidades	91
Tabla 46 Cantidad de equilibrio por servicio	91
Tabla 47 Riesgos variables	91

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dedicadas, por elaboración propia 2018	2
Figura 2. Pirámide de la población, por INEI 2018	11
Figura 3. Pirámide de la población, por INEI 2018	11
Figura 4. Hogares con algún miembro adulto/ mayor, por elaboración propia 2018	12
Figura 5. Distribución de hogares según, por elaboración propia 2017	13
Figura 6. Perfil de personas NSE, por Apeim 2017	14
Figura 7. Población por segmentos, por CPI 2017	15
Figura 8. Población por segmento por edad, por CPI 2017	15
Figura 9. Personas según nivel socioeconómicos, por elaboración propia 2018	16
Figura 10. Personas con discapacidad dependientes e independientes, por elaboración propia 2018	16
Figura 11. Cadena de valor, por elaboración propia 2018	28
Figura 12. Experiment board, por elaboración propia 2018	43
Figura 13. Ofertas empleos por 13 a evaluar, por elaboración propia 2018	44
Figura 14. Oferta de empleos por 25 evaluar, por elaboración propia 2018	44
Figura 15. Oferta de empleo abierta, por elaboración propia	45
Figura 16. 97 candidatos, por elaboración propia 2018	45

Figura 17. Listado de especialistas, por elaboración propia 2018	46
Figura 18. Listado de especialistas 2, por elaboración propia 2018	46
Figura 19. Anuncio por web, por elaboración propia 2018	48
Figura 20. Anuncio por landing page, por elaboración propia 2018	48
Figura 21. Frame del llenado de datos, por elaboración propia 2018.....	49
Figura 22. Comentarios acerca del servicio, por elaboración propia 2018	49
Figura 23. Resultado de la ratio de conversión, por elaboración propia 2018	50
Figura 24. Listado de especialistas 3, por elaboración propia 2018	50
Figura 25. Resultados generales del anuncio, por elaboración propia 2018	50
Figura 26 Distribución de NSE en los distritos de la zona 7 de Lima Metropolitana. Fuente: APEIM.....	56
Figura 27. Estilos de vida. Fuente: Arellano Marketing (2017)	56
Figura 28. Diseño interior de oficina comunal. Fuente: comunalcoworking.com 2018	70
Figura 29. Ubicación geográfica de oficina comunal. Fuente: comunalcoworking.com	71
Figura 30. Propuesta de Inversión. Fuente: comunalcoworking.com 2018	73
Figura 31. Plano de distribución: Sala capacidad 4 personas y áreas comunes. Fuente: comunalcoworking.com 2018.....	52
Figura 32 Paquetes de precios, por elaboración propia 2018	53
Figura 33. Iniciar sesión, por elaboración propia 2018	54
Figura 34. Inicio de sesión, por elaboración propia 2018.....	54
Figura 35. Registro, por elaboración propia 2018	55
Figura 36. Iniciar sesión, por elaboración propia 2018	56
Figura 37. Dedicados, haz tu reserva, por elaboración propia 2018.....	57
Figura 38. Reserva, por elaboración propia 2018	57
Figura 39. Realiza reservas, por elaboración propia 2018.....	57
Figura 40. Reservas, por elaboración propia 2018	58
Figura 41. Reservas, por elaboración propia 2018	58
Figura 42. Paso 3, por elaboración propia 2018	59
Figura 43. Lista de cuidadoras, por elaboración propia 2018.....	59
Figura 44. Perfil de cuidador, por elaboración propia 2018.	60
Figura 45. Paso 5 ingreso de dirección, por elaboración propia 2018.....	60

Figura 46. Resumen de transacción, por elaboración propia 2018.	61
Figura 47. Ingreso datos TC, por elaboración propia 2018.	62
Figura 48. Monto por pagar, por elaboración propia 2018.	62
Figura 49. Resumen, por elaboración propia 2018.	63
Figura 50. Mapa de procesos, por elaboración propia 2018.	64
Figura 51. Flujoograma de compras de uniformes, por elaboración propia 2018.	65
Figura 52. Organigrama funcional de la empresa, por elaboración propia 2018.	70

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento demográfico de los adultos mayores a 60 años y el crecimiento económico del país generan mayor demanda en servicios de cuidado especializado, esto es importante porque nos asegura una constante demanda de los consumidores.

La selección adecuada del segmento de clientes también ha sido una variable importante para considerar y establecer las estrategias de precio y de planeación de la demanda. Por otro lado, también nos hemos preocupado por validar con el mercado de talento la correcta oferta de cuidadoras y enfermeras con experiencia en atención y cuidado del adulto mayor.

Dentro del presente trabajo veremos diferentes análisis y perspectivas desde el punto de vista demográfico, social y financiero que busca demostrar la buena inversión y solvencia económica de este proyecto de negocios.

2. ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO

2.1 Idea / Nombre del Negocio

El nombre de nuestra idea de negocio es “Dedicadas”, ya que está conformado por un equipo administrativo y personal operativo altamente capacitado y con experiencia en atención al adulto mayor. El nombre nace porque nos sentimos realmente dedicados y comprometidos con el cuidado para el familiar de la tercera edad que necesita un tiempo y servicio de calidad, queremos inspirar confianza a nuestros clientes y atender sus necesidades de la forma más idónea posible.

Nuestra idea de negocio consiste en vender dos paquetes de servicios de intermediación entre los familiares del adulto mayor y las cuidadoras que ofrecen servicios de cuidado a domicilio, esa venta se canaliza por un único medio, vía página web, dónde podrán elegir el que más se acomode a su necesidad.

Dedicadas se enfoca en la realización de un cuidadoso proceso de selección, constante capacitación del personal y del cobro de los servicios brindados por nuestras cuidadoras.



Figura 1. Dedicadas, por elaboración propia 2018

BUSINESS MODEL – CANVAS

a) Segmentos de Mercados: Clientes

- Segmento de mercado A y B, principal cliente familiares o allegados del adulto mayor.

b) Propuesta de Valor: Elementos de Diferenciación de la propuesta de valor.

- Garantizar atención especializada al adulto mayor asegurando un servicio basado en *CALIDAD Y CONFIANZA*.

c) Canales de Distribución:

- La estrategia será como principal canal de atención y distribución, la página web, telefónicamente a la central o el contacto a través de WhatsApp.
- Adicionalmente se contará con las plataformas de Facebook e Instagram para comunicar toda la experiencia de marca.
- Se trabajará el posicionamiento web – SEO para tener mayor presencia digital en el caso que algunos usuarios busquen información en Google donde nosotros seamos la primera opción para los clientes.

d) Relación con Clientes:

- Participación activamente en ferias de beneficios enfocándose en empresas medianas con buenas prácticas en recursos humanos.
- Charlas gratuitas a algunos empleadores relacionados al cuidado del adulto mayor y el bienestar emocional de los colaboradores. Al final de las charlas se brindará información de los servicios de la empresa.
- A través de las historias en Instagram y/ o videos testimoniales en Facebook se compartirá la experiencia de algunos usuarios satisfechos con el servicio.

- Se realizará charlas en los institutos de enfermería para poder hablarles del beneficio de estar en la plataforma dedicadas y las comisiones que pueden ganar.

e) Fuentes de ingreso:

- Porcentaje del 15% de comisión sobre cada servicio contratado.
- Cobro a clientes a través de tarjetas. Se aceptarán tarjetas de crédito y/o débito VISA y MasterCard a través de la plataforma.

f) Recursos Claves (Recursos. Físicos):

- Alquilaremos un espacio en un Coworking para ahorro de costos de mantenimiento de local, muebles y tener mejor presencia ante los clientes.
- Laptops para el manejo de datos y acceso a la información.

g) Actividades Claves:

Validación de los siguientes ítems en los procesos de selección:

- Historial Académico.
- Certificaciones en cuidado de la salud (opcional).
- Antecedentes policiales
- Antecedentes penales
- Historial Financiero
- Evaluación técnica
- Evaluación psicológica (Pruebas Proyectivas – Rasgos de Personalidad).
- Assesment center¹ – para poner a prueba la capacidad de reacción de las enfermeras y cuidadoras.
- Se realizarán acciones de verificación para evitar que los clientes contacten directamente a los profesionales de la salud.

¹ Método de evaluación situacional. Consiste en un CONJUNTO DE PRUEBAS, que pretenden evaluar las competencias conductuales del candidato en una situación, que simula lo más realmente posible, las tareas o situaciones con las que el candidato se puede encontrar en la empresa.

h) Equipo y aliados:

- Área de oportunidades: Profesionales en cuidado a adulto mayor o egresados de institutos de salud (opcional).
- Personal con cursos de primeros auxilios (excluyente).
- Personal con experiencia de 1 a 3 años en cuidados de adulto mayor (excluyente).
- Bolsas de trabajos mediante web, principal bolsa de empleo “Indeed”.

i) Estructura de costos:

- Costos de Administración de plataformas de comunicación, redes sociales.
- Pago de salario del personal administrativo.
- Gastos de Constitución y autorizaciones legales.
- Coworking: incluye servicios de Administración como; Dirección fiscal, pago de servicios, alquiler de espacio, agua, luz, central telefónica, muebles y salas de reuniones

Tabla 1

Modelo Canvas

<p>Equipos y aliados</p> <p>Profesionales en cuidado a adulto mayor.</p> <p>Personal con cursos de primeros auxilios (excluyente).</p> <p>Personal con experiencia de 1 a 3 años en cuidados de adulto mayor (excluyente).</p> <p>Bolsas de trabajos</p>	<p>Actividades Claves</p> <p>Historial Académico.</p> <p>Certificaciones en cuidado de la salud (opcional).</p> <p>Antecedentes policiales</p> <p>Antecedentes penales</p> <p>Historial Financiero</p>	<p>Propuesta de valor</p> <p>Garantizar atención especializada al adulto mayor asegurando un servicio basado en <i>CALIDAD Y CONFIANZA.</i></p>	<p>Relación con clientes</p> <p>Mediante página web, central telefónica, redes sociales, WhatsApp y visitas presenciales.</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Segmento de mercado A y B, principal cliente familiares o allegados del adulto mayor.</p>
	<p>Recursos Claves</p> <p>Instalaciones en un Coworking.</p> <p>Laptops para el manejo de datos y acceso a la información.</p> <p>Monitoreo del encargado de administrar las redes sociales y página web.</p>		<p>Canales</p> <p>Página web</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Posicionamiento web – SEO.</p>	

Estructura de Costos	Fuentes de Ingreso
Pago de salario a personal administrativo. Gastos de Constitución de Empresa	Porcentaje del 15% de comisión sobre cada servicio contratado. Cobro a clientes a través de tarjetas. Se aceptarán tarjetas de crédito y/o débito VISA y MasterCard a través de la plataforma.

Nota: Elaboración Propia 2018

Información Secundaria

La decisión de realizar un servicio para el adulto mayor corresponde al siguiente análisis.

De acuerdo con información de CEPAL la población referida al adulto mayor tendrá importantes niveles de crecimiento no solo en Perú, sino en Latinoamérica, lo cual es una variable para considerar al momento de evaluar la Escalabilidad de este servicio.

Tabla 2
Población américa y el caribe de 60 años a más

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: POBLACIÓN DE 60 AÑOS A MÁS							
PAÍSES SELECCIONADOS, 1950-2050							
(miles de personas)							
	1950	1975	2000	2025	2050	Diferencia 2000 - 1950	Diferencia 2050-2000
Bolivia	152,3	264,1	537,5	1191,2	2786,3	385,2	2248,8
Guatemala	126,7	266,3	660,7	1429,2	3625,0	534,0	2964,3
Brasil	2627,2	6541,0	14031,5	35076,1	63117,2	11404,3	49085,7
México	1963,4	3341,3	6902,9	18009,1	37098,4	4939,5	30195,5
Argentina	1207,2	2971,0	4941,7	7749,6	12476,8	3734,5	7535,1
Chile	416,7	814,2	1568,5	3846,6	5698,1	1151,8	4129,6

Nota: Elaboración Propia 2018

De acuerdo con una comparación vigente entre el 2018 y 1950 según datos recientes del INEI, la población mayor a 60 años ha tenido un mayor crecimiento demográfico a nivel general.

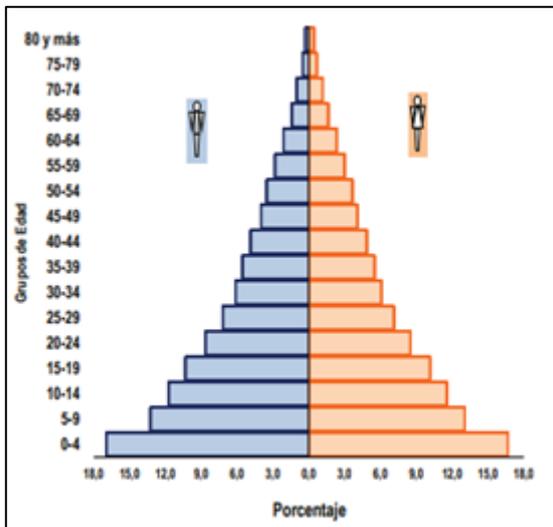


Figura 2. Pirámide de la población, por INEI 2018

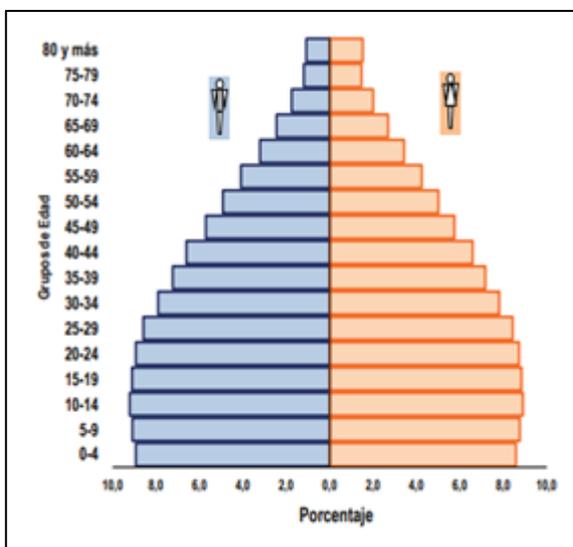


Figura 3. Pirámide de la población, por INEI 2018

Si realizamos la comparación a nivel Nacional, al menos el 42,2 % de hogares en el Perú cuenta con algún miembro adulto mayor.

Perú: Hogares con algún miembro adulto/a mayor, según área de residencia

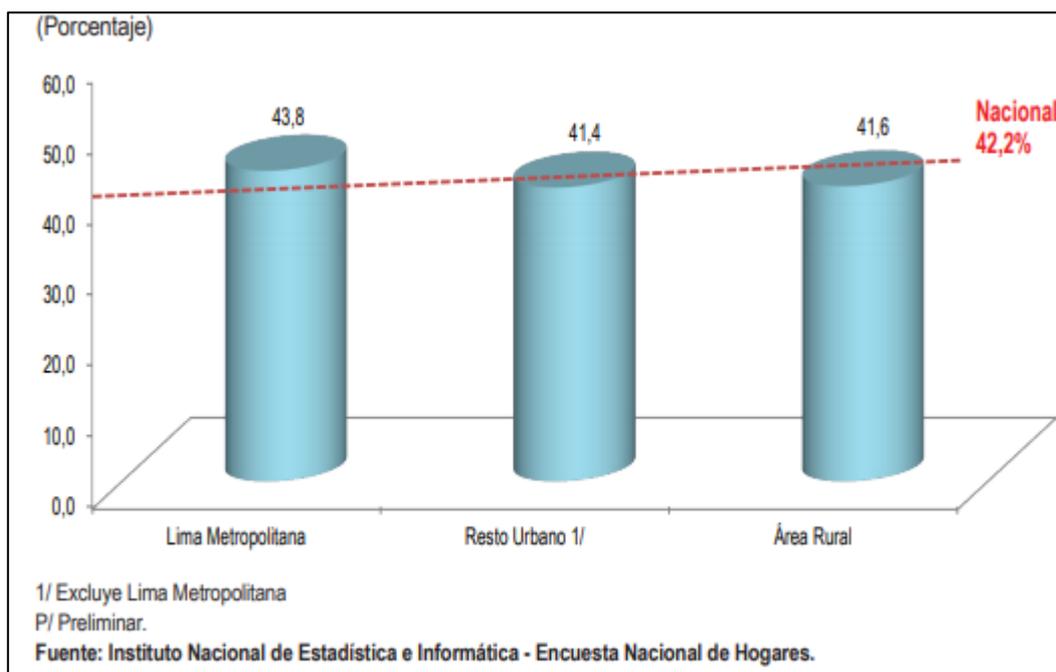


Figura 4. Hogares con algún miembro adulto/ mayor, por elaboración propia 2018

Según el INEI, el último censo del año 2017, la población total del Perú llegó a 31 millones 237 mil 385 habitantes, las personas de la tercera (de 60 años a más) suman 3,7 millones y constituyen el 10,1% de la población nacional. Esto da evidencia que creció en 4,9 puntos porcentuales desde 1993. Esto quiere decir que cada vez somos más longevos. Según las fuentes, uno de los grupos etarios que crecieron en la última década fue los adultos mayores de 80 años. Durante el último censo, a modo de ejemplo, se encontró a 3.136 personas que declararon tener cien o más años y la mayoría de sexo femenino. Del total de la población del adulto mayor se puede evidenciar que la mayoría principalmente están ubicados en las regiones de Ancash, Huancavelica y Apurímac, que tienen sus capitales en la sierra.

Además, las mujeres de la tercera edad presentan más enfermedades crónicas que los varones, como artritis, asma, hipertensión, diabetes, TBC, colesterol entre otras. Las mujeres presentan el 82,5% mientras que los varones 71,9%.

De acuerdo con el INEI, se tiene dos razones para este cambio demográfico:

- Reducción de la fertilidad.
- Incremento de la esperanza de vida.

Como el envejecimiento es algo inevitable, tenemos que empezar a preocuparnos más por la calidad de vida y los cuidados básicos del adulto mayor. En nuestro país la cobertura de la pensión es tan baja que al menos tres de cada cuatro adultos mayores dependerán de sus ahorros para vivir. Nos hacemos la pregunta, ¿les alcanzará para poder vivir?

Además, podemos evidenciar que en particular las mujeres deben al mismo tiempo criar a uno o dos niños y cuidar hasta dos o tres adulto mayores en los hogares.

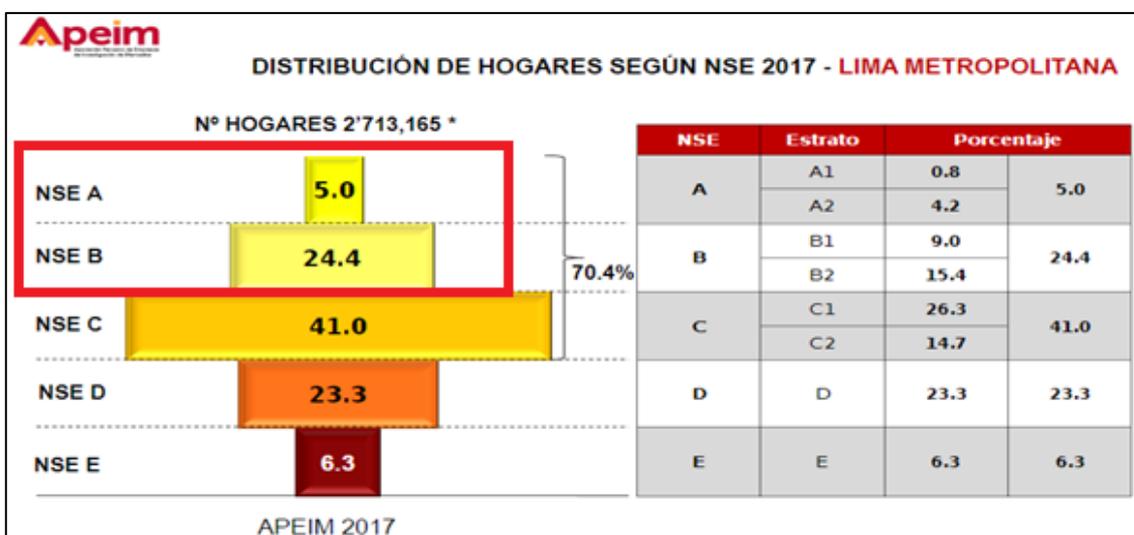


Figura 5. Distribución de hogares según, por elaboración propia 2017

Se evidencia que el NSE A y B tiene el mayor porcentaje y es ahí al segmento que nosotros estamos apuntando para brindar nuestro servicio.

		Lima Metropolitana							
		Total	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Sexo	Hombre	48.4%	49.6%	46.3%	48.8%	48.1%	50.0%	48.7%	53.0%
	Mujer	51.6%	50.4%	53.7%	51.2%	51.9%	50.0%	51.3%	47.0%
¿Qué edad tiene en años cumplidos? (En años) (agrupado)	<= 12	18.7%	14.2%	14.3%	18.8%	16.5%	22.8%	22.9%	25.3%
	13 - 17	7.3%	5.6%	7.0%	6.9%	6.8%	7.1%	8.1%	9.2%
	18 - 25	13.7%	9.2%	13.7%	13.7%	13.8%	13.6%	13.7%	16.3%
	26 - 30	7.7%	6.7%	7.5%	7.8%	7.8%	7.9%	7.7%	7.9%
	31 - 35	7.1%	8.1%	6.9%	6.9%	6.6%	7.3%	7.3%	7.6%
	36 - 45	14.1%	16.3%	12.8%	14.4%	14.5%	14.1%	14.2%	15.5%
	46 - 55	12.0%	13.4%	14.4%	11.7%	12.0%	11.3%	10.7%	7.9%
	56+	19.4%	26.5%	23.4%	19.8%	22.0%	15.9%	15.4%	10.3%
¿Cuál es su estado civil o conyugal? (De 12 años a más)	Conviviente	18.6%	4.9%	10.8%	19.5%	16.2%	25.8%	26.4%	29.1%
	Casado (a)	28.2%	49.5%	38.2%	27.6%	30.4%	22.3%	16.7%	13.6%
	Viudo (a)	4.7%	4.7%	4.6%	4.6%	4.6%	4.5%	5.4%	3.0%
	Divorciado (a)	1.0%	2.1%	1.9%	0.7%	0.6%	0.9%	0.4%	0.4%
	Separado (a)	9.3%	4.0%	6.0%	9.5%	9.1%	10.3%	12.7%	13.6%
	Soltero (a)	38.2%	34.8%	38.5%	38.1%	39.1%	36.2%	38.4%	40.3%
Afilación al sistema de salud (Respuesta Múltiple)	ESSALUD (antes IPSS)	40.0%	58.4%	57.4%	41.5%	44.6%	35.7%	22.2%	12.6%
	Seguro Privado de Salud	4.7%	36.5%	9.3%	1.6%	2.0%	0.9%	0.3%	0.2%
	Entidad Prestadora de Salud	3.6%	24.6%	7.5%	1.5%	1.6%	1.3%	0.1%	0.0%
	Seguro FFAA - PNP	3.9%	6.9%	9.3%	2.8%	3.6%	1.2%	0.7%	0.5%
	Seguro Integral de Salud	26.3%	0.9%	7.5%	24.8%	21.8%	30.5%	46.0%	57.4%
	Seguro Universitario	0.8%	0.9%	1.4%	0.7%	1.0%	0.1%	0.4%	0.2%
	Seguro Escolar Privado	0.1%	0.4%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%
	Otro	0.2%	0.5%	0.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%
	No afiliado	25.5%	7.8%	17.6%	28.7%	27.2%	31.4%	30.7%	28.9%
Situación laboral (De 14 años a más)	Independiente 1/	17.0%	6.8%	10.1%	18.3%	17.7%	19.4%	21.8%	21.3%
	Dependiente 2/	42.0%	55.4%	43.5%	41.5%	41.8%	41.0%	39.6%	41.3%
	No Trabaja/No remunerado 3/	37.7%	33.9%	42.6%	36.9%	37.1%	36.6%	35.7%	35.0%
	Dueño PYME 4/	3.3%	3.9%	3.8%	3.3%	3.4%	3.0%	2.9%	2.4%

1/ Sin trabajadores remunerados a su cargo
2/ Incluye empleados, obreros y trabajadores del hogar
3/ No trabajan o son trabajadores no remunerados
4/ Empleador o patrono

APEIM 2017: Data ENAHO 2016

Figura 6. Perfil de personas NSE, por Apeim 2017

Se evidencia que, del total de la población dentro de Lima Metropolitana, el 19.4% pertenece al adulto mayor.

Según CPI, compañía peruana de estudios de mercados y opinión pública, publicó en agosto 2017 la población Perú 2017.



Figura 7. Población por segmentos, por CPI 2017

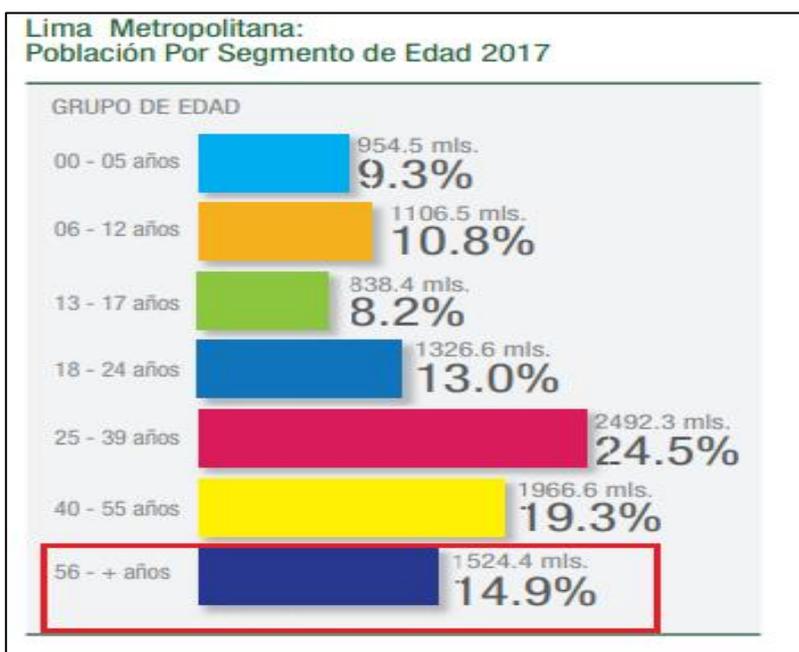


Figura 8. Población por segmento por edad, por CPI 2017

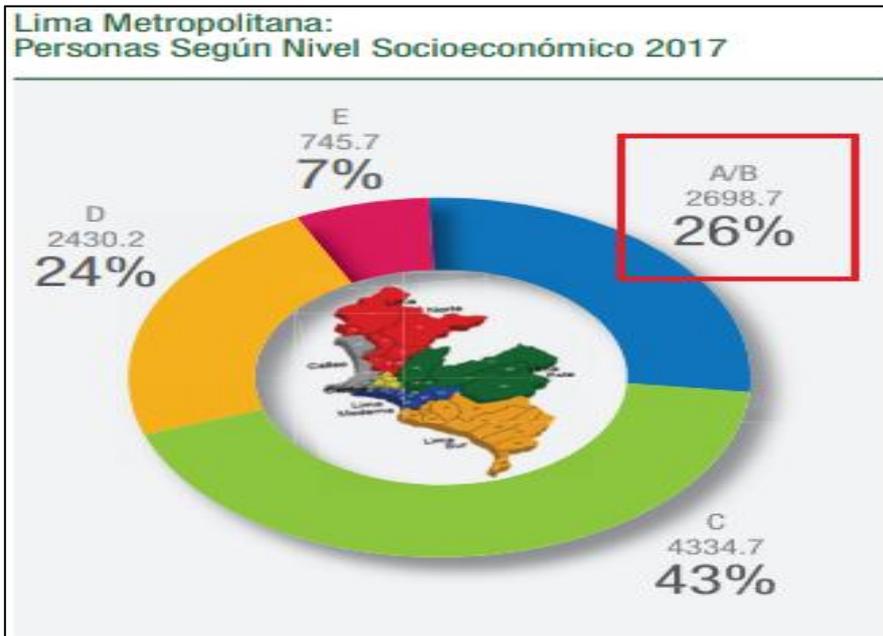


Figura 9. Personas según nivel socioeconómicos, por elaboración propia 2018

Según el INEI el 40,6% de las personas con discapacidad dependen de una persona para realizar sus actividades diarias.



Figura 10. Personas con discapacidad dependientes e independientes, por elaboración propia 2018

En el país, el 40,6% dependen del cuidado de una persona como por ejemplo de su hija (29,2%), de la mamá (26,0%), de la esposa/esposo o cónyuge (21,8%), otro pariente (14,1%), del hijo (12,6%), de la hermana (6,8%), papá (6,8%), del hermano (4,1%), otro no pariente (3,2%), trabajadora del hogar (2,1%) y profesional de salud (0,6%).

Entre las actividades que dejan de hacer las personas que apoyan a la persona con limitaciones figuran: dejan de realizar quehaceres del hogar (46,7%), trabajar (27,1%), estudiar (4,5%), atender su negocio (4,5%), deporte/recreación o actividades sociales (2,9%), otras (2,4%) y ninguna (21,4%).

Todo ello nos hace tomar la decisión de brindar un servicio específico para el adulto mayor el cual es un segmento desatendido debido a que no hay una diversidad de servicios de cuidado para este segmento.

Escalabilidad y Viabilidad:

Este modelo de negocio puede ser escalable debido a las siguientes variables:

- Crecimiento de la población demográfica mayor a 60 años en Perú y en diferentes países de la región.
- Servicios de intermediación con foco en una adecuada selección de personal y atención al cliente.
- El modelo puede extrapolarse inicialmente a provincias y a países de la región.
- La comisión que cobrar por las cuidadoras del hogar es aceptada ya que este tipo de trabajadores busca diferentes formas de incrementar sus ingresos mensuales.

2.2.Descripción del producto/servicio a ofrecer

Nuestro servicio es exclusivamente dirigido para el cuidado del adulto mayor. Dedicadas, otorga al cliente la posibilidad de contar con una cuidadora dispuesta a la correcta atención de su familiar que se encuentre atravesando en la etapa de la tercera edad. La plataforma web será especialmente diseñada para reservar y realizar el pago de manera sencilla y rápida, obteniendo un servicio de cuidado con la mejor experiencia y brindando confianza a los clientes.

El servicio que ofrecemos consta de dos paquetes:

- Primer paquete: Por horas
 - 8 horas
 - 12 horas
- Segundo paquete: Por días
 - 5 días (8 horas)
 - 6 días (8 horas)

En cada uno de nuestros servicios, Dedicadas emitirá un documento de pago, donde se constate la atención que otorgamos de forma transparente.

Tabla 3

Precio del producto por horas y mensual

Por horas	Por días
<ul style="list-style-type: none">• S/79 soles - 8 horas• S/99 soles - 12 horas	<ul style="list-style-type: none">• S/329 - 5 días (8 horas)• S/369 - 6 días (8 horas)

Nota: Elaboración propia 2018

¿Quiénes son las cuidadoras?

Las cuidadoras son personas seleccionadas que estarán registradas en la página web de Dedicadas. Son personas que cuentan con experiencia en el cuidado especial para el adulto mayor, tienen vocación de servicio y disponen de tiempo libre, ellas han sido cuidadosamente seleccionadas y capacitadas por “Dedicadas” para seguir un protocolo de cuidado desarrollado por profesionales. Las cuidadoras pasan por un filtro exigente, dado a que la seguridad y confianza son los valores esenciales del servicio que otorgamos a nuestro preciado cliente. Para el pago de su salario, las cuidadoras firmarán un contrato intermitente y nos emitirán recibo por honorarios, de esa forma le haremos el depósito y/o abono correspondiente según el servicio que nos solicite el cliente.

¿Qué servicios ofrecen?

Dedicadas ofrecerá los servicios de cuidado geriátrico a través de una atención personalizada brindada por una cuidadora con experiencia en el adulto mayor.

Los servicios específicos dentro de cada tipo de servicio son:

- Control de funciones vitales.
- Realización de ejercicios, paseos y lecturas (dependiendo del caso).
- Cumplimiento del tratamiento indicado por el médico.
- Aseo e higiene del adulto mayor.
- Cambios posturales.
- Control de alimentación.
- Cambio de pañales.
- Ayuda en la movilización.
- Supervisión constante, previniendo daños como caídas.

Los servicios que no ofrecemos son:

- Las cuidadoras no pueden salir de viaje acompañando al adulto mayor a cargo.
- No aceptan pagos en efectivo por parte del cliente.
- No cambian sondas, ni dan alimentación por esa vía.
- No manipulan equipos médicos.
- No realizan tareas domésticas (cocinar, lavar, planchar, barrer, cuidado de niños, mascotas).

2.3 Equipo de trabajo

FIGURELA ATENCIO



Estudiante universitaria del último ciclo de la carrera de Marketing en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC). Con experiencia en las áreas de calidad y marketing. Actualmente, me desempeño como ejecutiva de cuenta gestionando campañas y programas de fidelización en la empresa Promotick SAC.

Las habilidades blandas que ayudarán en el proyecto son: gestión de relaciones interpersonales, empatía, trabajo interdisciplinario, liderazgo, creatividad y responsabilidad. Estaré a cargo del puesto de gerente de marketing en Dedicadas.

KATERIN DE LA ROMAÑA



Soy estudiante de Administración de Empresas en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC), con conocimientos Administración y atención al cliente. Cuento con capacidad de análisis y solución de problemas. Actualmente tengo 4 años laborando en el área administrativa de la empresa UNIREF, quien da servicio de ingeniería y soporte en las especialidades de refrigeración, aire acondicionado y automatización de procesos industriales en general. La experiencia laboral me ha permitido desarrollar habilidades en innovación, organización y liderazgo. En nuestro proyecto estaré a cargo de la atención al cliente y soporte post venta de nuestros servicios.

RAÚL HIROSHI LAVADO



Estudiante de Administración de Empresas en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC). Tengo 9 años de experiencia en el área de Recursos Humanos en diferentes Sectores en Perú y Ecuador. Estaré encargado del clima y cultura de la compañía vinculando la experiencia de la marca con el compromiso de los trabajadores. Por ello, mis funciones para con el negocio serán, realizar el proceso de contratación de los futuros colaboradores, inducción de estos, pago de salarios y beneficios además de organizar diferentes actividades para generar integración y camaradería. El sentido de comunidad es una parte importante para que los colaboradores se sientan comprometidos con la empresa y brinden un buen servicio al cliente.

GRETA MIRANDA



Estudiante de la carrera Administración de Empresas en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC). Cuento con un curso de especialización en Gestión de compras y Abastecimiento, además de tener experiencia en dichas áreas por aproximadamente 5 años.

Gracias a las oportunidades laborales he podido fortalecer y desarrollar habilidades que con mucha dedicación aportaré en este nuevo proyecto.

Estaré a cargo del área de Logística asegurando el adecuado flujo en la cadena de abastecimiento y operaciones de la empresa.

3.1. Análisis externo

3.1.1. Análisis PESTEL

<p>P</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las investigaciones del caso Lava jato y otros sucesos que propiciaron la renuncia del expresidente Pedro Pablo Kuczynski y la posterior asunción del cargo del presidente Martín Vizcarra, trae un clima de cambios en el nuevo gabinete ministerial. • A favor de las Mypes, existe una simplificación de procesos para la creación de nuevas empresas, a través de Sistema de Intermediación Digital (SID-Sunarp), la cual permite crear una Mype sin necesidad de acudir a una oficina registral. • El gobierno está promoviendo la formalización de las empresas mediante la reducción de la tasa al impuesto a la renta para aquellas empresas que se acogen al Régimen Tributario Mype. Para acogerse a dicho beneficio las empresas deberán acogerse a un régimen tributario que se ajuste a la actividad económica que vienen realizando actualmente.
<p>E</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para el año 2019 se espera que el crecimiento económico del Perú sea el mayor de América Latina (4 %) según el FMI. • Se prevé un año con un crecimiento empresarial superior al de 2018 con mayor impulso a la actividad minera y la inversión pública.²
<p>S</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los casos de apoyo y servicios al adulto mayor se incrementan cada año. Según cifras de Minsa, desde 2016 a la fecha han sido atendidas casi dos millones de personas siendo el 70%, mayor de 60 y menores de 90 años.³ • Existe preocupación de parte de las familias en la atención de los adultos mayores y por ello buscan ayuda profesional. • Los problemas emocionales como la depresión, la ansiedad y los problemas conductuales constituyen la primera causa de discapacidad temprana y mortalidad en adultos mayores.

² <https://es.panampost.com/karina-martin/2018/03/02/crecimiento-economico-peru-mayor-latinoamerica/>

³ <https://peru21.pe/peru/cifras-salud-mental-peru-mayores-ocupan-70-atenciones-infografia-394376>

	<ul style="list-style-type: none"> • Se estima que entre el 3% y el 7% de la población mayor de 60 años necesitan cuidado especial por parte de personal especializado.
T	<ul style="list-style-type: none"> • El uso de dispositivos móviles y páginas web con fines no educativos afectan el comportamiento y la salud física y mental del adulto mayor • El auge de la tecnología y el acceso a Internet facilita el contacto entre las familias y sus parientes adultos mayores. A través de la tecnología pueden seguir las actividades que realizan y estar en contacto con el personal calificado a cargo en toda área de cuidado al adulto mayor.
E	<ul style="list-style-type: none"> • Migrar a medios digitales contribuye con el cuidado del medio ambiente y mitiga impacto de gases de efecto invernadero. • El Ministerio del Ambiente (MINAM) ha considerado implementar reglamentaciones adicionales sobre el medio ambiente y la ecología, dada la creciente importancia a nivel nacional e internacional de estos temas
L	<ul style="list-style-type: none"> • El aumento de la RMV (Remuneración mínima vital) se aplicará a partir del 1 de mayo de 2018 y afecta a las empresas privadas e incentiva la informalidad laboral en las pequeñas empresas. • Los costos de formalización afectan a las micro y pequeñas empresas.⁴ • Desde el año 2014 en el Perú está aumentando la población adulta mayor El 46.2% no está afiliado a ningún sistema de pensión y el 16.3% no tiene ningún seguro de salud. Defensoría del Pueblo impulsa la adhesión del Perú a convención interamericana que plantea nuevos derechos, como el sistema integral de cuidados

⁴ <https://peru21.pe/economia/sueldo-minimo-gremios-empresariales-reiteran-aumento-rmv-incentivara-informalidad-laboral-398437>

3.1.2. Análisis Porter

Amenaza de Sustitutos: (Amenaza Baja)

Las terapias alternativas o los cursos de yoga para adultos mayores son servicios sustitutos y se podrían considerar como una amenaza baja porque son propuestas alternativas para tratar las dificultades atencionales y socio emocionales en este segmento de la población adulto mayor ya que no todas las familias acceden a una asesoría online que complementa de trabajo de estas terapias.

Entrada de nuevos competidores: (Amenaza Baja)

La entrada de nuevos competidores a nivel de Lima Metropolitana es baja, debido a que el servicio de intermediación “Dedicadas” en adultos no se encuentra muy difundido en nuestro país, a diferencia de México, España u otros países de Europa donde las investigaciones científicas avalan este tipo de programas para adultos mayores y hay mayor promoción y difusión.

En el Perú, este concepto aún es nuevo ya que está orientado al cuidado y adaptación del adulto mayor, por lo cual su difusión y práctica puede contribuir al desarrollo y bienestar socioemocional de estos y sus respectivas familias.

No obstante, si ingresarán al mercado centros que ofrezcan este tipo de intervención de un programa de cuidado para mayores, aquí se ha establecido una propuesta diferente, mediante el servicio adicional de asesoría y acompañamiento vía web de las familias con sus parientes mayores para que a través de este servicio pueden participar y compartir de las actividades diarias de evolución del adulto mayor.

Rivalidad entre los Competidores: (Amenaza Baja)

No existe rivalidad con la competencia, debido a la diferenciación del servicio que ofrece “Dedicadas” con otros centros que ofrecen terapias alternativas o terapias psicológicas que van dirigidas a problemas particulares, como problemas de conducta, trastornos emocionales o problemas familiares que implican la presencia física obligatoria de las familias que se encuentran en ese tipo de situación.

Clientes: (Amenaza Media)

Nuestro servicio está dirigido a los adultos mayores de familias de NSE A y B y las cuidadoras que brindaran servicio al adulto mayor. En la investigación de mercado realizada, se identificó como público objetivo a las mujeres progresistas de 25 a 40 años con padres ancianos mayores de 70 años. Ya que, más del 80% de suscritos en el landing page que realizamos fueron mujeres, quienes mostraron interés en la propuesta de **DEDICADAS**, buscando obtener una mayor información sobre el programa y los beneficios para el adulto mayor.

Asimismo, se considera que el poder de negociación del cliente es mediano, ya que el establecimiento de los precios dependerá del centro, así como del poder adquisitivo del sector al que está dirigido, teniendo en cuenta el referente de la opinión de los clientes por el servicio.

Proveedores: (Amenaza Media)

Ya que somos un intermediario entre los familiares del adulto mayor y el servicio de cuidadoras. Lo que consideramos más conveniente es optimizar el costo de compra a través de las proformas con diferentes proveedores, comparando precios y así tomar la decisión más adecuada. Asimismo, debemos tener presente que es importante un costo mínimo y que el mayor gasto se presenta en la creación de la página web **DEDICADAS**.

3.2. Análisis interno

La Cadena de Valor:

Se finaliza el análisis del modelo de negocio con el modelo de cadena de valor empresarial, visualizado a través de la Ilustración.

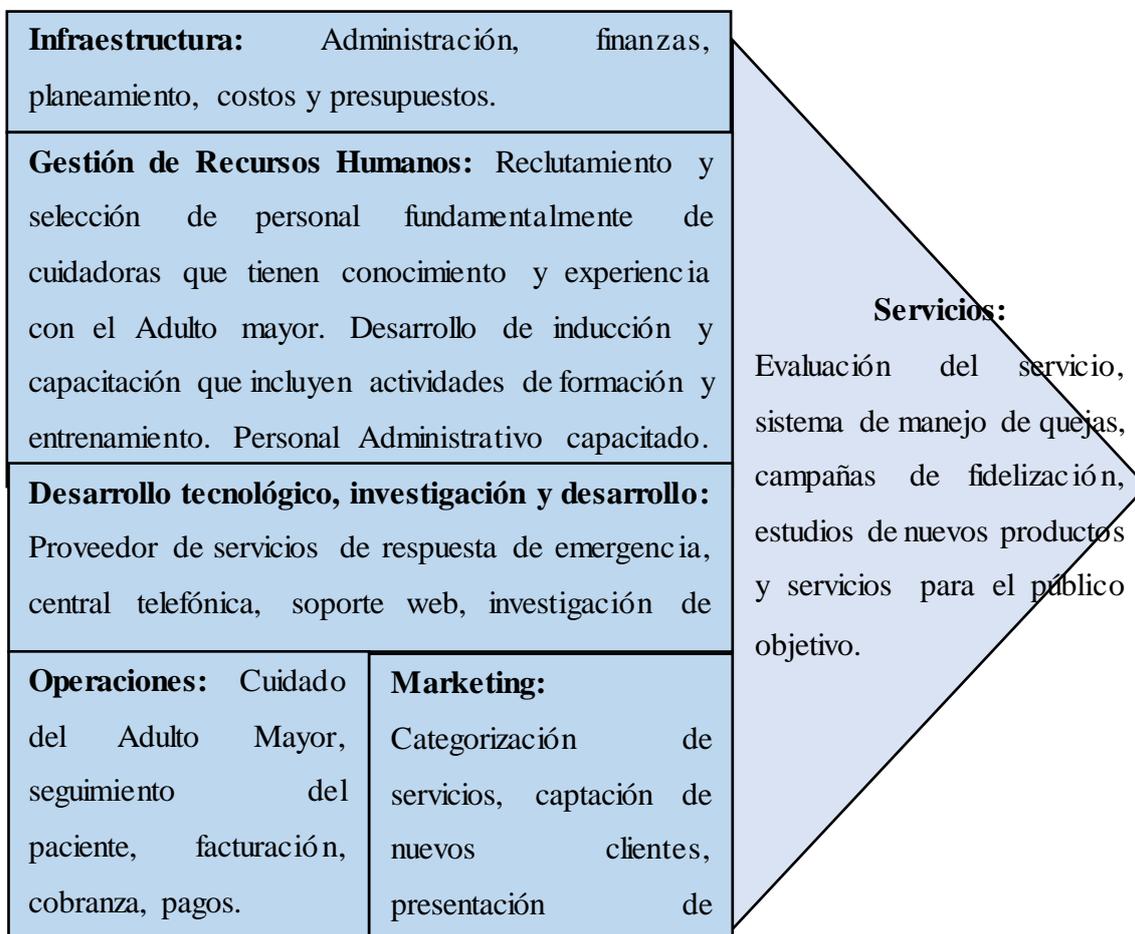


Ilustración 1 Cadena Valor

Fuente elaboración propia

3.3. Análisis FODA

Del análisis se concluye que las oportunidades y las fortalezas pueden ser aprovechadas como ventaja competitiva. De la misma forma, las amenazas y debilidades identificadas pueden ser observadas y mejoradas mediante las tomas de decisiones adecuadas; como, por ejemplo, el monitoreo constante del mercado de la competencia, o la adaptación dinámica del modelo de negocio en sus diferentes variables (precio, servicio, distribución, promoción, expansión, alianzas estratégicas, entre otros).

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Selección del personal capacitado y adecuado. • Equipo humano. Fuertemente motivado hacia la mejora continua. • Precios accesibles. • Capacitación continua. • Verificación de los datos a través de la página web. • Inversión en posicionamiento web. • Atención de cuidado a domicilio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de los recursos humanos. • Falta de experiencia, conocimiento e información del rubro. • Posición débil en el mercado. • Cobertura limitada, solo Lima.
OPORTUNIDADES	(FO)	(DO)
<ul style="list-style-type: none"> • Importantes niveles de crecimiento. • Crecimiento demográfico en la población mayor de 60 años. • Deficiente atención en las casas hogares públicos. • Internet y Redes Sociales. • Personal con experiencia sin empleo. • Incrementar nuestra cobertura a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de capacitación permanente gerontología y certificación del personal. • Programas de evaluación y certificación de calidad. • Sistema continuo de revisión de precios. • Plan de supervisión del community manager. • Incrementar el número de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de preferencias de nicho de mercado. • Nuevos mercados, incursionar en provincias. • Programas de fidelización mediante descuentos.
AMENAZAS	(FA)	(DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Crisis política y económica. • Capacidad de diversificación de los competidores. • Alianzas de nuestros competidores, para ofrecer más servicios adicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas para ofrecer nuevos productos incluidos en el servicio. • Evaluación constante de nuestros servicios. • Evaluación constante de las promociones de nuestros competidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de servicios. • Fortalecimiento de canales de comunicación con los consumidores.

<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de productos complementarios. • Imagen distorsionada de la profesión 		
---	--	--

Figura 11. Cadena de valor, por elaboración propia 2018

3.4. Visión

Ser una empresa reconocida por brindar un excelente servicio de cuidado al adulto mayor, con personal altamente calificado.

3.5. Misión

Ser líderes en el mercado de cuidados especializados para el adulto mayor brindando servicios de salud a domicilio.

Valores

Experiencia: Personal calificado con experiencia comprobada.

Don de servicio: Personas dedicadas al trabajo, más allá de la responsabilidad.

Compromiso: Profesionales al servicio de los ancianos para su cuidado.

Responsabilidad: Fomentar la salud del paciente.

3.6. Estrategia Genérica

De acuerdo con el FODA planteado realizaremos la estrategia de Enfoque y Diferenciación.

Enfoque: Debido a que nuestro servicio se brinda a un segmento muy específico nuestra solución se enfoca en la atención especializada del adulto mayor.

Diferenciación: Deseamos que nuestra mayor diferencia sea nuestros niveles de servicio por ello la propuesta de valor propone un cuidadoso proceso de selección de las cuidadoras asociadas al servicio y en realizar el pago a través de tarjetas de crédito y débito para darle mayor facilidad a los usuarios.

Estrategia Genérica:

Desarrollar una comunidad de cuidadoras con pasión en la atención del adulto mayor que genere valor económico y social.

3.7. Objetivos Estratégicos

Para el diseño de las metas y objetivos utilizaremos los 4 cuadrantes del Balanced Scorecard de Kaplan y Norton.

Finanzas: Desde la perspectiva financiera estas serán nuestras siguientes metas y objetivos.

- Generar ingresos promedios mensuales por comisiones de S/50,000.00 soles a partir del primer año de operación.
- Tener como mínimo un incremento anual de ingresos del 20%.
- A partir del segundo año diversificar en 20% las fuentes de financiamiento para el fortalecimiento de las operaciones del negocio
- Tener un margen de contribución como mínimo del 30% en proporción a los ingresos a partir del primer año.

Clientes: Desde la perspectiva de clientes estas serán nuestras siguientes metas y objetivos.

- Tener una satisfacción de 95% en las encuestas de servicio realizadas al cliente.
- Tener una satisfacción del 90% en las incidencias, reclamos y observaciones que el cliente realice a través de encuestas, entrevistas o contacto directo.
- A partir del segundo año utilizar mediciones de NPS (Net Promoter Score) para mejorar los niveles de servicio a los usuarios.

Operaciones: Desde la perspectiva de operaciones estas serán nuestras siguientes metas y objetivos.

- Tener al primer año de operaciones un mínimo de 100 afiliadas a la plataforma

“Dedicadas”.

- Realizar como mínimo unas 6 visitas al año a Institutos y Centros de Entrenamiento Especializado para incentivar a las cuidadoras a unirse a la plataforma.
- Tener una tasa de acierto en nuestros procesos de selección del 95%
- Buscar tener presencia en diferentes medios para dar a conocer la plataforma Dedicadas como mínimo una vez cada 4 meses.

Personas: Desde la perspectiva de personas estas serán nuestras siguientes metas y objetivos.

- Tener un nivel de satisfacción del 80% de las cuidadoras con respecto a la plataforma Dedicadas.
- Realizar mínimo 3 actividades cuatrimestrales de integración al año con las cuidadoras afiliadas a la plataforma web.
- Tener un nivel de compromiso organizacional del 75% de las cuidadoras afiliadas a la plataforma web.
- A partir del 2do año diversificar los beneficios a las cuidadoras afiliadas a la plataforma web, ofreciéndoles una propuesta de valor al empleado que incluya beneficios no monetarios como programas de capacitación, descuentos en estudios y diferentes establecimientos y programas de bienestar financiero para diversificar sus fuentes de ingresos.

4. INVESTIGACIÓN / VALIDACIÓN DEL MERCADO

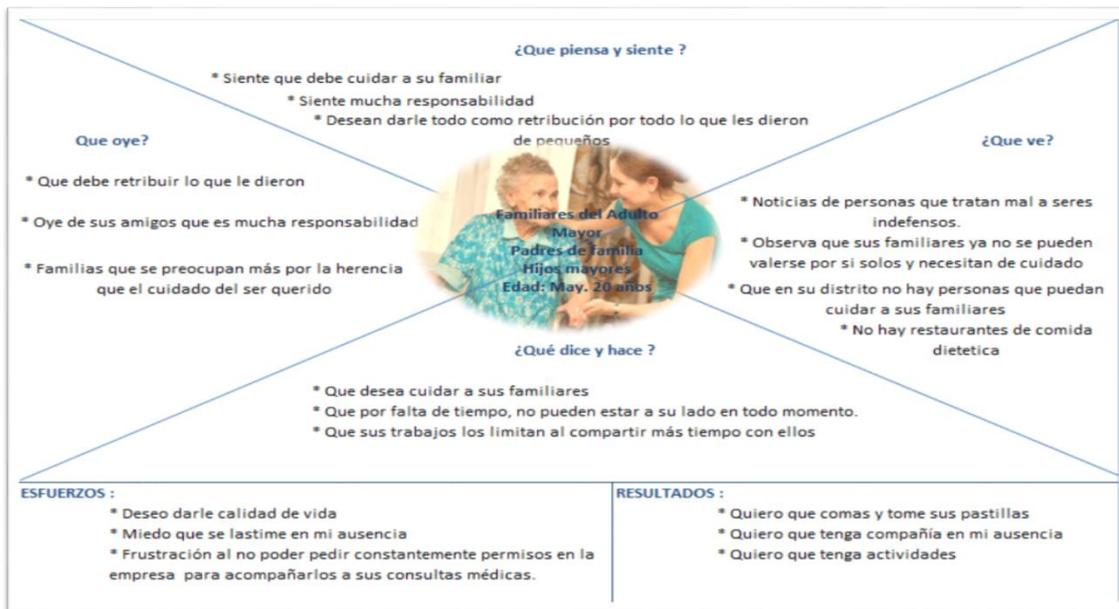


Ilustración 2 Mapa de empatía

Fuente: Elaboración propia

4.1. Diseño metodológico de la investigación / metodología de validación de hipótesis

Hipótesis clave: ¿Quién es tu cliente-problema (más riesgoso)?

El cliente (familiares Adulto Mayor) es consciente de su falta de tiempo, sea por motivos de trabajo y/o estudios (problema). Además, no tiene los conocimientos básicos para poder cuidar y atender de forma eficiente a un adulto mayor.

Supuesto más riesgoso: supuestos de hipótesis cliente – problema

El cliente considera innecesario solicitar el servicio de una cuidadora con conocimientos básicos del adulto mayor a través de la página web, pues es más fácil solicitar ayuda o apoyo a algún familiar o persona cercana con disponibilidad de tiempo.

Criterio mínimo de éxito:

El cliente manifiesta su disposición por solicitar el servicio de cuidadoras como parte de mejorar la calidad y el cuidado del adulto mayor.

El criterio mínimo de éxito establecido como meta a alcanzar es de 20% para verificar la viabilidad de nuestro negocio.

Dentro de las herramientas del método de exploración tenemos la siguiente: entrevista en profundidad.

Entrevistas a profundidad:

Es una técnica cualitativa, es una entrevista personal no estructurada bastante larga y directa. Consiste en que el entrevistador guía la conversación, pero concede espacio al entrevistado para que exprese sus propios puntos de vista. Es una técnica que se basa en realizar preguntas y escuchar respuestas.

El objetivo es poder evaluar: motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos ocultos de manera amplia. El lenguaje debe ser claro, evitar tecnicismos.

Las entrevistas se realizaron tanto a nuestras futuras cuidadoras como a nuestros potenciales clientes.

A continuación, se presenta la aplicación del guion con resumen de cada una de las entrevistas en profundidad.

DEDICADAS		Experimento	1	2
¿Quién es tu cliente? Se lo más específico posible		Cliente	Familiares o personas a cargo de un adulto mayor.	Familiares o personas a cargo de un adulto mayor.
Asilos o casas de reposo.	Familiares o personas a cargo de un adulto mayor.			
¿Cuál es el problema? Descríbelo desde la perspectiva de tu cliente		Problema	Encontrar personas que tengan disposición de darle un buen cuidado a su adulto mayor pero no tienen tiempo.	Encontrar personas que tengan disposición de darle un buen cuidado a su adulto mayor pero no tienen tiempo.
Falta de preparación para el cuidado del adulto mayor.	Encontrar personas que tengan disposición de darle un buen cuidado a su adulto mayor pero no tienen tiempo.			
Define la solución solo luego de haber validado un problema que valga la pena resolver		Solución	Ofrecer un servicio a domicilio que sea de confianza, personal capacitado y especializado para el cuidado del adulto mayor.	
Ofrecer un servicio a domicilio que sea de confianza, personal capacitado y especializado para el cuidado del adulto mayor.	Tener un canal por redes sociales con consejos para el cuidado idóneo de un mayor.		Tener un espacio como guardería para cuidar al adulto mayor.	
Haz una lista de los supuestos que deben ser ciertos para que tu hipótesis sea cierta		Supuesto de mayor riesgo	Brindar un servicio especializado para el cuidado del adulto mayor con confianza, amor y don de servicio	
Poco conocimiento de cuidado.	Apoyo a los trabajadores de empresas y descuento por planilla.		Brindar un servicio especializado para el cuidado del adulto mayor con confianza, amor y don de servicio	
Para elaborar una Hipótesis de Cliente/Problema: Creo que <u>mi cliente</u> tiene un problema para <u>lograr este objetivo</u>	Para elaborar una Hipótesis de Problema/ Solución: Creo que <u>esta solución</u> resultará <u>en este resultado cuantificable</u>	Método y criterio de éxito	Exploración N/D	Método Pitch 20%
Para elaborar supuestos: Para que <u>hipótesis</u> sea cierta <u>supuesto</u> tiene que ser cierto.	Para identificar el Supuesto de Mayor Riesgo: El supuesto sobre el cual tengo menos información y es clave para la viabilidad de mi hipótesis es...	Resultado y Decisión	GET OUT OF BUILDING!	
Determina que método usarás para probar tu supuesto: La forma más económica de probar mi supuesto es...	Determina qué criterio es suficiente para el éxito: Llevaré a cabo el experimento con <u>#clientes</u> y espero una fuerte señal de <u>#clientes</u>	Aprendizaje	Perseverar 9/10	Perseverar 90%
			Brindado a nuestros clientes la satisfacción a sus necesidades con excelencia, calidad, confianza y don de servicio.	-Les parece un alivio -Les inspira confianza -Están dispuestos a contratar el servicio

Figura 12. Experiment board, por elaboración propia 2018

Por otro lado, para sondear el interés de nuestras potenciales cuidadoras se realizó un estudio del utilizando una plataforma de empleos de nombre indeed. Se creó el 16 de agosto del 2018 y se evidencia el incremento día a día de personas interesadas:



Figura 13. Ofertas empleos por 13 a valorar, por elaboración propia 2018

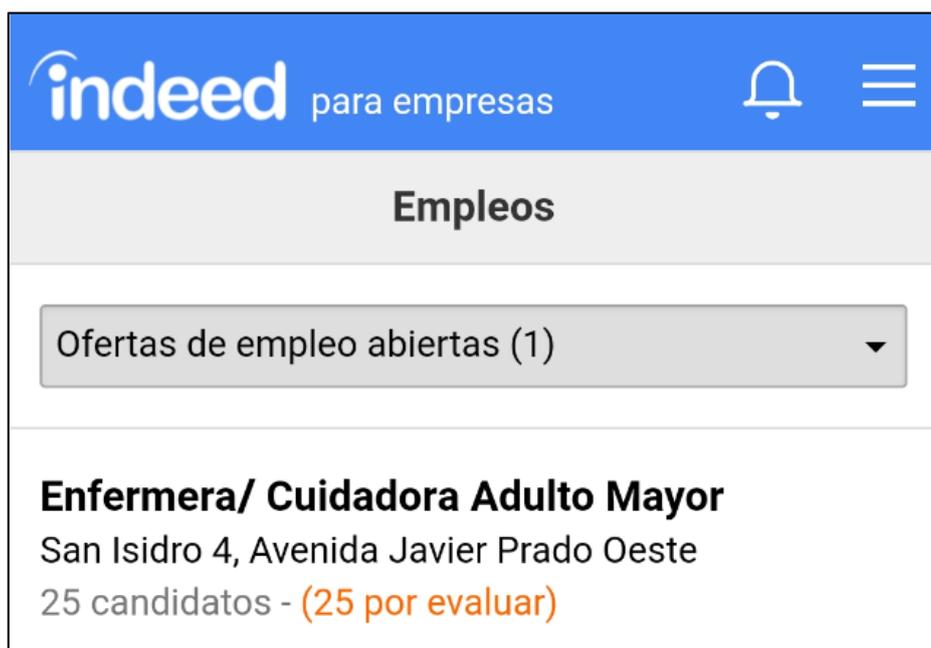


Figura 14. Oferta de empleos por 25 evaluar, por elaboración propia 2018



Figura 15. Oferta de empleo abierta, por elaboración propia

Al día 21 de agosto del 2018 tenemos 97 candidatos:

The screenshot shows the 'Candidatos' (Candidates) page for the job 'Enfermera/ Cuidadora Adulto Mayor'. The page includes a search bar, a 'Publicar un empleo' (Post a job) button, and a table of job statistics. The table has columns for 'Empleo', 'Ubicación', 'Creado', 'Candidatos', 'Visitas', 'Costo', 'Presupuesto', and 'Estado'. The 'Candidatos' column for the job is highlighted with a red box, showing '97 candidatos (96 por evaluar)'. The 'Visitas' column shows '190'. The 'Estado' column shows 'Abierto' (Open).

Empleo	Ubicación	Creado	Candidatos	Visitas	Costo	Presupuesto	Estado
Enfermera/ Cuidadora Adulto Mayor Editar empleo	San Isidro 4, Avenida Javier Prado Oeste	16 ago	97 candidatos (96 por evaluar)	190	Gratis	Patrocinar este empleo para atraer más candidatos	Abierto

Figura 16. 97 candidatos, por elaboración propia 2018

<input type="checkbox"/>	Maribel Landeo Vilcatoma	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Lima, Lima	Enfermera Técnica	Enfermera Técnica. – Cursos de Actualización en, Emergencias ENDOCRINÓLOGOS DIABÉTICOS En Adulto Mayor y Pediátrico en Rebaliaty.	16 ago
<input type="checkbox"/>	Miguel Angel Apolinario Giraldo	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Comas, Lima	Técnico enfermero - Triaje	Técnico	16 ago
<input type="checkbox"/>	Janet Mariela De La Cruz Montenegro	Enviar mensaje	Esperando evaluación	La Perla, Callao	Técnica de enfermería	seguridad	16 ago
<input type="checkbox"/>	Srta.luz y Vida	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Lima, Lima	Egresada de enfermería tecnica		16 ago
<input type="checkbox"/>	Yuri mariili Castillo flores	Enviar mensaje	Esperando evaluación	San Luis, Lima	Cuidado adulto mayor	Estudiante – Fisioterapia y rehabilitación	16 ago
<input type="checkbox"/>	Mileicis de los Angeles Urbano Vásquez	Enviar mensaje	Esperando evaluación	San Juan de Iurigancho	atencion al cliente	Licenciatura en enfermería – enfermería	16 ago

Figura 17. Listado de especialistas, por elaboración propia 2018

<input type="checkbox"/>	Nombre		Estado	Ubicación	Puesto actual o más reciente	Educación	Fecha
<input type="checkbox"/>	Andreina Español	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Lima, Lima	LcdA enfermería	Bachiller en Ciencias – Ciencias	20 ago
<input type="checkbox"/>	Guisseila Vanessa Cruzado Piminchumo	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Lima, Lima	Atención en tópicos de Enfermería		20 ago
<input type="checkbox"/>	Digna Ibañez Nuñez	Enviar mensaje	Esperando evaluación	La Molina, Lima	ventas y atención al cliente	enfermería técnica	20 ago
<input type="checkbox"/>	Betzy Elizabeth Quiñonez Barrueta	Enviar mensaje	Esperando evaluación	Lima, Lima	Licenciada en Enfermería		20 ago
<input type="checkbox"/>	edineg bracho	Enviar mensaje	Esperando evaluación	vivo en san Martín de porres, Distrito Capital	tsu en enfermería	tecnico en enfermería – enfermería	20 ago
<input type="checkbox"/>	Saida Quispe Ramos	Enviar mensaje	Esperando evaluación	San Juan de Miraflores, Lima	Atención al cliente - Ventas	Bachiller de enfermería – Enfermería	20 ago
<input type="checkbox"/>	Iris Maite Ramirez Arias	Enviar mensaje	Esperando evaluación	La Molina, Lima	ayudante de cocina	Tecnico superior contaduría publica – Técnico	20 ago

Figura 18. Listado de especialistas 2, por elaboración propia 2018

4.2. Validación del mercado

Para validar la respuesta del mercado sobre el ingreso del servicio se diseñó un fan page, además de efectuar entrevistas a nuestros potenciales clientes.

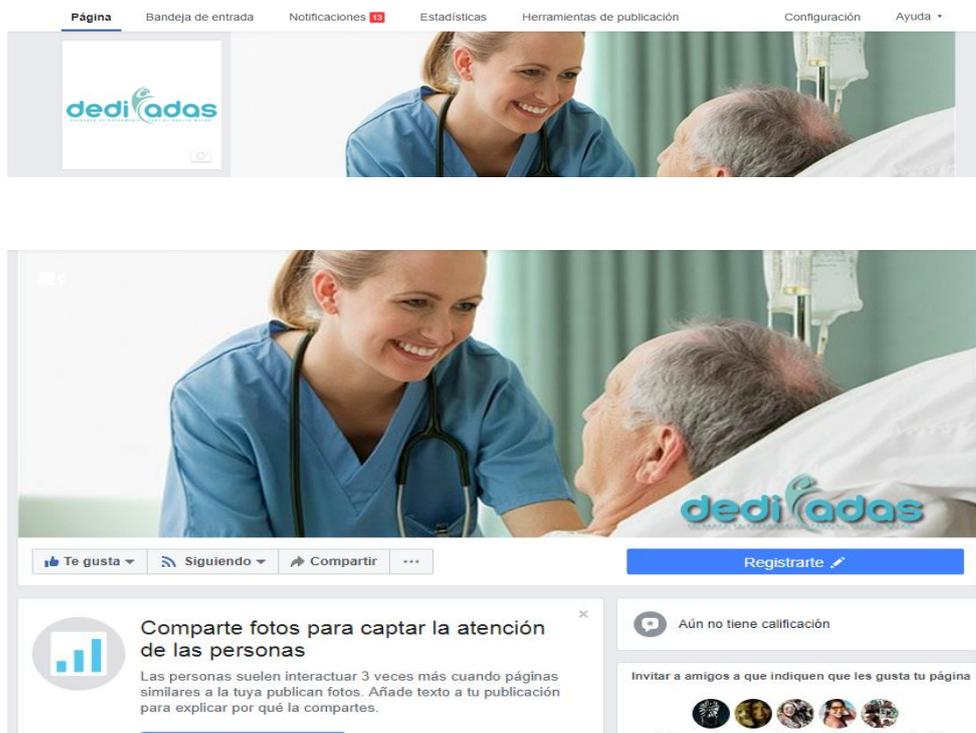


Ilustración 3 Elaboración Propia - Anuncio Facebook

4.3. Informe final: Elaboración de tendencias, patrones y conclusiones

Mediante nuestras entrevistas hemos obtenido el 90% con respuestas positivas, lo que supera nuestro criterio de éxito. Por otro lado, desarrollamos mediante una publicación a través de Facebook nuestra landing page y se verificó que tuvo aceptable acogida.

Se colocó en el landing Page una promoción que anunciaba un porcentaje de descuento por el registro:

Landing Page

<http://dedicadas.pagedemo.co/>



Figura 19. Anuncio por web, por elaboración propia 2018



Figura 20. Anuncio por landing page, por elaboración propia 2018

Regístrate para obtener un 30% de descuento.

 Dedicadas
969758461

Nombre completo

Correo

Teléfono

ENVIAR

Figura 21. Frame del llenado de datos, por elaboración propia 2018

Nos recomiendan

Nos sentimos muy orgullosas de nuestra labor. Somos DEDICADAS.



Video Review

Ha sido una gran bendición poder contar con la ayuda de DEDICADAS. Las enfermeras em cuidan y engríen como si fueran mis hijas.

Sra. Claudia Milano

Figura 22. Comentarios acerca del servicio, por elaboración propia 2018

Resultados:

Name	Conv. Rate / All Time	Conversions	Last 7 Days
dedicadas http://dedicadas.pagedemo.co	50% / 50%	35	[Icons]

Figura 23. Resultado de la ratio de conversión, por elaboración propia 2018

Data Overview

Variation	Conv. Rate	Improvement	Conversions	Visitors	Cost/Lead	Cost/Visitor	Traffic Split
Variation A	3.2%	BASELINE	1	31	0.00	0.00	100%
Total	3.2%	--%	1	31	0.00	0.00	100%

+ Want to improve this page's performance? [MAKE AN A/B TEST](#)

Leads Details	Date	Variation
Nombre completo: Cinthya Valdivia Correo: Cinthya.valpor@gmail.com Teléfono: 983444581	18 AUG 2018 00:06	A
Nombre completo: Arturo O Correo: arturo@plazapoints.com Teléfono: 950153118	17 AUG 2018 09:13	A
Nombre completo: Diana Bazalar Correo: diana.bazalar@dogana.com.pe Teléfono: 998313897	17 AUG 2018 08:29	A
Nombre completo: Jose Carlos Santa Cruz Correo: josec_scb@hotmail.com Teléfono: 960480038	16 AUG 2018 08:37	A
Nombre completo: Jose Carlos Santa Cruz Bazalar		

Figura 24. Listado de especialistas 3, por elaboración propia 2018

Instapage 12 days left on your trial [UPGRADE](#)

Personal Projects: dedicadas Filters: 12 AUG 2018 - 13 AUG 2018 LEADS

Page Overview

Visitors 31 / 71 all time	Conversions 1 / 35 all time	Conv. Rate 3.2% / 49.3% all time	Cost / Visitor & Cost / Lead Connect your Google AdWords account to unlock detailed cost insights
------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	--

Performance: [COUNT] [RATE] [Visitors] [Conversions]

Figura 25. Resultados generales del anuncio, por elaboración propia 2018

5. Plan de Marketing

5.1 Planteamiento y objetivos de marketing

Entre los objetivos de marketing que proponemos tenemos los siguientes:

5.1.1 Objetivos de corto plazo

- Para final del primer año, lograr una tasa de conversión de ventas del 10%.

$$\text{Indicador} = \frac{\text{nro de paquetes vendidos}}{\text{nro de visitas realizadas}} \geq 10\%$$

- Alcanzar para finales del primer año, una penetración de 8% en el mercado.

$$\text{Indicador} = \frac{\text{nro de clientes atendidos}}{\text{tamaño de mercado disponible}} \geq 8\%$$

- Para finales del 2019, alcanzar un nivel de satisfacción de nuestros clientes del 90%

$$\text{Indicador} = \frac{\text{quejas de nuestros clientes}}{\text{tamaño de mercado disponible}} \leq 90\%$$

5.1.2 Objetivos de mediano y largo plazo

- Para final del primer año, lograr una tasa de conversión de ventas del 50%.

$$\text{Indicador} = \frac{\text{nro de paquetes vendidos}}{\text{nro de visitas realizadas}} \geq 50\%$$

- Para el quinto año, lograr una captación del 10% del mercado

$$\text{Indicador} = \frac{\text{nro de clientes atendidos}}{\text{tamaño de mercado disponible}} \geq 10\%$$

- Para finales del 2023, alcanzar un nivel de satisfacción de nuestros clientes del 98%

$$\text{Indicador} = \frac{\text{quejas de nuestros clientes}}{\text{tamaño de mercado disponible}} \leq 98\%$$

- A lo largo de los 5 años, lograr un crecimiento promedio en ventas anuales superiores al 25%

$$\text{Indicador} = \frac{\text{Ventas}_{t+1} - \text{Ventas}_t}{\text{Ventas}_t} \geq 7\%$$

- En el quinto año de operaciones, deberemos posicionarnos dentro de las 3 primeras top of mind del sector de cuidado del adulto mayor. Para medir este resultado se realizarán estudios de mercado independientes.

5.2 Mercado objetivo

5.2.1 Tamaño de mercado actual

Estimamos que, a partir de los 70 años, los adultos mayores requerirán de un cuidado especial debido a su avanzada edad. Por ello nuestro mercado actual, estará compuesto por los adultos mayores, que vivan en los distritos de la zona 7 de Lima y que pertenezcan a los NSE A y B.

Para determinar la población mayor a 65 años para el periodo 2019-2023, tomamos como referencia los datos históricos del INEI de la evolución de la población por rango de edad en los distritos que conforman la zona 7 de Lima.

Tabla

4

Evolución de la población mayor a 70 años por distritos de la zona 7 de Lima.

DISTRITOS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
La Molina	9,179	9,755	10,344	10,957	11,600	12,284	13,002	13,752	14,538	15,371	16,258
Miraflores	12,118	12,369	12,602	12,825	13,042	13,260	13,474	13,681	13,883	14,083	14,285
San Borja	12,623	12,996	13,368	13,744	14,126	14,516	14,907	15,297	15,694	16,105	16,540
San Isidro	8,992	9,136	9,264	9,385	9,500	9,613	9,723	9,825	9,924	10,020	10,116
Santiago de Surco	24,474	25,719	26,977	28,261	29,594	30,988	32,436	33,927	35,469	37,080	38,770
Población >= 80 años	67,386	69,975	72,555	75,172	77,862	80,661	83,542	86,482	89,508	92,659	95,969

Nota: Fuente: INEI 2015

A partir de la información proporcionada mostrada y utilizando la fórmula de regresión lineal estimamos el crecimiento de la población para los próximos 5 años.

$$y = 12,268 + 892.65x$$

Por otro lado, según el Estudio de Niveles Socioeconómicos de APEIM 2017, se determinó que el 34% de las personas pertenecen al NSE A, mientras que el 44.9% pertenece al NSE B.

Tabla

5

Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.

	2,019	2,020	2,021	2,022	2,023
Población >= 60 años	106,664	109,507	112,351	115,195	118,039
% niveles SE - A	34%	34%	34%	34%	34%
# personas NSE - A	36,266	37,233	38,199	39,166	40,133
% niveles SE - B	45%	45%	45%	45%	45%
# personas NSE - B	47,892	49,169	50,446	51,722	52,999
Tamaño del mercado actual	84,158	86,401	88,645	90,889	93,132

Nota: Elaboración propia 2018

5.2.2 Tamaño de mercado disponible

El mercado disponible, será aquel que tenga interés en el servicio de cuidado del adulto mayor, que realicen compras vía internet y que muestren intereses por nuestro servicio, según las evidencias del landing page.

Tabla

6

Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.

Criterios	Población				
	2019	2020	2021	2022	2023
Mercado total	84158	86401	88645	90889	93132
% Usuarios que contratarían el servicio	10%	10%	10%	10%	10%
Número de personas	8416	8640	8865	9089	9313
Compras en línea	57%	57%	57%	57%	57%
Numero de personal	4.797	4.925	5.053	5.181	5.309
Landing Page	50%	50%	50%	50%	50%
Mercado disponible	2.399	2.462	2.526	2.590	2.654
Participación de mercado	8%	8%	9%	9%	10%
Mercado operativo	192	197	227	233	265

Nota: Elaboración propia 2018

5.2.3 Tamaño de mercado operativo (target)

Para el primer año de operaciones establecemos como mercado meta, atender al 8% del mercado disponible, buscando un crecimiento anual 5% en nuestra participación de mercado, en línea a nuestros objetivos de mediano y largo plazo.

Tabla 7

Determinación del tamaño del mercado actual para el periodo 2019-2023.

	2,019	2,020	2,021	2,022	2,023
Tamaño del mercado disponible	2,398	2,462	2,526	2,590	2,654
Participación de mercado	8%	8%	9%	9%	10%
Mercado Operativo (tarjet)	192	207	223	240	258

Nota: Elaboración propia 2018

5.2.4 Potencial de crecimiento de mercado

Sustentamos nuestro potencial en los siguientes factores:

- Apertura de nuestras operaciones a nuevos mercados: Atendiendo los distritos de la zona 6 de Lima, en donde su población del NSE A es de 13.5% y NSE B es de 59.7%.

- Crecimiento de la economía peruana: Siendo las perspectivas de crecimiento de un 4% para los próximos años.
- Ampliar nuestro portafolio de servicios: Brindando servicios de cuidado para personas con discapacidad o servicios de cuidados de niños.

5.3 Estrategias de marketing

5.3.1 Segmentación

5.3.1.1 Segmentación Geográfica

En una primera etapa, nuestro proyecto estará enfocado en la zona 7 de Lima Metropolitana según lo establecido por el APEIM.

Dicha zona comprende los distritos de: Miraflores, La Molina, Santiago de Surco y San Isidro

5.3.1.2 Segmentación Demográfica.

Nuestro servicio, va dirigido a los adultos mayores, varones y mujeres, con ingresos familiares medios altos, y con una cultura de brindar atención y calidad de vida a los adultos mayores.

Dentro de los distritos elegidos, el 78.9% de la población está constituido por los NSE A y B.

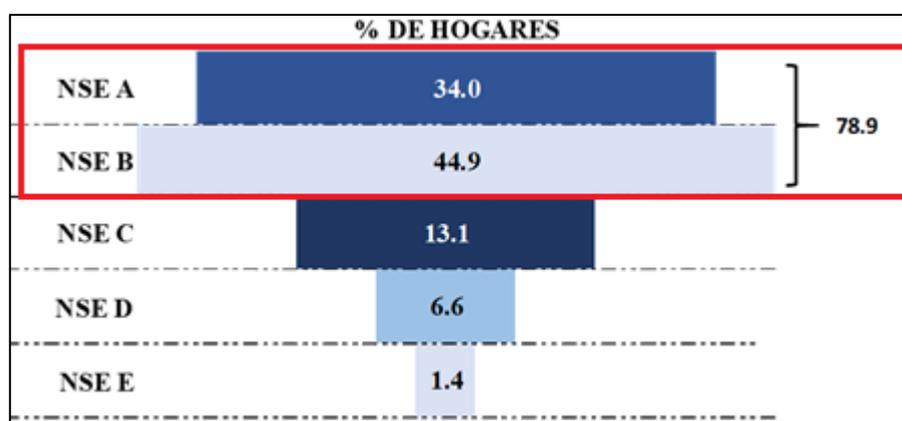


Figura 26 Distribución de NSE en los distritos de la zona 7 de Lima Metropolitana.
Fuente: APEIM

5.3.1.3 Segmentación Pictográfica

Si bien, los usuarios del servicio son adultos mayores, estimamos que la mayoría de los casos, serán los hijos quienes decidirán la contratación de nuestros servicios, debido a que por su acelerado ritmo de vida, tareas profesionales o familiares y de desarrollo personal, no les permitirá brindarle apoyo a sus padres cuando tengan avanzada edad.

En ese sentido, las personas interesadas en contratar nuestros servicios serán:

- Los Sofisticados, hombres y mujeres de ingresos altos, educados e innovadores en el consumo.
- Las Modernas, buscan desarrollo personal y profesional.
- Los Formalistas, dependientes, interesados en la familia. Tradicionales en su consumo.



Figura 27. Estilos de vida. Fuente: Arellano Marketing (2017)

5.3.2 Posicionamiento

Buscamos posicionar a Dedicadas, como un “servicio de calidad y confianza en el adulto mayor”. Para alcanzar nuestro posicionamiento en el corto plazo proponemos las siguientes estrategias:

- Desarrollar una campaña publicitaria integra. Seremos sinceros en nuestra propuesta, prometeremos excelencia en aquellos servicios que podamos ofrecer. Dejaremos en claro, aquellos servicios que no prestaremos, evitando malos entendidos entre nuestros clientes y nuestras cuidadoras.
- Mantener una participación constante en las redes sociales como Facebook e Instagram; también se contará con una página web interactiva, para brindar una mejor comunicación e información sobre el servicio que se brindará y donde el cliente tiene la opción de elegir a la cuidadora la cual aparecerá con su respectiva foto y la información relevante de estas.
- Considerando el crecimiento del mercado y con el fin de explotarlo, se realizará una continua investigación de mercados que lleve a entender mejor las necesidades del consumidor y así poder mejorar los servicios.
- Mostrar testimonios y experiencias de otros clientes que demuestren los beneficios que ofrecemos. También ofreceremos servicios con descuentos especiales e influencers que tengan la responsabilidad sobre sus padres o abuelos, de tal manera que recomienden nuestros servicios.
- Tener integrado un sistema de calificación, la cual el cliente tendrá la oportunidad de valorar el servicio brindado por la cuidadora del 1 a 5.
- Abrir un espacio en la página web para que los clientes puedan dar sus quejas, opiniones o sugerencias.
- Cada vez que pueda surgir un inconveniente tratar de darle una solución de inmediato para que el cliente no se quede con una mala impresión de la empresa.

5.4 Desarrollo y estrategias del marketing mix

5.4.1 Estrategia de producto / servicio

Nuestro servicio se encuentra enfocado en los adultos mayores, de manera especial en aquellos mayores a 70 años que por su avanzada edad necesitan atención y compañía, brindándoles una adecuada calidad de vida.

Dentro de dicho enfoque, nuestra estrategia será la de brindar un servicio diferenciado, asegurando atención de calidad y cimentando valores de confianza y confidencialidad entre nuestros clientes, usuarios del servicio y nuestras cuidadoras.

5.4.2 Diseño de producto / servicio

Nuestro servicio podrá ser contratado de dos maneras:

- Por horas: en jornadas de 8 o 12 horas máximas por cuidadora.
- Por días: en tiempos de 5 o 6 días por cuidadora. En estos casos, la jornada diaria no podrá exceder de las 8 horas diarias.

Dependiendo de las condiciones especiales de nuestros clientes, podrán crearse paquetes a medida (turnos de nocturnos, de 24 horas, etc.) previa coordinación.

Por otro lado, dentro de nuestro modelo de negocio, determinamos cinco factores críticos que nos permitirán diseñar un servicio que brinde calidad a nuestros clientes.

5.4.2.1 Fiabilidad

Nos comprometemos a llevar a cabo nuestro servicio prometido, de manera confiable y precisa. Informaremos a nuestros clientes las labores que nuestras cuidadoras estén capacitadas en cumplir y aquellas que no estén autorizadas a realizar. Nuestro compromiso es brindar un servicio de calidad desde la primera vez, manteniendo a nuestras cuidadoras en constante capacitación y con los conocimientos necesarios para responder a las necesidades de nuestros clientes y usuarios de manera oportuna.

5.4.2.2 Capacidad de respuesta

Debemos mantener informado a los familiares directos, sobre las actividades y ocurrencias vividas en el día a día. Nuestras cuidadoras deberán tener los conocimientos necesarios para sugerir otro tipo de servicio especializado para elevar la calidad de vida

de las personas encargadas a su cuidado, así como estar preparadas para responder ante cualquier inquietud o solicitud del cliente.

5.4.2.3 Seguridad

Realizaremos una exhaustiva selección y contratación de personal, de tal manera que las cuidadoras que nos representen siempre inspiren la confianza de nuestros clientes. Asimismo, se reforzará la capacitación de nuestra cuidadora en actitudes de cortesía y respeto, de tal manera que esto se convierta en el distintivo de nuestro servicio.

Asimismo, nuestro modelo de negocio realizara los cobros de los servicios únicamente vía electrónica, por tanto, garantizaremos a nuestro cliente la seguridad de sus transacciones en nuestra página web.

5.4.2.4 Empatía

Brindaremos un servicio individual y personalizado. Nuestras cuidadoras trataran a nuestros clientes de manera comprensiva, anteponiendo los intereses de estos a cualquier otro factor. Nuestras cuidadoras, tendrán el compromiso de comprender las necesidades de sus clientes, sin embargo, es nuestra misión velar por el bienestar emocional de nuestras cuidadoras, brindándoles soporte y consejería de ser necesario.

5.4.2.5 Elementos tangibles

Como proveedores de servicios, buscamos hacer tangible lo intangible. Para ello, garantizamos la adecuada presentación personal de nuestras cuidadoras, con una apariencia pulcra y profesional. Por otro lado, nuestra plataforma web, principal medio de contacto con nuestros clientes y usuarios, debe ser visualmente agradable, de diseño elegante y contenido profesional.

5.4.3 Estrategia de precios (análisis de costos, precios de mercado)

Nuestro objetivo que persigue nuestra estrategia de precios es la de ser líderes en la relación servicio – calidad. Es decir, que buscamos brindar un servicio de alta calidad percibida a precios apenas suficientemente altos para no quedar fuera del alcance de nuestros clientes.

De esta manera, nuestros precios serán fijados mediante márgenes, a partir de una estimación de los costos totales unitarios. Por tanto, mostramos a continuación un estimado del cálculo de los costos fijos anuales del proyecto:

Tabla 8 Resumen del presupuesto de costos fijos del año 2019. Elaboración propia.

	2019	2020	2021	2022	2023
Plan 8 horas	S/ 487,862.42	S/ 585,434.90	S/ 702,521.88	S/ 843,026.26	S/ 1,011,631.51
Plan 12 horas	S/ 407,581.26	S/ 489,097.51	S/ 586,917.02	S/ 704,300.42	S/ 845,160.50
Plan 5 días	S/ 790,117.54	S/ 948,141.05	S/ 1,137,769.26	S/ 1,365,323.12	S/ 1,638,387.74
Plan 6 días	S/ 489,509.21	S/ 587,411.05	S/ 704,893.26	S/ 845,871.92	S/ 1,015,046.30
Ingreso Total	S/ 2,175,070.43	S/ 2,610,084.52	S/ 3,132,101.42	S/ 3,758,521.71	S/ 4,510,226.05

Nota: Elaboración propia 2018

Por otro lado, contaremos con dos tipos de paquetes de servicios, cada uno de los cuales tendrá un precio diferente, debido al tiempo de contratación. Estimamos la participación de cada tipo de servicio dentro de las ventas del total de ventas del año 2019 y en base a ellos realizamos el prorrateo de los costos fijos.

Tabla

9

Prorrateo de los costos fijos por tipo de servicio.

% de las ventas	Costos en soles:	Total
44.05%	Plan 8 horas	S/ 487,862.42
29.36%	Plan 12 horas	S/ 407,581.26
17.13%	Plan 5 días	S/ 790,117.54
9.46%	Plan 6 días	S/ 489,509.21
100.00%	Ingreso Total	S/ 2,175,070.43

Nota: Elaboración propia 2018

Con el fin de determinar el costo fijo unitario, procedemos a estimar el número de paquetes a venderse de manera anual.

Tabla

10

Detalle de la cantidad de paquetes anuales a vender (2019).

Ventas en Unidades

	2019	2020	2021	2022	2023
Plan 8 horas	6,175	7,411	8,893	10,671	12,805
Plan 12 horas	4,117	4,940	5,928	7,114	8,537

Plan 5 días	2,402	2,882	3,458	4,150	4,980
Plan 6 días	1,327	1,592	1,910	2,292	2,751
Ingreso Total	14,021	16,825	20,190	24,228	29,073

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla

11

Determinación del valor de venta unitario. Elaboración propia.

Tipo de Servicio	Precio por servicio	% Productos	Costo del servicio	% Cuidadora	total soles
Plan 8 horas	S/ 79.00	1.00%	S/ 0.79	79.00%	S/ 62.41
Plan 12 horas	S/ 99.00	1.00%	S/ 0.99	79.00%	S/ 78.21
Plan 5 días	S/ 329.00	1.00%	S/ 3.29	79.00%	S/ 259.91
Plan 6 días	S/ 369.00	1.00%	S/ 3.69	79.00%	S/ 291.51

Servicio:	Precio por servicio				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Plan 8 horas	S/ 79.00	S/ 80.98	S/ 83.00	S/ 85.07	S/ 87.20
Plan 12 horas	S/ 99.00	S/ 101.48	S/ 104.01	S/ 106.61	S/ 109.28
Plan 5 días	S/ 329.00	S/ 337.23	S/ 345.66	S/ 354.30	S/ 363.15
Plan 6 días	S/ 369.00	S/ 378.23	S/ 387.68	S/ 397.37	S/ 407.31

Nota: Elaboración propia 2018

5.4.4 Estrategia comunicacional

Nuestra estrategia comunicacional será la de marketing directo, buscando llevar de manera individual a nuestros clientes potenciales, nuestra propuesta de valor, buscando en todo momento lograr posicionar nuestro servicio y marca Dedicadas como la empresa líder del rubro.

Entre las principales actividades que emprenderemos de nuestra estrategia tenemos:

Publicidad

Buscando un mejor aprovechamiento del presupuesto de marketing, nuestra publicidad se centrará en las plataformas online, intentando alcanzar el mayor número de visualizaciones. Entre este tipo de campañas publicitarias tenemos:

- Publicidad en buscadores, a través de Google AdWords y el motor de búsqueda GOOGLE buscamos posicionar nuestro servicio en la red, logrando exhibir a Dedicadas dentro de los primeros resultados de búsqueda cuando se trate de cuidados del adulto mayor.
- Publicidad en redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram o YouTube. Con una adecuada segmentación de nuestros clientes (decisores de compra) y/o usuarios se podrá alcanzar una publicidad masiva y de bajo costo.
- Banners desplegados en páginas web que se vinculen a la salud, bienestar y cuidado del adulto mayor.

5.4.2.2 Promoción de ventas

En el corto plazo, se podrían realizar promociones para formar relaciones de largo plazo, como el obsequio de un día adicional de atención.

5.4.2.3 Ventas personales

Es la presentación personal de nuestros servicios a través del patrocinio de eventos en cuidado de la salud o bienestar o promoción directa en clínicas que nos permita ser conocidos por nuestros clientes.

5.4.5 Estrategia de distribución

Nuestro servicio será distribuido a través de una página web, elegante, amigable y que garantice la seguridad de la información y transacciones electrónicas de nuestros clientes. Además, el cliente podrá encontrar información de interés sobre el cuidado del adulto mayor, así como productos o servicios relacionados.

La plataforma, también sirve como medio de contacto entre el cliente y nuestra empresa, pudiéndonos hacer llegar sus opiniones y aspectos de mejora.

5.5 Plan de ventas y proyección de demanda

Con la información planteada en los puntos anteriores, se procede a presentar el presupuesto de ventas para los próximos 5 años, considerando los dos tipos de paquetes que tendrá nuestro proyecto. Dicho presupuesto no está considerando el impacto del IGV,

ni tampoco ingresos adicionales que podría tener la empresa por paquetes hechos a medida de clientes especiales.

Tabla

12

Presupuesto de ventas periodo 2019-2013

	2019	2020	2021	2022	2023
Plan 8 horas	S/ 609,828.02	S/ 731,793.63	S/ 878,152.35	S/ 1,053,782.82	S/ 1,264,539.39
Plan 12 horas	S/ 509,476.58	S/ 611,371.89	S/ 733,646.27	S/ 880,375.52	S/ 1,056,450.63
Plan 5 días	S/ 987,646.93	S/ 1,185,176.32	S/ 1,422,211.58	S/ 1,706,653.90	S/ 2,047,984.68
Plan 6 días	S/ 611,886.51	S/ 734,263.82	S/ 881,116.58	S/ 1,057,339.90	S/ 1,268,807.87
Ingreso Total	S/ 2,718,838.04	S/ 3,262,605.65	S/ 3,915,126.78	S/ 4,698,152.14	S/ 5,637,782.56

Nota: Elaboración propia 2018

5.6 Presupuesto de marketing

En línea a nuestra estrategia de comunicación, plateamos nuestro presupuesto de gastos de marketing. Dicho presupuesto tiene un incremento anual del 5% el cual nos permitirá incrementar nuestras ventas y posición de mercado.

Tabla

13

Presupuesto de marketing periodo 2019-2023

	Total
Branding de la Marca	3,600
Gastos de Mantenimiento en	3,600
Inversión en Redes Sociales	2,400
SEO – Posicionamiento Web	1,200
Activaciones en Clínicas	6,000
Activaciones en Eventos	6,000
Merchandising	2,400
	-
Ingreso Total	25,200

Nota: Elaboración propia 2018

6. PLAN DE OPERACIONES

6.1 Políticas operacionales

Dedicadas nace con la idea de ayudar a nuestros clientes que necesiten de nuestro servicio en el cuidado de un adulto mayor.

- **Política de privacidad y protección de datos:**

Esta política de protección de datos personales tiene por objeto dar a conocer el modo en que obtenemos, tratamos y protegemos los datos personales que faciliten o recojamos a través de nuestro sitio web www.dedicadas.skn1.com (el “Sitio Web”) por medio de formularios y/o cookies para que puedan decidir libre y voluntariamente si desean que los tratemos o no.

¿Dedicadas te enviará comunicaciones comerciales?

A través de los formularios de obtención de datos DEDICADAS podría recopilar tu consentimiento para ponerse en contacto contigo por correo electrónico, SMS o cualquier otro medio de comunicación electrónica semejante, para enviarte comunicaciones comerciales sobre sus propios productos y/o de terceros identificados en el formulario.

¿Con qué finalidad tratamos los datos personales del cliente?

- Atender las solicitudes o peticiones que realice el cliente a través de los canales de atención disponibles sobre nuestra plataforma, redes sociales u oficina.
- Gestionar los Currículos Vitae remitidos a través del Portal (Cliente interno).
- Comunicaciones electrónicas de naturaleza informativa o publicitaria de nuestros servicios de acuerdo con sus intereses.

Datos personales que registra DEDICADAS:

- Nombre completo
- DNI, carné de extranjería o pasaporte

- Dirección
- Teléfono móvil y/o fijo
- Edad
- Fecha y lugar de nacimiento
- Correo electrónico
- Fecha que se registró en DEDICADAS
- Fecha y datos del servicio reservado
- Datos del formulario
- Calificaciones, comentarios, sugerencias y opiniones de nuestros clientes y/o usuarios.

¿Por cuánto tiempo conservaremos los datos personales del cliente?

Con carácter general, los datos personales proporcionados se conservarán durante el tiempo necesario para atender la solicitud del cliente o mientras no se solicite la cancelación por el cliente.

- **Política de cancelación de servicio**

La solicitud para la cancelación de la reserva del servicio por parte de los clientes deberá ser comunicada a través de nuestro contact center o vía correo electrónico, solo será recibida hasta 12 horas antes de la fecha programada, caso contrario, no se ofrece la posibilidad de cancelación de servicio.

La solicitud será procesada y se verificará si cumple con las políticas requeridas.

Una vez contratado el servicio y definidas las reservas de las fechas y la elección de nuestra cuidadora, estos no podrán sufrir modificación, sin antes notificarlo por escrito mínimo 8 horas antes de su servicio vía correo electrónico a contacto@dedicadas.net con los datos del servicio elegido y las modificaciones que desean realizar para evaluar disponibilidad.

No se aceptará cancelación ni reprogramación con menos de 4 horas de anticipación.

El cliente podrá cancelar el servicio cuando quién vaya a prestar el servicio no sea una cuidadora registrada e identificada como parte de la empresa **DEDICADAS**.

- **Política de reembolso y devoluciones**

La solicitud de reembolso y devolución será ejecutada siempre y cuando se haya cumplido con las políticas de cancelación de servicio. El reembolso está sujeto al cumplimiento de las condiciones indicadas y a la aceptación del pedido por parte de nuestra central de atención. La solicitud de reembolso debe ser enviada por el solicitante al correo de contacto web. Ésta será evaluada, puesto que se tiene que determinar los gastos administrativos que se pudieron generar por la transacción.

La anulación no aplica a las comisiones aplicadas por su banco al momento de hacer la transacción, sea este el caso deberá coordinarse directamente con la entidad financiera.

La persona quien programó el servicio es el único autorizado de solicitar y recibir el reembolso. El tiempo de la devolución será entre 7 y 20 días hábiles.

En caso el servicio del cuidado del adulto mayor no se realice, el cliente deberá avisar de manera inmediata a Dedicadas. Si se confirma que efectivamente no se llevó a cabo, se evaluará la posibilidad del reembolso por el monto pagado. Dicha evaluación se llevará a cabo a criterio de **DEDICADAS** según cada caso.

El cliente y/o usuario reconoce una tolerancia máxima de 15 minutos de retraso de la cuidadora. En caso de que sea mayor a 15 minutos la demora, tenemos dos medidas a elección del cliente / usuario:

- Que la cuidadora se quede a compensar el tiempo de retraso, siempre y cuando la cuidadora acepte.
- Que la cuidadora se retire a la hora de fin pactada y se reembolse de manera parcial según la proporción a la duración de los minutos de retraso.

- **Política de cobro**

Los servicios de atención a domicilio de **DEDICADAS** se pagan por adelantado a través de nuestra plataforma web con la ayuda de la pasarela de pagos CULQI (transacciones en Visa, MasterCard y American Express).

- **Política de promociones y descuentos**

DEDICADAS podrá restringir el uso de las promociones y descuentos cuando el cliente realice un mal uso de las mismas. Las promociones y los descuentos estarán publicados en la página web de Dedicadas y en sus redes sociales.

- **Política de inicio del servicio prestado**

Debe tener un cuidador principal o responsable el adulto mayor y se le debe brindar a DEDICADAS todos los materiales e información que el contratante considere necesario para los cuidados del paciente en casa.

- **Política de seguridad de información**

Según Indecopi, lo principales principios de la seguridad de la información son:

“a) Su confidencialidad, asegurando que sólo quienes estén autorizados pueden acceder a la información.

b) Su integridad, asegurando que la información y sus métodos de proceso son exactos y completos.

c) Su disponibilidad, asegurando que los usuarios autorizados tienen acceso a la información y a sus activos asociados cuando lo requieran.

La seguridad de la información se consigue implantando un conjunto adecuado de controles, tales como políticas, prácticas, procedimientos, estructuras organizativas y funciones de software. Estos controles han sido establecidos para asegurar que se cumplen los objetivos específicos de seguridad de la empresa.”

Es política de Dedicadas:

- Se establezcan anualmente objetivos con relación a la seguridad de la Información.

-Se brinde concientización y entrenamiento en materia de seguridad de la información a todo el personal.

-Todo empleado es responsable de registrar y reportar las violaciones a la seguridad, confirmadas o sospechadas.

-Todo empleado es responsable de preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los activos de información en cumplimiento de la presente política

y de las políticas y procedimientos inherentes al Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información.

-El encargado del área de Operaciones será quien supervise el cumplimiento, mantenimiento e implementación de la política de Seguridad de la Información así como también investigar toda violación reportada por el personal.

- **Política de cobertura del servicio**

El servicio en su primera etapa se brindará en la zona 7 de Lima Metropolitana:

- San Isidro
- Miraflores
- Surco
- La Molina
- San Borja

Los distritos que no se encuentran dentro de la cobertura también podrán ser evaluados para requerir nuestro servicio, es preciso realizar la consulta previa.

No se atienden zonas consideradas peligrosas.

6.2 Diseño de Instalaciones

6.2.1 Localización de las instalaciones

El modelo de negocio que tenemos está enfocado en atender a personas naturales y nuestros canales de atención para el contacto o constante monitoreo con nuestros clientes será desde nuestra página web y/o redes sociales. Como parte de nuestra estrategia no estamos considerando tener un espacio fijo, pero si consideramos contar con un lugar donde podamos reunirnos como socios una vez a la semana y poder mantenernos al tanto respecto al avance de nuestra negocio, un espacio que nos permita atender a nuestros potenciales clientes en caso soliciten conocernos. Por lo tanto, no solo vamos a mantenernos conectados desde nuestras computadoras sino también alquilar una sala de reuniones en una oficina Coworking ubicada en instalaciones dentro de COMUNAL.



Figura 28. Diseño interior de oficina comunal. Fuente: comunalcoworking.com 2018

En la imagen incorporada podemos apreciar el área de la recepción de Comunal, es una imagen referencial y este servicio de atención de llegada se encuentra disponible las 24 horas y 7 días de la semana para todos los que formen parte de esta comunidad.

Esto nos permitirá ajustar costos ya que es más asequible que el alquiler de una oficina donde debemos contemplar gastos por implementación, administración y servicios. Además, podremos trabajar de forma dinámica respecto a la flexibilidad de horario.

El local que nosotros vamos a alquilar está ubicado en Magdalena del Mar, la dirección exacta es la siguiente: “Comunal Alberto del Campo”, Av. Alberto del Campo 411. Este es un espacio más céntrico para todos los miembros del negocio, sin embargo, ser parte de un Coworking nos da la opción de poder elegir cualquiera de los locales con los que ellos cuentan, es importante mencionar que esto puede variar de acuerdo a nuestro requerimiento y disponibilidad.

UBICACIÓN

Av. Alberto Del Campo 411, piso 10, Magdalena

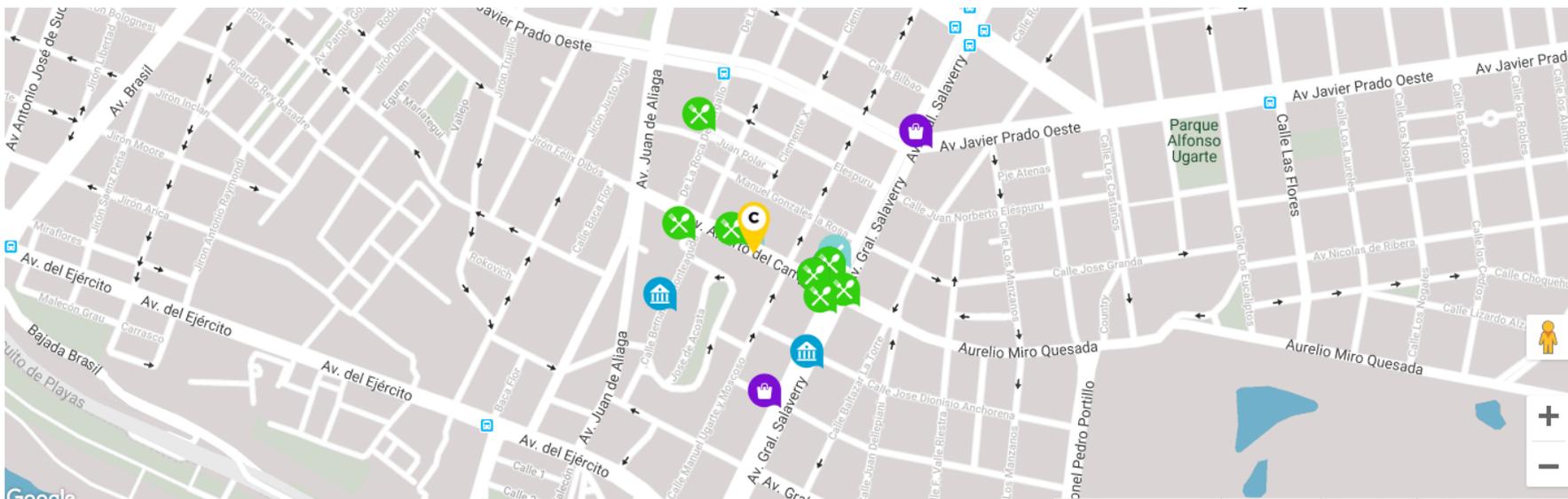


Figura 29. Ubicación geográfica de oficina comunal. Fuente: comunalcoworking.com

En la parte superior tenemos una imagen donde podemos ubicar la oficina de COMUNAL en el distrito de Magdalena, podemos observar calles principales para una mejor localización.

COMUNAL cuenta con 11 locales en Lima, algunos se encuentran en plena implementación y listos para apertura, entre ellos el que hemos elegido del distrito de Magdalena.

BARRANCO

[1] Comunal Colina, Jr. Colina 107

[2] Comunal Grau, Av. Grau 629

MIRAFLORES

[3] Comunal Benavides, Av. Alfredo Benavides 1180, Piso 6

[4] Comunal Leuro, Av. Alfredo Benavides 821, Piso 11 (Pronto)

[5] Comunal Recavarren, C. General Recavarren 111, Piso 7

[6] Comunal Pardo, Av. José Pardo 434, Piso 16 (Pronto)

SAN ISIDRO

[7] Comunal Cavenecia, Av. Emilio Cavenecia 19 (Pronto)

[8] Comunal Orquídeas, C. Las Orquídeas 444, Piso 7

[9] Comunal Plaza del Sol, Calle Las Begonias 441 (Pronto)

MAGDALENA DEL MAR

[10] Comunal Alberto del Campo, Av. Alberto del Campo 411 (Pronto)

SURCO

[11] Comunal Olguín, Calle Manuel Olguín No 327 (Pronto)

La propuesta es alquilar una sala de reuniones una vez a la semana, en resumen cuatro veces por mes para armar nuestros planes de trabajo. El alquiler va desde los \$15.00 + IGV, por hora, estaríamos haciendo uso de una a dos horas como máximo.

6.2.2 Capacidad de las instalaciones

COMUNAL entre sus instalaciones ofrece sala de reuniones con diferentes capacidades, desde 4 posiciones hasta espacios amplios de 15 personas, en nuestro caso, la solicitud se haría por el mínimo de 4 personas.

¿Qué nos ofrece junto con el servicio de alquiler?

Los productos que ellos proporcionen incluyen los siguientes servicios, recepción y office manager las 24 horas del día y los 7 días de la semana, internet fibra óptica, limpieza constante, impresiones, cafetería, áreas comunes, lockers, soporte IT y mucha seguridad dentro de las instalaciones.

Flex

- Trabajo en zona flex de tu local
- Acceso a áreas comunes de cualquier otro Comunal
- Acceso 24/5 (Lunes a Viernes)
- Internet de Fibra Óptica
- Impresiones/fotocopias/escaneos (50 hojas en BN y 10 a color al mes)
- Café/agua/infusiones/cervezas gratis
- 2 horas de salas de reunión incluidas
- -20% de descuento en salas de reunión

Figura 30. Propuesta de Inversión. Fuente: comunalcoworking.com 2018

En la imagen incorporada podemos observar ejemplos de salas de reuniones, estas varían de acuerdo a la capacidad a solicitar, la más pequeña es de 4 personas, es la misma que nosotros estaríamos alquilando, como podemos observar, son espacios cerrados, modernos, dinámicos, cuentan con todo el mobiliario y comodidades para un trabajo adecuado y ejecutivo.

6.2.3 Distribución de las instalaciones

Hemos tomando un extracto de uno de los espacios que ofrece COMUNAL, donde podemos ubicar una sala de reuniones con capacidad para cuatro personas. Alrededor encontramos posiciones libres y espacios comunes que pueden ser utilizados por todos los miembros de este Coworking.

PLANO DE DISTRIBUCIÓN: SALA CAPACIDAD 4 PERSONAS Y ÁREAS
COMUNES

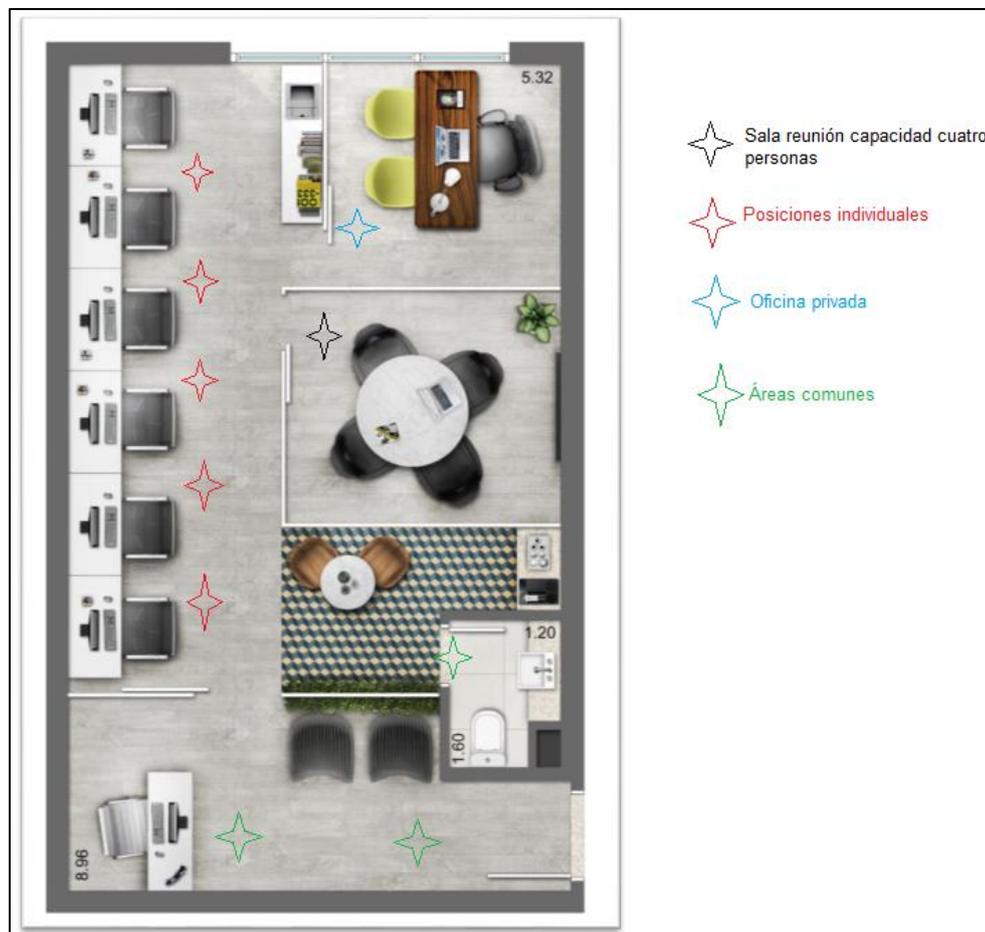


Figura 31. Plano de distribución: Sala capacidad 4 personas y áreas comunes. Fuente: comunalcoworking.com 2018

En esta imagen podemos apreciar la distribución de una zona dentro de COMUNAL, hay áreas comunes que se comparten con los demás locatarios, también vemos los espacios fijos o posiciones fijas individuales, observamos una oficina privada y una sala de reuniones, que sería ideal para “Dedicadas”.

6.3 Especificaciones técnicas del producto / servicio

La plataforma web será especialmente diseñada para reservar el servicio de una cuidadora para la atención de un adulto mayor que necesite de compañía, colocación de inyectables, ayuda en su aseo e higiene personal, cambio de pañales, supervisión constante previniendo daños como caídas, etc. Para la toma del servicio se realiza el pago de manera sencilla y rápida, brindando confianza a los clientes para ello usamos el certificado SSL que consiste en generar un canal cifrado y particular para las comunicaciones vía internet entre un navegador y un servidor web con ello evitamos el robo de identidad, toda la información de la web es comprobable con fotografías, comentarios, dirección de correo electrónico; mostramos que somos una organización real detrás de la página web, poner fotos y pequeñas descripciones de las cuidadoras que trabajan con nosotros, actualizamos frecuentemente el contenido de nuestro sitio, asimismo invitamos a que nos sigan en redes sociales.

El cliente accede a la página web de DEDICADAS en donde puede ver qué servicios brindamos y que servicios no brindamos, entre otros.

Podrán escoger que opción les interesa haciéndole click en cualquiera de nuestros paquetes: 8 horas, 12 horas, 5 días y 6 días.



Figura 32 Paquetes de precios, por elaboración propia 2018

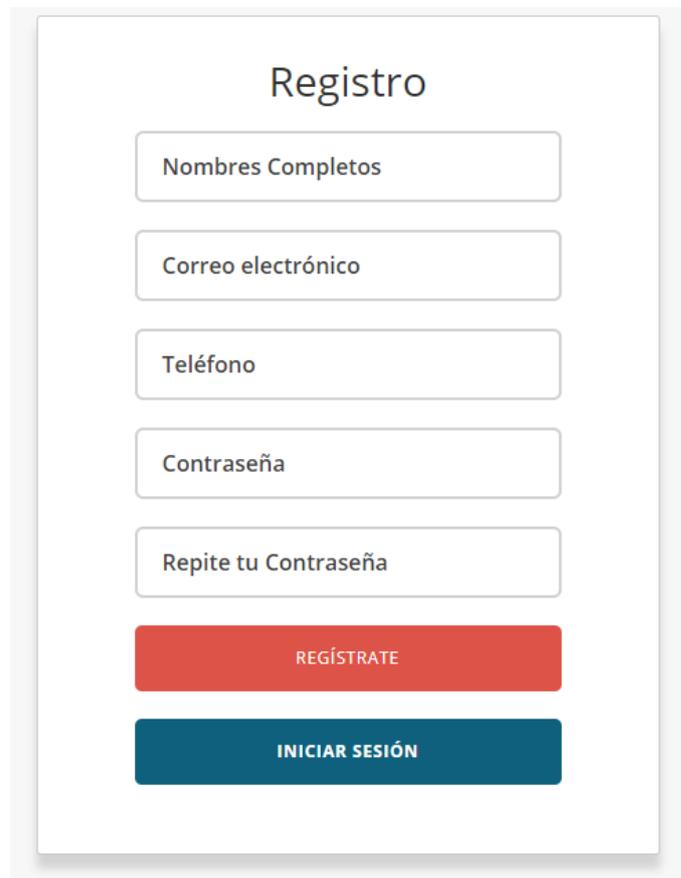
Al darle click al paquete que desea, aparecerá una ventana para iniciar sesión o registrarte.



The image shows a login form titled "Iniciar sesión". It features two input fields: "Correo electrónico" and "Contraseña". Below these fields is a dark blue button labeled "INICIAR SESIÓN". Underneath the button is the word "ó" and a red button labeled "REGÍSTRATE". The form is centered on a light gray background.

Figura 33. Iniciar sesión, por elaboración propia 2018

Proceso para un cliente nuevo. El cliente dará click en el botón INICIAR SESIÓN.



The image shows a registration form titled "Registro". It features five input fields: "Nombres Completos", "Correo electrónico", "Teléfono", "Contraseña", and "Repite tu Contraseña". Below these fields are two buttons: a red button labeled "REGÍSTRATE" and a dark blue button labeled "INICIAR SESIÓN". The form is centered on a light gray background.

Figura 34. Inicio de sesión, por elaboración propia 2018

El cliente ingresa sus datos como nombres completos, correo electrónico, teléfono, contraseña y repite tu contraseña y en seguida aparecerá un mensaje donde indica que el usuario se ha registrado de manera correcta.



Registro

El usuario se ha registrado correctamente.

Nombres Completos

Correo electrónico

Teléfono

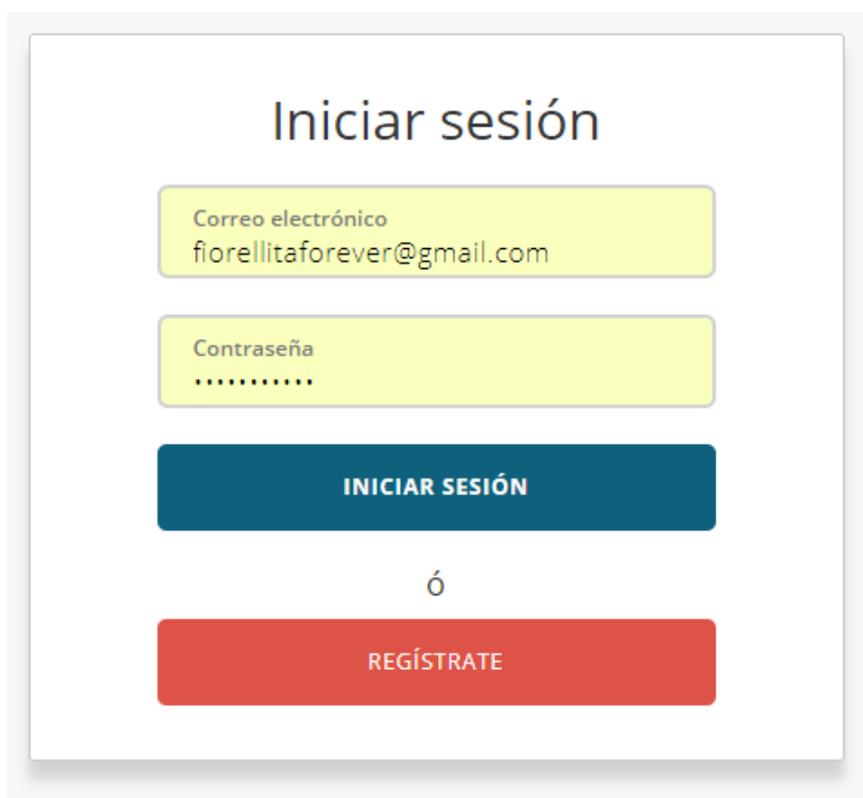
Contraseña

Repite tu Contraseña

INICIAR SESIÓN

Figura 35. Registro, por elaboración propia 2018

Seguido aparecerá un cuadro para iniciar la sesión, se colocará correo electrónico y la contraseña. Dar click en el botón iniciar sesión.



El formulario de inicio de sesión tiene un título "Iniciar sesión" en el centro. Debajo del título hay dos campos de entrada de texto con fondo amarillo claro: el primero está etiquetado "Correo electrónico" y contiene el texto "fiorellitaforever@gmail.com"; el segundo está etiquetado "Contraseña" y muestra una serie de puntos para ocultar el texto. Debajo de estos campos hay un botón rectangular de color azul oscuro con el texto "INICIAR SESIÓN" en blanco. En el centro, debajo del botón, hay un símbolo "ó" que indica una alternativa. Finalmente, hay un botón rectangular de color rojo con el texto "REGÍSTRATE" en blanco.

Figura 36. Iniciar sesión, por elaboración propia 2018

Se ingresa a la plataforma virtual de Dedicadas. Al ingresar podrán visualizar los cuatro paquetes, las cuidadoras, todo tipo de información.

Se dará click al paquete que desean contratar en la palabra RESERVAR y se abrirá una nueva ventana con el siguiente mensaje:

¡Haz tu Reserva Ahora!



Figura 37. Dedicados, haz tu reserva, por elaboración propia 2018

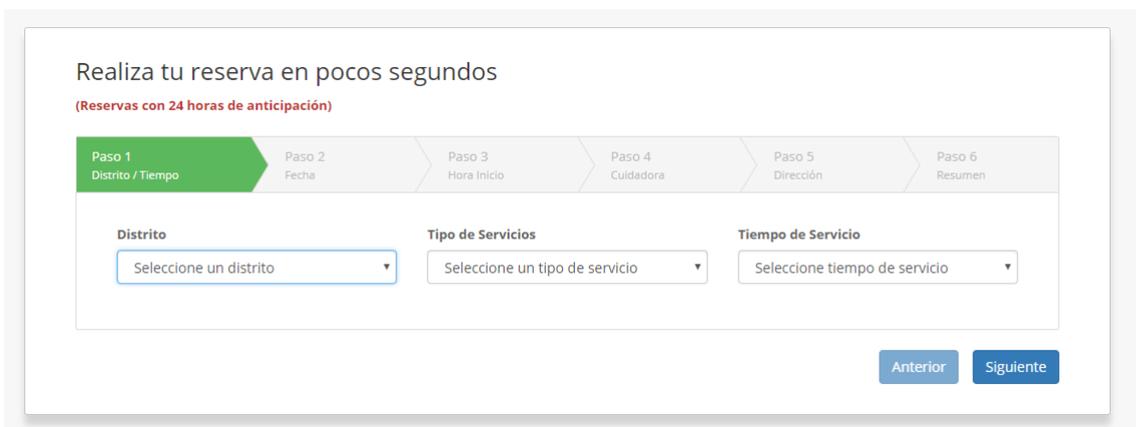


Figura 38. Reserva, por elaboración propia 2018

Se escoge el distrito, el tipo de servicio y el tiempo de servicio. A modo de ejemplo, seleccionamos distrito Surco, por día y 8 horas a contratar.



Figura 39. Realiza reservas, por elaboración propia 2018

Se le da click en SIGUIENTE y aparecerá el calendario con las fechas disponibles.

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)

Diciembre 2018							Enero 2019						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
25	26	27	28	29	30	31	30	31	1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31	1	2
30	31	1	2	3	4	5							

Figura 40. Reservas, por elaboración propia 2018

Se selecciona la fecha en el calendario y ésta se va a sombrear de color azul.

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)

Diciembre 2018							Enero 2019						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
25	26	27	28	29	30	31	30	31	1	2	3	4	5
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31	1	2
30	31	1	2	3	4	5							

Figura 41. Reservas, por elaboración propia 2018

Se le da click en el botón SIGUIENTE y se muestra una ventana con el precio a pagar y el horario a elegir.

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)

Paso 1 Distrito / Tiempo

Paso 2 Fecha

Paso 3 Hora Inicio

Paso 4 Cuidadora

Paso 5 Dirección

Paso 6 Resumen

S/ 79.00

Hora de inicio

6:00 am

Anterior Siguiete

Figura 42. Paso 3, por elaboración propia 2018

Se le da click en SIGUIENTE y aparecerá la lista de cuidadoras a elegir. Cada cuidadora aparece con su nombre y apellido.

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)

Paso 1 Distrito / Tiempo

Paso 2 Fecha

Paso 3 Hora Inicio

Paso 4 Cuidadora

Paso 5 Dirección

Paso 6 Resumen

MARIA PAZ ROJAS

MILAGROS ESPINOZA

JUANA HUAMAN

ELENA LOPEZ

Figura 43. Lista de cuidadoras, por elaboración propia 2018.

A modo de ejemplo, se selecciona a la cuidadora Juana Huamán. El cliente si desea puede visualizar el perfil de la cuidadora.

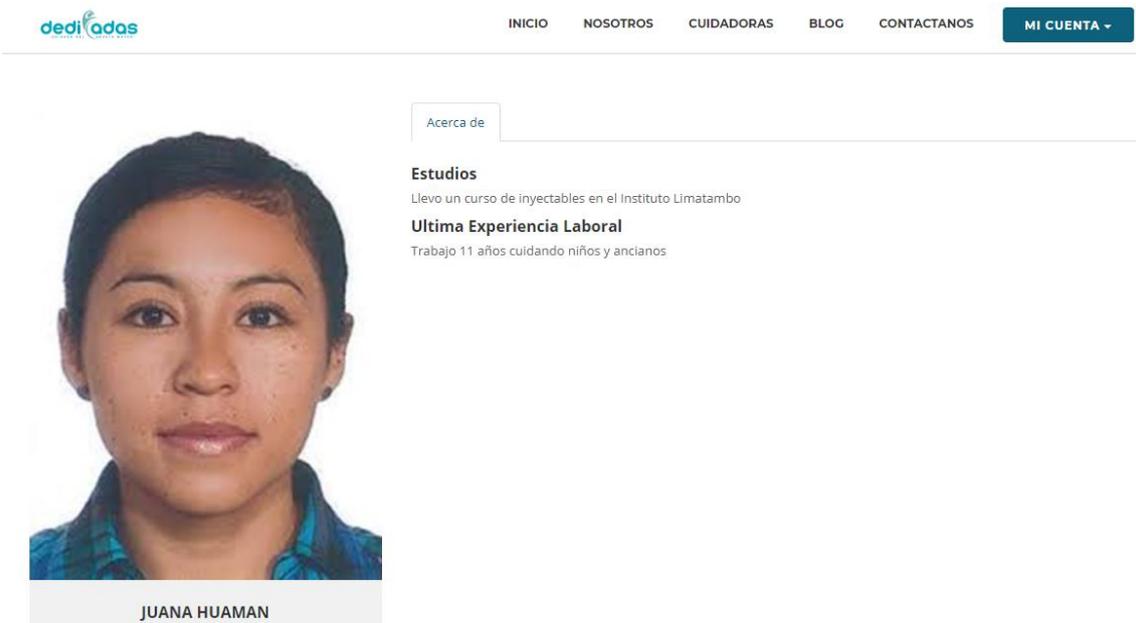


Figura 44. Perfil de cuidador, por elaboración propia 2018.

Se da click en el botón SIGUIENTE y aparecerá una nueva ventana.

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)

Figura 45. Paso 5 ingreso de dirección, por elaboración propia 2018.

Se ingresa la dirección exacta, las referencias, la persona de contacto y el celular de contacto y se le da click al botón SIGUIENTE y en seguida aparecerá el resumen de la reserva.

Paso 1 Distrito / Tiempo Paso 2 Fecha Paso 3 Hora Inicio Paso 4 Cuidadora Paso 5 Dirección Paso 6 Resúmen

Resúmen

Revisa la información antes de proceder:

Característica	Valor
Distrito	Surco
Tipo de Servicio	Por Día
Tiempo de Servicio	08 Horas -- S/ 79.00
Fecha servicio	18/12/2018
Cuidadora	JUANA HUAMAN
Dirección	Av. Jose Galvez 1600
Referencia	alt de la cdra 8 de caminos del inca
Persona de Contacto	Pilar Sarmiento
Celular de Contacto	993860999
Costo Servicio	S/ 79.00

[Anterior](#) [Realizar Pago](#)

Figura 46. Resúmen de transacción, por elaboración propia 2018.

El cliente en el resúmen podrá revisar toda la información de su servicio a contratar. Dar click en el botón rojo REALIZAR PAGO. Aparecerá una ventana para colocar los datos de la tarjeta de débito y/o crédito.

The image shows a mobile payment interface for 'Dedicadas SAC'. At the top left is a logo with a dollar sign inside a blue and green square. To its right is the text 'Dedicadas SAC' and 'undefined'. Below this is a form with several input fields: 'Número de tarjeta' (card number), 'MM / AA' (expiration date), 'CV' (CVV), 'Seleccionar Cuotas' (select installments), and 'Correo electrónico' (email address). At the bottom is a large grey button labeled 'Pagar S/ 79.00'.

Figura 47. Ingreso datos TC, por elaboración propia 2018.

This image shows the same payment interface as Figure 47, but with data entered into the fields. The card number is '4111 1111 1111 1111' with a 'VISA' logo to its right. The expiration date is '09 / 2020' and the CVV is '123'. The number of installments is set to '5 cuotas' and the email address is 'fiorellitaforever@gmail.com'. The 'Pagar S/ 79.00' button remains at the bottom.

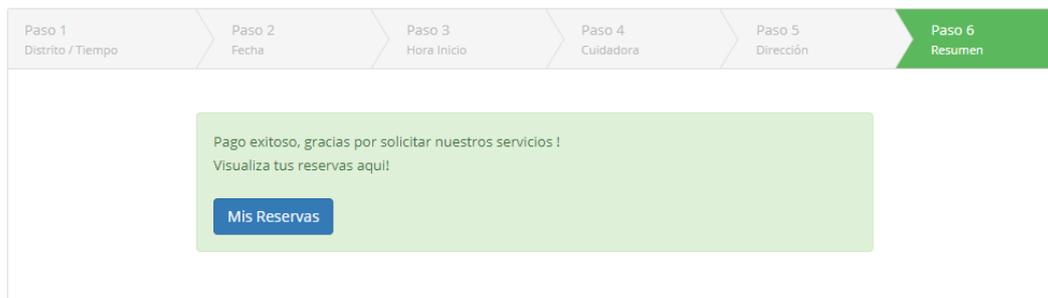
Figura 48. Monto por pagar, por elaboración propia 2018.

Dar click en la opción Pagar y la plataforma virtual procesará el pago y si es exitoso saldrá un mensaje donde dice:

Pago exitoso, ¡gracias por solicitar nuestros servicios!

Realiza tu reserva en pocos segundos

(Reservas con 24 horas de anticipación)



The image shows a reservation process flowchart with six steps: Paso 1 (Distrito / Tiempo), Paso 2 (Fecha), Paso 3 (Hora Inicio), Paso 4 (Cuidadora), Paso 5 (Dirección), and Paso 6 (Resumen). Paso 6 is highlighted in green. Below the flowchart is a green box containing the text: "Pago exitoso, gracias por solicitar nuestros servicios !
Visualiza tus reservas aquí!" and a blue button labeled "Mis Reservas".

Figura 49. Resumen, por elaboración propia 2018.

6.4 Mapa de procesos y PERT



Figura 50. Mapa de procesos, por elaboración propia 2018.

6.5 Planeamiento de la producción.

Nuestro proyecto plantea la prestación de un servicio; por tanto, no tendremos un proceso de producción. Sin embargo, estimamos que para brindar un servicio de excelencia es necesario brindarle a cada una de nuestras cuidadoras uniformes que resalten su presencia. El uniforme será de color blanco, el cual evoca limpieza, pureza, apoyo y contacto transparente y sincero en franca empatía y sus familias. En nuestro uniforme, se encontrará el bordado de con nuestros clientes nuestra marca, buscando posicionar la misma en el mercado.

El almacén y requerimiento de los uniformes estará a cargo del área de RRHH. Para los requerimientos es necesario contar como mínimo con 3 empresas de confecciones. Dada la amplia cartera de confeccionistas, optaremos por aquellos que nos entreguen productos de calidad y durabilidad.

A continuación, mostramos el flujograma del proceso de compras de uniformes.

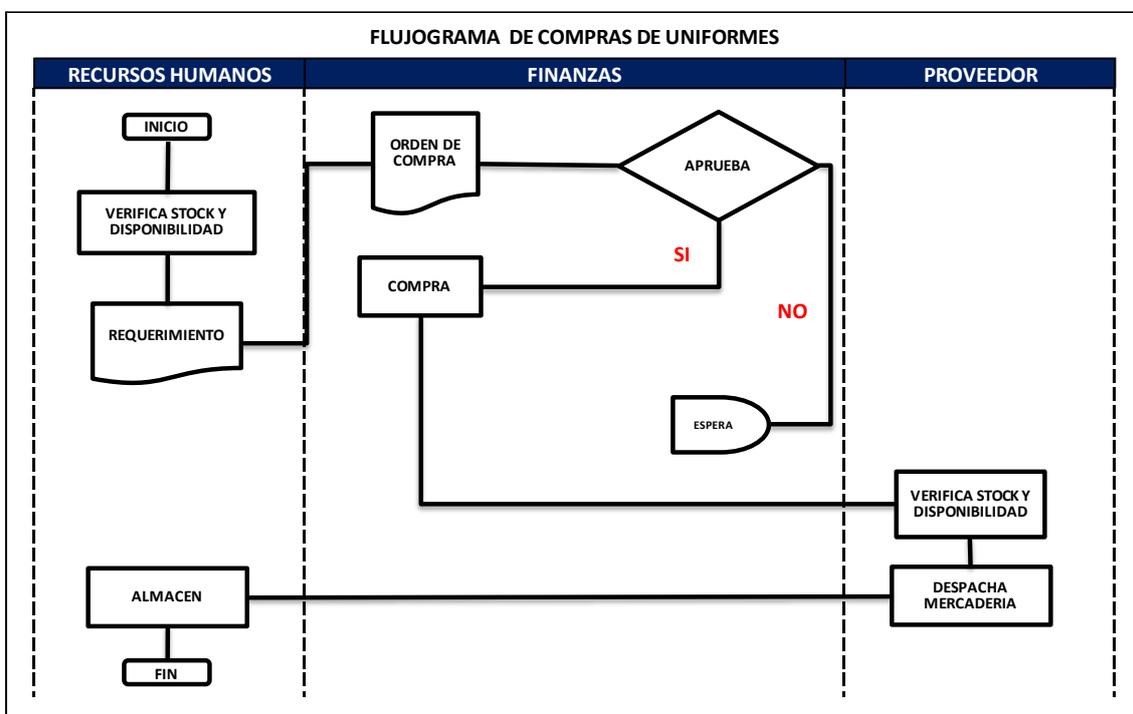


Figura 51. Flujograma de compras de uniformes, por elaboración propia 2018.

6.6 Inversión en activos fijos vinculados al proceso de producción

Nuestro modelo de negocios contempla solo la compra de una lap top, como la mayor inversión de activos fijos, puesto que nuestras oficinas se encontrarán ubicadas en un coworking comunal, lo cual implica una nula inversión mobiliario.

Sin embargo, estimamos que la mayor inversión en activos intangibles será la referida a nuestra página web, como plataforma para contactar a nuestros clientes. En importante mencionar, que dicha página web será alojada in cloud, por tanto, no se necesitará inversión en servidores.

Tabla

14

Inversión en activos fijos

Activo fijo	Valor unitario S/.	Vida Util	Depreciación anual S/.
Lap Tops (5 unidades)	7,500	4 años	1,875

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla

15

Inversión en activos intangibles

Intangible	Valor unitario S/.	Vida Util	Amortizacion anual S/.
Página web (desarrollo)	10,000	10 años	1,000

Nota: Elaboración propia 2018

6.7 Estructura de costos de producción y gastos operativos

Como se observó anteriormente, no contamos con un proceso productivo, sin embargo, consideramos de manera separada los gastos vinculados directamente a la prestación de servicios (operación) de los otros gastos de administración y de ventas.

Tabla 16

Presupuesto de gastos de operación. Periodo: 2019-2023

GASTOS OPERATIVOS	Cantidad	Precio	Total S/.
Gastos de Administración			S/ 2,800.00
Alquiler de local - Coworking	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Suministros para la oficina (papeles, files, etc.)	1	S/ 100.00	S/ 100.00
Servicio de soporte de sistemas	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Servicio contable	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Gastos de telefonía administrativa	4	S/ 50.00	S/ 200.00
Gastos de Ventas			S/ 50.00
Gastos de telefonía de ventas	1	S/ 50.00	S/ 50.00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS			S/ 2,850.00

GASTOS OPERATIVOS	Total Mensual S/.	Meses	Total Anual S/.
Gastos de Administración	S/. 2,800.00	12	S/. 33,600.00
Gastos de Ventas	S/. 50.00	12	S/. 600.00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS			S/. 34,200.00

Nota: Elaboración propia 2018

Presupuesto de gastos de administración. Periodo: 2019-2023

GASTOS OPERATIVOS	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de Administración	S/. 33,600.00	S/. 40,320.00	S/. 48,384.00	S/. 58,060.80	S/. 69,672.96
Gastos de Ventas	S/. 600.00	S/. 720.00	S/. 864.00	S/. 1,036.80	S/. 1,244.16
Total Gastos Operativos	S/. 34,200.00	S/. 41,040.00	S/. 49,248.00	S/. 59,097.60	S/. 70,917.12

*Nota:*Elaboración propia 2018

Tabla 18

otros gastos operativos Periodo: 2019-2023

Otros gastos operativos

Incentivo por productividad	Comisión %	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuidadoras - Personal operativo externo	80.00%	S/ 2,175,070.43	S/ 2,610,084.52	S/ 3,132,101.42	S/ 3,758,521.71	S/ 4,510,226.05
		S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Total		S/ 2,175,070.43	S/ 2,610,084.52	S/ 3,132,101.42	S/ 3,758,521.71	S/ 4,510,226.05

*Nota:*Elaboración propia 2018

7. Estructura Organizacional y de Recursos Humanos.

7.1 Objetivos Organizacionales

Los objetivos organizacionales estarán alineados con la misión, visión y valores. En función a ello se establecen los siguientes 2 principales objetivos corporativos:

- Mejorar la Calidad de Vida de las colaboradoras con las que trabajamos

- Mejorar la Salud y Bienestar de los adultos mayores a quienes cuidamos

Tabla

19

Objetivos organizacionales alineados a la misión y visión de la empresa

Misión	Visión	Valores	Objetivos Organizacionales
Ser una empresa reconocida por brindar un excelente servicio de cuidado al adulto mayor, con personal altamente calificado	Ser líderes en el mercado de cuidados especializados para el adulto mayor brindado servicios de salud a domicilio.	1. Experiencia: Personal calificado con experiencia comprobada.	1. Mejorar la Calidad de Vida de las Aliadas con las que trabajamos
		2. Don de servicio: Personas dedicadas al trabajo, más allá de la responsabilidad.	2. Mejorar la Salud y Bienestar de los Adultos Mayores a quienes cuidamos
		3. Compromiso: Profesionales al servicio de los ancianos para su cuidado.	
		4. Responsabilidad: Fomentar la salud del paciente.	

Nota: Elaboración propia 2018

Objetivo Organizacional 1: Mejorar la calidad de vida de las colaboradoras con las que trabajamos:

Estrategia para lograr objetivo organizacional 1: Para el 2020, tener una satisfacción del 70% con su retribución integral la cual consiste en incentivos monetarios y no monetarios.

S: Enfoque en medición de la Propuesta de Valor al Empleado

M: Se podrá medir a través de una encuesta de satisfacción de la propuesta de valor al empleado

A: Tendríamos aproximadamente 2 años para lograr este nivel de aceptación.

R: EL resultado sería el 70% a obtener en la satisfacción de la propuesta de valor a los empleados.

T: diciembre del 2020 es el tiempo máximo para lograr esta meta.

Objetivo Organizacional 2: Mejorar la Salud y Bienestar de los Adultos Mayores que atendemos,

Estrategia para lograr objetivo organizacional 2: Para el 2021, reducir los hábitos de salud negativos en 20% que puedan aumentar el riesgo de los adultos mayores en sufrir

alguna enfermedad crónica o empeorar su situación actual. Para ello se realizará una evaluación de riesgo médico mediante encuesta personal de salud.

S: Enfoque en mejorar los indicadores de la Evaluación de Riesgo Médico (HRA)

M: Reducción de 20% en hábitos de salud negativos

A: Es posible lograr este resultado en un plazo razonable de 3 años.

R: EL resultado sería el 20% de mejora en los hábitos de salud

T: diciembre del 2020 es el tiempo máximo para lograr esta meta.

Hábitos de Salud Negativos a reducir*

- Consumo elevado de azúcar al día
- Consumo elevado de sal al día
- Consumo elevado de grasas saturadas
- Consumo de elevado de frituras
- Consumo elevado carbohidratos
- Consumo de bebidas gaseosas
- Consumo de comida chatarra
- Falta de Actividad Física ligera
- Falta de toma dosis de medicamentos indicada por el médico
- Falta de Consumo de Pescado
- Falta de consumo de frutas
- Falta de consumo de verduras
- Falta de consumo de Omega 3 y 6.
- Automedicación inadecuada

*Los hábitos a reducir se realizarán de acuerdo con supervisión médica y a indicaciones de un nutricionista. Los hábitos que reducir dependerán de una evaluación personalizada.

7.2 Naturaleza de la Organización

Dedicadas, es una empresa con fines de lucro estructurada mediante una Sociedad Anónima Cerrada) conformada por 4 socios principales.

Por esta razón, la inversión inicial para la ejecución de las actividades de la empresa será aportada por los socios que a su vez formaran parte de Directorio:

Tabla

20

Estructura del capital social de la empresa

Socio	Importe S/.	%
Raul Lavado	10,000	25%
Greta Miranda	10,000	25%
Katherine de la Romaña	10,000	25%
Fiorella Atencio	10,000	25%
Total	40,000	100%

Nota: Elaboración propia 2018

7.2.1 Organigrama

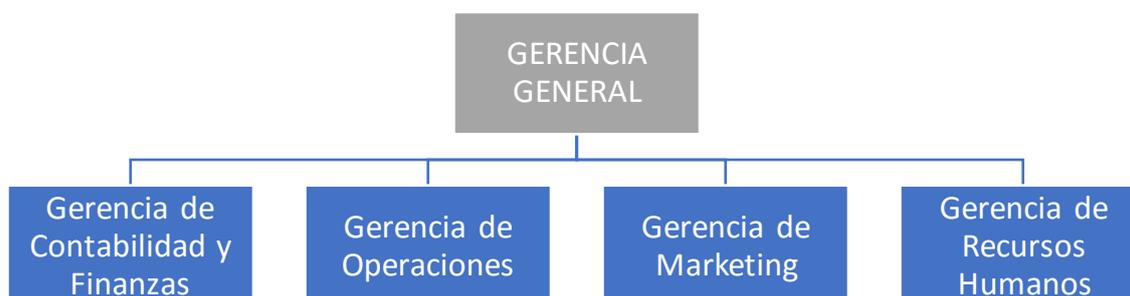


Figura 52. Organigrama funcional de la empresa, por elaboración propia 2018.

7.2.2 Diseño de Roles y Funciones

A. Puesto: Gerente General

Número de personas en el puesto: 1

Departamento: Gerencia General

Reporta a: Ninguno

Supervisa a: Gerencia de Contabilidad y Finanzas,

B. Responsabilidades Actuales del Trabajo:

Objetivo del rol:

Alinear las acciones de toda la compañía a la estrategia del negocio de manera sostenida a corto, mediano y largo plazo.

Detalle:

- Proponer los lineamientos estratégicos de toda la compañía vinculándolos a la generación de valor (Mayor ingresos, reducción de costos y mejora de las expectativas)
- Delegar a las principales Gerencias proyectos clave alineados a los objetivos estratégicos.
- Promover un buen ambiente laboral para el logro de metas y objetivos. Es el principal guardián de la cultura que busca equilibrar un foco en el negocio y las personas.
- Definir estrategias corporativas a corto y mediano plazo
- Supervisar las funciones de cada área, responsable del diseño de todos los puestos de la organización
- Evaluar la rentabilidad integral del negocio
- Ser representante legal de la empresa

C. Habilidades, experiencia y entrenamiento requerido

Estudios:

Estudios Universitarios de Administración o Ingeniería Industrial.

Diplomado en Escuela de Posgrado de Dirección Estratégica.

Experiencia:

1 a 2 años como líder de proyectos de emprendimiento y/o cargos de jefaturas y gerencias donde ha sido responsable de toda la operación y administración de una empresa.

Competencias:

Liderazgo, Planificación Estratégica, Trabajo en Equipo, Enfoque en Resultados, Excelencia en el Servicio Interno y Externo.

A. Puesto: Gerente de Marketing

Número de personas en el puesto: 1

Departamento: Gerencia de Marketing

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: Ninguna

B. Responsabilidades Actuales del Trabajo:

Objetivo del rol:

Diseñar y ejecutar estrategias de marketing para incrementar las ventas y desarrollar diferentes acciones de colaboración para generar un vínculo emocional

con la marca priorizando un enfoque hacia la satisfacción y fidelización de los clientes.

Detalle:

- Elaborar el plan de marketing y comunicaciones para mejorar la rentabilidad del negocio y mejorar el posicionamiento y alcance de la marca “Dedicadas”.
- Realizar un análisis de la competencia identificando diferentes aspectos para diferenciar la propuesta de valor e incorporar servicios y atributos preferidos por los clientes
- Identificar nuevas oportunidades de negocio a través de la red “Dedicadas”.
- Gestionar todos los puntos de contacto de la marca “Dedicadas” que incluyen página web, contacto telefónico, WhatsApp y redes sociales.
- Buscar rentabilizar la inversión en marketing y publicidad.
- Diseñar los entrenamientos de inducción la red de colaboradoras “Dedicadas”
- Realizar seguimiento a las ventas realizadas por las diferentes plataformas de la empresa y el contacto telefónico de manera semanal y mensual.
- Proponer oportunidades de mejora en todo el proceso de venta, marketing y publicidad de toda la compañía.

C. Habilidades, experiencia y entrenamiento requerido

Estudios:

Estudios Universitarios de Marketing

Diplomado en Escuela de Posgrado en Dirección Comercial y/o Marketing

Experiencia:

2 a 4 años como Responsable de la Dirección Comercial y/o Marketing de toda una organización

Competencias:

Capacidad de influencia a todo nivel, Trabajo en Equipo, Enfoque en Resultados, Enfoque en el Cliente Externo, Diseñador de la Experiencia de Marca, Entendimiento de las tendencias del mercado.

A. Puesto: Gerente de Operaciones

Número de personas en el puesto: 1

Departamento: Gerencia de Operaciones

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: Colaboradoras de la Red Aliadas

B. Responsabilidades Actuales del Trabajo:

Objetivo del rol:

Diseñar y ejecutar una adecuada gestión de las operaciones centrándose en la supervisión de adecuados niveles de servicio de la red “Dedicadas” y de la gestión operativa de la compañía.

Detalle:

- Verificar que la asignación de las colaboradoras se realice en los tiempos escogidos por el cliente para evitar cruces en el servicio.
- Reportar los niveles del cumplimiento del servicio a la Gerencia General.
- Diseño y ejecución en la mejora de los procesos para satisfacer las necesidades de los clientes
- Verificar que se encuentren operativos las opciones de pago por los clientes mediante el uso de tarjeta de crédito y/o débito a través de la plataforma web.
- Solicitar reportes a las operadoras de tarjetas de crédito y débito para cotejar que el cobro a los clientes se haya realizado de manera óptima
- Tener actualizado el cuadro de asignación de personal con los horarios disponibles de las colaboradoras de la Red Dedicadas para que los clientes puedan realizar una reserva óptima según la disponibilidad de horarios vigente.
- Actualizar la información sobre la satisfacción de los clientes mediante sistemas de ratings para que los clientes puedan estar informados sobre otras calificaciones que han tenido las colaboradoras de la Red Dedicadas.
- Será responsable de la parte operativa del pago de los honorarios de las colaboradoras de la red aliadas mediante recibo por honorarios. En el caso se exceda el límite permitido por ley se coordinará previa evaluación del desempeño la incorporación a la planilla de la empresa.

C. Habilidades, experiencia y entrenamiento requerido

Estudios:

Estudios Universitarios en Ingeniería Industrial o Administración de Empresas.

Diplomado en Escuela de Post-grado en Gestión de Proyectos

Experiencia:

2 a 4 años como Responsable de la Dirección de las operaciones de un Startup o una compañía de más de 20 personas.

Competencias:

Capacidad de influencia a todo nivel, Trabajo en Equipo, Enfoque en Resultados, Enfoque en el Cliente Externo, Diseñador de la Experiencia de Marca

A. Puesto: Gerente de Contabilidad y Finanzas

Número de personas en el puesto: 1

Departamento: Gerencia de Contabilidad y Finanzas

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: Ninguna

B. Responsabilidades Actuales del Trabajo:

Objetivo del rol:

Gestionar un adecuado comportamiento de la empresa a través de un óptimo uso de los recursos de la empresa enfocados en la generación de valor además de gestionar el pago eficiente y oportuno de los impuestos de ley.

Detalle:

- Diseñar el presupuesto anual de la empresa y los seguimientos trimestrales del avance del presupuesto.
- Es el responsable de la contabilidad de la empresa.
- Es un asesor clave al momento de realizar el planeamiento estratégico de la empresa.
- Gestiona una adecuada coordinación de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar
- Elabora los flujos de caja operativos mensuales y anuales
- Responsable de la custodia de libros contables y documentación de sustento ante la SUNAT.
- Responsable de la elaboración de los estados financieros mensuales y anuales
- Gestiona los activos de la empresa.

C. Habilidades, experiencia y entrenamiento requerido

Estudios:

Estudios Universitarios de Contabilidad o Finanzas o Administración de Empresas.

Diplomado en Escuela de Post-grado en Dirección Financiera

Experiencia:

1 a 2 años como Gestor Financiero con autonomía para supervisar las acciones de toda una organización

Competencias:

Capacidad de Planificación, Trabajo en Equipo, Enfoque en Resultados, Capacidad de Negociación, Pensamiento Crítico.

A. Puesto: Gerente de Recursos Humanos

Número de personas en el puesto: 1

Departamento: Gerencia de Recursos Humanos

Reporta a: Gerente General

Supervisa a: Red Aliadas

B. Responsabilidades Actuales del Trabajo:

Objetivo del rol:

Gestionar una adecuada experiencia empleadora que promueva adecuados niveles de compromiso organizacional mediante acciones que promuevan el bienestar y el desarrollo personal y profesional de las asociadas a la Red Dedicadas.

Detalle:

- Supervisar el proceso de atracción, reclutamiento y selección.
- Generar iniciativas que mejoren la experiencia empleadora
- Administrar el presupuesto de recursos humanos
- Diseñar las bandas salariales para ajustar el desempeño a la productividad y a los niveles de servicio considerando la equidad interna y externa de las remuneraciones.
- Diseñar la Propuesta de Valor a los Empleados
- Asesorar al Gerente de Operaciones en el diseño instruccional para la elaboración de una adecuada capacitación y entrenamiento alineado a excelentes niveles de servicio hacia los clientes
- Promover iniciativas que promuevan el reconocimiento de las colaboradas de la Red Dedicadas.
- Identificar y proponer mejoras en todo el proceso de gestión del talento.
- Realizar diferentes acciones que promuevan la integración con todos los colaboradores de la compañía.
- Supervisar la gestión de relaciones laborales a fin de evitar conflictos laborales.

C. Habilidades, experiencia y entrenamiento requerido

Estudios:

Estudios Universitarios de Administración y Recursos Humanos.

Diplomado en Escuela de Posgrado en Gestión de Factor Humano

Experiencia:

1 a 2 años como Generalista y/o Analista en Recursos Humanos

Competencias:

Empatía, Trabajo en Equipo, Enfoque en Resultados, Capacidad de Negociación, Enfoque en el cliente interno y externo.

7.3 Políticas de la Organización

Consideramos que las empresas que buscan tener un buen servicio al cliente deben enfocarse en tener buenas prácticas en gestión de personas para lograr los objetivos estratégicos. Estas prácticas deben sustentarse en una adecuada cultura organizacional que promueva una excelencia en el servicio y un adecuado soporte a las necesidades de los colaboradores.

La empresa cree en una gestión transparente de los vínculos que tiene la empresa con la red de colaboradoras. Por ello, las empleadas estarán bajo el esquema de pago por recibo por honorarios teniendo en cuenta la firma del contrato intermitente.

Esta modalidad de tipo de contrato esta celebrado para cubrir actividades permanentes, pero discontinuas de una empresa.

7.4 Gestión de Recursos Humanos

7.4.1 Reclutamiento, selección, contratación e inducción

La gerencia de operaciones deberá realizar una proyección de necesidades de reclutamiento de acuerdo con la programación de reservas realizada por los clientes.

Para ello, se realizará el requerimiento directamente al Gerente de Recursos Humanos para que proceda a realizar el inicio del proceso de reclutamiento y selección.

El gerente de operaciones será el responsable de la autorización del requerimiento de personal sin la necesidad de aprobación del gerente general.

Posteriormente, la Gerencia de Recursos Humanos iniciará la búsqueda de personal y podrá utilizar fuentes internas y externas.

Es importante que la Gerencia de Recursos Humanos pueda diseñar una adecuada estrategia de atracción de talento para promover las postulaciones proactivas y voluntarias de personas que se adecuen al perfil y estén de acuerdo con las condiciones laborales.

Las publicaciones no solo reflejaran la oferta laboral sino se comunicará los diferentes elementos de la experiencia empleadora como las jornadas de integración, las acciones de reconocimiento, las capacitaciones ofrecidas y los diferentes tipos de beneficios como descuentos en diferentes establecimientos y descuentos en institutos y universidades.

Se publicarán las ofertas laborales en Indeed y otras fuentes en institutos técnicos o publicados en páginas web especializadas. Se tendrán diferentes puntos de contacto para recepcionar los correos electrónicos: La página de indeed, la casilla de correo de reclutamiento y la recepción de curriculums digitales a través del especialista en

reclutamiento y selección.

Dentro de los atributos a considerar para ser incorporado a la red aliadas tendrá mayor valoración (70%) tener unas destacadas competencias personales en actitud de servicio y asistencia a los adultos mayores teniendo una menor consideración la parte técnica (30%) y de conocimientos específicos. Debido a que se atenderá a un perfil del segmento A y B se pedirá un reporte de una central de riesgo financiera como Infocorp o Sentinel para evitar posibles riesgos y contingencias con los clientes así como antecedentes penales y judiciales.

7.4.2 Capacitación, motivación y evaluación de desempeño

La capacitación del personal se inicia desde el primer día de labores. Esta, tiene como misión preparar al personal para brinde a todos nuestros clientes, un servicio de calidad, alineado a nuestra propuesta de valor. Mediante una capacitación continua, facilitamos la profesionalización de nuestro personal, buscando su crecimiento y el reconocimiento de nuestros clientes.

Sera necesario, además, una capacitación in house de técnicas y avances sobre el cuidado del adulto mayor, atención al cliente y desarrollo de habilidades blandas que permitirán asegurar un servicio de calidad.

El desempeño de los colaboradores se medirá a través de una evaluación del nivel de servicio de los clientes de manera mensual y la otra parte de la evaluación será una evaluación del Gerente de Operaciones para evaluar si las colaboradoras de la empresa han realizado un adecuado cumplimiento de los horarios de trabajo programados y la información requerida para todo el proceso de nóminas, pago y/o goce de beneficios laborales. Consideramos que una evaluación 180 grados será adecuada para la empresa, porque nos permitirá medir el desempeño de las colaboradoras ante los clientes y el cumplimiento de las políticas organizacionales de la compañía.

7.4.3 Sistemas de remuneraciones

El sistema de remuneraciones considera las remuneraciones de todo el personal de la empresa. Entre ellos tenemos:

Tabla

21

Estructura de salarios mensuales.

Puesto	Cantidad	Monto
Gerente General	1	4000
Gerente de Operaciones	1	3500
Gerente de RRHH	1	3500
Gerente de contabilidad y Finanzas	1	3000
Total		14000

Nota: Elaboración propia 2018

7.5 Estructura de gastos de RRHH

La estructura de gastos de RRHH, se encuentra constituido por los gastos anuales pagados por remuneraciones, además, los beneficios sociales que asume la empresa, personal administrativo de la empresa. Entre ellos tenemos pagos a Essalud, vacaciones, CTS, gratificaciones, etc.

El siguiente presupuesto de remuneraciones, se ha considerado un incremento del 5% en las remuneraciones pagadas.

Presupuesto de remuneraciones durante el periodo 2019 al 2023

Puesto	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente General	48000	50400	52920	55566	58344
Gerente de Operaciones	42000	44100	46305	48620	51051
Gerente de RRHH	42000	44100	46305	48620	51051
Gerente de contabilidad y Finanzas	36000	37800	39690	41675	43758
Total	168000	176400	185220	194481	204204

Aportaciones	2019	2020	2021	2022	2023
Essalud 9%	15120	15876	16670	17503	18378

Beneficios sociales	2019	2020	2021	2022	2023
CTS / 4.86%	8165	8573	9002	9452	9924
Vacaciones / 4.17%	7006	7356	7724	8110	8515
Gratificaciones / 8.34%	14011	14712	15447	16220	17031

Gasto total en Planilla	212302	222917	234063	245766	258053
--------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Nota: Elaboración propia 2018

8. Plan económico-financiero

8.1. Supuestos generales

Nuestros supuestos son los siguientes:

- Nuestra venta de servicio será en moneda local.
- Las tasas de depreciación son tomadas a partir de la legislación del Impuesto a la Renta. (art. 22. Reglamento del Imp. A la renta 122-94 EF)

Tabla 22: Bienes – supuestos generales

BIENES	%
Edificios y construcciones.	3
Maquinarias	10
Maquinarias en actividades mineras petroleras y de construcción.	10
Muebles y Enseres.	10
Vehículos de transporte.	20
Equipos de procesamiento de datos.	25
Ganados de trabajo y reproducción, redes de pesca.	25

Nota: Elaboración propia 2018

- No será deducible para la determinación del impuesto a la renta, la amortización de los intangibles de vida ilimitada (como el caso de las marcas). Dichos activos se deberán evaluar periódicamente para determinar el valor de mercado de dichos activos.
- Dedicadas desarrollará una plataforma virtual que permitirá recibir los pedidos de nuestros clientes, esto nos permitirá ganar beneficios económicos. Por ello, la amortización de la página WEB podrá realizarse en el plazo de 10 años.
- Para la evaluación del proyecto, los precios y los costos no incluyen el IGV.

8.2. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización.

Tabla

23

Inversión en activos fijos de equipos

EQUIPOS			
Laptop para oficina	5	S/ 1,500.00	S/ 7,500.00
TOTAL EQUIPOS			S/ 7,500.00

Inversiones	Inversión	Vida útil (Años)
Equipos	S/ 7,500.00	5.00
Inversión Activos Fijos	S/ 7,500.00	

ACTIVOS	IMPORTE	Tasa de Depreciación	Depreciación Anual
Equipos	S/ 6,355.93	20%	S/ 1,271.19
Inversión Activos Fijos	S/ 6,355.93		S/ 1,271.19

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 24

Depreciación de equipos por año

	Depreciación por Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19
Depreciación por Año	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19	S/ 1,271.19
Depreciación Acumulada	S/ 1,271.19	S/ 2,542.37	S/ 3,813.56	S/ 5,084.75	S/ 6,355.93

Impuesto a la renta	29.50%
----------------------------	--------

Depreciación anual total	Dep Anual	Dep Acum 5 Años	VL	VM	VR
Equipos	S/ 1,271.19	S/ 6,355.93	S/ -	S/ 1,500.00	S/ 1,057.50
	S/ 1,271.19	S/ 6,355.93	S/ -	S/ 1,500.00	S/ 1,057.50

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 25

Inversión de Intangibles

INTANGIBLES	
Desarrollo de página web	S/ 10,000.00
TOTAL INMUEBLES	S/ 10,000.00

Inversiones	Inversión	Vida útil (Años)
Intangibles	S/ 10,000.00	5.00

81

Inversión Activos Intangibles	S/ 10,000.00	
--------------------------------------	-------------------------	--

ACTIVOS	IMPORTES	Tasa de Amortización	Amortización Anual
Intangibles	S/ 8,474.58	20%	S/ 1,694.92
Inversión Activos Intangibles	S/ 8,474.58		S/ 1,694.92

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla

26

Inversión inicial, de constitución del Proyecto

CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO	Total S/.
Registro de marca	S/ 575.00
Elaboracion del proyecto	S/ 1,500.00
Constitución del proyecto	S/ 450.00
Licencia Municipal	S/ 75.00
Aseroria Legal	S/ 500.00
Total	S/. 3,100.00

Nota: Elaboración propia 2018

8.3. Proyección de ventas

Tabla 27

Crecimiento anual de ingresos en soles

Programa de Ingresos en Soles Anual					
Años	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL DE INGRESOS POR CADA AÑO	S/. 2718,838.04	S/. 3262,605.65	S/. 3915,126.78	S/. 4698,152.14	S/. 5637,782.56

Nota: Elaboración propia 2018

8.4. Proyección de costos y gastos operativos

Tabla 28
Crecimiento Anual

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Plan 8 horas	12.00%	15.00%	25.00%	35.00%	45.00%	55.00%
Plan 12 horas	12.00%	15.00%	25.00%	35.00%	45.00%	55.00%
Plan 5 días	12.00%	15.00%	25.00%	35.00%	45.00%	55.00%
Plan 6 días	12.00%	15.00%	25.00%	35.00%	45.00%	55.00%

	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	75.00%	88.00%	95.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	75.00%	88.00%	95.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	75.00%	88.00%	95.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	75.00%	88.00%	95.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Nota:

Elaboración propia 2018

Tabla 29
Costos Anuales por un periodo de 5 años

Costos en soles:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Plan 8 horas	S/. 7,858.19	S/. 9,822.73	S/. 16,371.22	S/. 22,919.71	S/. 29,468.20	S/. 36,016.69
Plan 12 horas	S/. 6,565.07	S/. 8,206.33	S/. 13,677.22	S/. 19,148.11	S/. 24,619.00	S/. 30,089.89
Plan 5 días	S/. 12,726.73	S/. 15,908.41	S/. 26,514.01	S/. 37,119.62	S/. 47,725.22	S/. 58,330.83
Plan 6 días	S/. 7,884.71	S/. 9,855.89	S/. 16,426.48	S/. 22,997.08	S/. 29,567.67	S/. 36,138.26
Ingreso Total	S/. 35,034.69	S/. 43,793.36	S/. 72,988.94	S/. 102,184.52	S/. 131,380.09	S/. 160,575.67

	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	S/. 49,113.67	S/. 57,626.70	S/. 62,210.64	S/. 65,484.89	S/. 65,484.89	S/. 65,484.89
	S/. 41,031.67	S/. 48,143.83	S/. 51,973.45	S/. 54,708.89	S/. 54,708.89	S/. 54,708.89
	S/. 79,542.03	S/. 93,329.32	S/. 100,753.24	S/. 106,056.05	S/. 106,056.05	S/. 106,056.05
	S/. 49,279.45	S/. 57,821.22	S/. 62,420.64	S/. 65,705.93	S/. 65,705.93	S/. 65,705.93
	S/. 218,966.82	S/. 256,921.07	S/. 277,357.97	S/. 291,955.76	S/. 291,955.76	S/. 291,955.76

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla
Gastos Operativos

30

Incentivo por productividad	Comisión %	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuidadoras - Personal operativo externo	80.00%	S/ 2175,070.43	S/ 2610,084.52	S/ 3132,101.42	S/ 3758,521.71	S/ 4510,226.05
		S/ -				
Total		S/ 2175,070.43	S/ 2610,084.52	S/ 3132,101.42	S/ 3758,521.71	S/ 4510,226.05

Nota: Elaboración propia 2018

8.5. Cálculo del capital de trabajo

Años	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos Operativos	S/ 34,200.00	S/ 41,040.00	S/ 49,248.00	S/ 59,097.60	S/ 70,917.12
Gastos de Marketing	S/ 25,200.00	S/ 26,460.00	S/ 27,783.00	S/ 29,172.15	S/ 30,630.76
Gastos de Planilla	S/ 425,644.80	S/ 446,927.04	S/ 469,273.39	S/ 492,737.06	S/ 517,373.91
TOTAL GASTOS Anuales	S/ 485,044.80	S/ 514,427.04	S/ 546,304.39	S/ 581,006.81	S/ 618,921.79

Capital de trabajo neto.

Años	Año 0
Capital de Trabajo (1 meses)	S/ 40,420.40

Nota: Elaboración propia 2018

8.6. Estructura y opciones de financiamiento.

Tabla 32

Inversiones de los accionistas

INVERSIONES		
Inversión Inicial	S/ 3,100.00	
Inversión en Activos Fijos	S/ 7,500.00	
Inversión en Activos Intangibles	S/ 10,000.00	
Capital de Trabajo Neto (CTN)	S/ 40,420.40	
Total	S/ 61,020.40	100%
Aporte de Accionistas	S/ 36,612.24	60%
aporte de Inversionista	S/ -	0%
Aporte de Financiamiento	S/ 24,408.16	40%

Nota: Elaboración propia 2018

Cronograma de Pagos

<i>Préstamo</i>	S/ 24,408.16			
<i>TEA</i>	31.16%			
<i>Plazo</i>	5			
n	Deuda	Amortización	Intereses	Cuota
1	S/ 24,408.16	S/ 2,639.39	S/ 7,605.58	S/ 10,244.97
2	S/ 21,768.77	S/ 3,461.83	S/ 6,783.15	S/ 10,244.97
3	S/ 18,306.94	S/ 4,540.53	S/ 5,704.44	S/ 10,244.97
4	S/ 13,766.41	S/ 5,955.36	S/ 4,289.61	S/ 10,244.97
5	S/ 7,811.05	S/ 7,811.05	S/ 2,433.92	S/ 10,244.97
			S/ 26,816.71	

Nota: Elaboración propia 2018

8.7.Estados Financieros (Balance General, Estado de GGPP, Flujo de Efectivo)

Tabla 34

Estado de Resultados

	Estado de Resultados Integrales				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	S/. 2718,838.04	S/. 3262,605.65	S/. 3915,126.78	S/. 4698,152.14	S/. 5637,782.56
Costo de Ventas	-S/ 2175,070.43	-S/ 2610,084.52	-S/ 3132,101.42	-S/ 3758,521.71	-S/ 4510,226.05
Utilidad Bruta	S/. 543,767.61	S/. 652,521.13	S/. 783,025.36	S/. 939,630.43	S/. 1127,556.51
Gastos Operativos	█-S/. 485,044.80	█-S/. 514,427.04	█-S/. 546,304.39	█-S/. 581,006.81	█-S/. 618,921.79
Utilidad Operativa	S/. 58,722.81	S/. 138,094.09	S/. 236,720.96	S/. 358,623.62	S/. 508,634.72
Gastos Financieros	█-S/ 7,605.58	█-S/ 6,783.15	█-S/ 5,704.44	█-S/ 4,289.61	█-S/ 2,433.92
Utilidad Antes de Impuestos	S/. 51,117.23	S/. 131,310.94	S/. 231,016.52	S/. 354,334.00	S/. 506,200.80
Impuesto a la Renta	█-S/. 15,079.58	█-S/. 38,736.73	█-S/. 68,149.87	█-S/. 104,528.53	█-S/. 149,329.24
Utilidad Neta	S/. 36,037.64	S/. 92,574.21	S/. 162,866.65	S/. 249,805.47	S/. 356,871.56

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 35

Estado de situación financieros

Estado de Situación Financiera										
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Activo										
Activo Corriente										
Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/	34,273.25	S/	89,987.39	S/	159,201.12	S/	244,725.11	S/	391,413.41
Cuentas por Cobrar Comerciales	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-
Existencias	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-
Otros Activos Corrientes	S/	271,403.06	S/	360,892.58	S/	520,181.18	S/	765,764.13	S/	1076,111.26
Total Activo Corriente	S/	305,676.31	S/	450,879.97	S/	679,382.30	S/	1010,489.25	S/	1467,524.67
Activo no Corriente										
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	S/.	7,500.00	S/.	7,500.00	S/.	7,500.00	S/.	7,500.00	S/.	7,500.00
Depreciación Acumulada	-S/.	1,271.19	-S/.	2,542.37	-S/.	3,813.56	-S/.	5,084.75	-S/.	6,355.93
Intangibles	S/.	10,000.00	S/.	10,000.00	S/.	10,000.00	S/.	10,000.00	S/.	10,000.00
Amortización Acumulada	-S/.	1,694.92	-S/.	3,389.83	-S/.	5,084.75	-S/.	6,779.66	-S/.	8,474.58
Total Activo no Corriente	S/.	14,533.90	S/.	11,567.80	S/.	8,601.69	S/.	5,635.59	S/.	2,669.49
Total Activo	S/.	320,210.21	S/.	462,447.77	S/.	687,983.99	S/.	1016,124.84	S/.	1470,194.16
Pasivo										
Pasivo Corriente										
Cuentas por Pagar	S/	181,255.87	S/	217,507.04	S/	261,008.45	S/	313,210.14	S/	375,852.17
Impuesto a la Renta	S/.	15,079.58	S/.	38,736.73	S/.	68,149.87	S/.	104,528.53	S/.	149,329.24
Deuda Bancaria	S/.	10,244.97	S/.	10,244.97	S/.	10,244.97	S/.	10,244.97	S/.	10,244.97
Otros Pasivos Corrientes	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-
Total Pasivo Corriente	S/	206,580.43	S/	266,488.75	S/	339,403.30	S/	427,983.65	S/	535,426.38
Pasivo no Corriente										
Deuda Bancaria	S/.	40,979.90	S/.	30,734.92	S/.	20,489.95	S/.	10,244.97	S/.	-
Total Pasivo no Corriente	S/.	40,979.90	S/.	30,734.92	S/.	20,489.95	S/.	10,244.97	S/.	-
Total Pasivo	S/.	247,560.32	S/.	297,223.67	S/.	359,893.25	S/.	438,228.62	S/.	535,426.38
Patrimonio										
Capital Social	S/.	36,612.24	S/.	36,612.24	S/.	36,612.24	S/.	36,612.24	S/.	36,612.24
Resultados Acumulados	S/.	36,037.64	S/.	128,611.86	S/.	291,478.51	S/.	541,283.98	S/.	898,155.54
Total Patrimonio	S/.	72,649.88	S/.	165,224.10	S/.	328,090.75	S/.	577,896.22	S/.	934,767.78
Total Pasivo y Patrimonio	S/.	320,210.21	S/.	462,447.77	S/.	687,983.99	S/.	1016,124.84	S/.	1470,194.16

Nota: Elaboración propia 2018

8.8. Flujo Financiero

Tabla 36

Flujo de caja base Financiero

	2,018	2,019	2,020	2,021	2,022	2,023				
Ingresos	S/	2718,838.04	S/	3262,605.65	S/	3915,126.78	S/	4698,152.14	S/	5637,782.56
Costos directos de fabricación	-S/	2175,070.43	-S/	2610,084.52	-S/	3132,101.42	-S/	3758,521.71	-S/	4510,226.05
Costos Fijos	-S/	485,044.80	-S/	514,427.04	-S/	546,304.39	-S/	581,006.81	-S/	618,921.79
Depreciación	-S/	1,271.19	-S/	1,271.19	-S/	1,271.19	-S/	1,271.19	-S/	1,271.19
EBIT	S/	55,756.71	S/	135,127.99	S/	233,754.86	S/	355,657.51	S/	505,668.62
Impuestos (-)	-S/	16,448.23	-S/	39,862.76	-S/	68,957.68	-S/	104,918.97	-S/	149,172.24
Depreciación (+)	S/	1,271.19	S/	1,271.19	S/	1,271.19	S/	1,271.19	S/	1,271.19
FEO	S/	42,274.58	S/	98,231.33	S/	167,763.28	S/	253,704.65	S/	359,462.48
Activo Fijos	-S/	20,600.00							S/	1,057.50
CTN	-S/	40,420.40	S/	-	S/	-	S/	-	S/	40,420.40
FCLD	-S/	61,020.40	S/	42,274.58	S/	98,231.33	S/	167,763.28	S/	253,704.65
Financiamiento	S/	24,408.16								
Amortización	-S/	2,639.39	-S/	3,461.83	-S/	4,540.53	-S/	5,955.36	-S/	7,811.05
Intereses	-S/	7,605.58	-S/	6,783.15	-S/	5,704.44	-S/	4,289.61	-S/	2,433.92
Escudo fiscal de los intereses	S/	2,243.65	S/	2,001.03	S/	1,682.81	S/	1,265.44	S/	718.01
FCNI	-S/	36,612.24	S/	34,273.25	S/	89,987.39	S/	159,201.12	S/	244,725.11

Nota: Elaboración propia 2018

8.9.Tasa de descuento accionistas y costo promedio ponderado de capital.

Tabla 37

Calculo del Cok

Rendimiento bolsa de valores de EEUU promedio 10 años - Revisado 30/11/18	3%
Beta promedio de la empresa (Healthcare S	0.90%
Relación Deuda / Capital - D/E	24.83%
Tax Rate	13.69%
PASO 1:	
Beta Desapalancada	0.74%
PASO 2:	
Beta Apalancada del proyecto	1.09%

Calcular COK	
Rendimiento bolsa de valores de EEUU promedio 10 años - Revisado 30/11/18	3%
Beta Apalancada del proyecto	1.09%
rrp - Revisado 30/11/18	1.62%
Prima Riesgo	2.68%
COK (re)	4.65%

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 38

Calculo Wacc

	% participación	Monto	Costo	impuesto	WACC
<i>Financ Tradicional</i>	40.00%	24,408.16	31.16%	70.50%	8.7871200%
<i>aporte de socios</i>	60.00%	36,612.24	4.65%		2.79%
Total	100.00%	61,020.40			11.58%

Nota: Elaboración propia 2018

8.10. Indicadores de rentabilidad

Tabla 39

Indicadores de rentabilidad

VPN(FCNI)	565,244.18
IR (FCNI)	5.77
TIR (FCNI)	182.07%

*Nota:*Elaboración propia 2018

Tabla 40

PRID con financiamiento

PRID - Con Financiamiento	Flujo		Flujo Descontado		Proporción
Año 0	-S/	36,612.24			
Año 1	S/	34,273.25	S/	34,273.25	-S/ 2,338.99
Año 2	S/	89,987.39	S/	89,987.39	S/ 2,338.99
Año 3	S/	159,201.12	S/	159,201.12	S/ -
Año 4	S/	244,725.11	S/	244,725.11	S/ -
Año 5	S/	391,413.41	S/	391,413.41	
					PRID (años)
					1.03

*Nota:*Elaboración propia 2018

8.11Análisis de riesgo

8.11.1 Análisis de sensibilidad

Tabla 41

Precio de Venta

Tipo de Producto	Precio Unitario	Proporción
Plan 8 horas	S/ 79.00	18.00%
Plan 12 horas	S/ 99.00	18.00%
Plan 5 días	S/ 329.00	35.00%
Plan 6 días	S/ 369.00	29.00%

Tabla 42

Análisis de sensibilidad

	Plan 5 días	-35.00%
	Plan 6 días	-45.00%

	463,523.24	329.00	213.85	139.00	90.35	58.73
435.42	369.00	9058,198.94	5099,491.31	2526,331.35	853,777.38	- 233,382.70
239.48	202.95	7831,910.61	3873,202.98	1300,043.02	- 372,510.95	- 1459,671.03
131.71	111.62	6786,499.81	2827,792.18	254,632.22	- 1417,921.75	- 2505,081.83
72.44	61.39	6408,545.87	2449,838.24	- 123,321.72	- 1795,875.69	- 2883,035.78
39.84	33.77	6340,016.27	2381,308.64	- 191,851.31	- 1864,405.29	- 2951,565.37

Nota: Elaboración propia 2018

8.11.2 Análisis por escenarios (por variables)

Tabla 43

Análisis de Escenarios

ESCENARIOS

	BASE		OPTIMISTA		PESIMISTA	
Conceptos	Variaciones		Variaciones		Variaciones	
Inversión Inicial						
Inversión	S/	61,020.40	S/	61,020.40	S/	61,020.40
Aporte de Capital		60.00%		35.00%		80.00%
Préstamo Bancario		40.00%		65.00%		20.00%
Costo de la Deuda						
Préstamo Bancario		31.16%		14.57%		37.65%
Depreciación y Amortización	-S/	2,966.10	-S/	2,966.10	-S/	2,966.10
Capital de Trabajo	-S/.	40,420.40	-S/.	40,420.40	-S/.	40,420.40
Tasa IR		29.50%		29.50%		29.50%
Valor de Recupero	S/	1,057.50	S/	1,057.50	S/	1,057.50
Operaciones						
Ventas		20.00%		25.00%		15.00%
Costo de Venta		20.00%		15.00%		20.00%
Gastos Operativos		20.00%		15.00%		20.00%
Cok		4.65%		4.65%		4.65%
Wacc		11.58%		8.30%		9.03%

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 44

Resultados del análisis de escenarios, base, optimista y pesimista.

INDICADORES	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA
VPN(FCNI) con COK	S/ 565,244.18	S/ 2,175,679.84	-S/ 770,273.58
IR con COK	5.77	118.19	-17.66
TIR (FCNI)	182.07%	402.12%	0

*Nota:*Elaboración propia 2018

8.11.3 Análisis de punto de equilibrio

Tabla 45

Punto de equilibrio en unidades

Dato Inicial				Punto de Equilibrio Soles		
Ventas	S/.	2718,838.04	100.00%	S/.	2425,224.00	100.00%
Costo Variable	-S/.	2175,070.43				
Margen de Contribución	S/.	543,767.61	20.00%	S/.	485,044.80	20.00%
Costo Fijo	-S/.	485,044.80		S/.	485,044.80	
Utilidad Operativa	S/.	58,722.81		S/.	-	

Nota: Elaboración propia 2018

Tabla 46

Cantidad de equilibrio por servicio

Servicio	Proporción	Importe total	Precio unitario	Cantidad de equilibrio
Plan 8 horas	18.00%	S/ 436,540.32	S/ 66.95	6,521.00
Plan 6 días	29.00%	S/ 703,314.96	S/ 312.71	2,250.00

Nota: Elaboración propia 2018

8.11.4 Principales riesgos del proyecto (cualitativos)

Tabla 47

Riesgos variables

RIESGO	ACCIÓN
Descenso de la demanda del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar nuevos nichos de mercado. - Complementar el servicio con otros que maximicen el beneficio al cliente y/o usuario con innovación y conociendo sus preferencias.
Aparición de competidores directos.	<ul style="list-style-type: none"> - Fidelizar a los clientes actuales con promociones acordes a sus requerimientos, elaborando algún programa de incentivos y fidelización. - Posicionar a la empresa como la mejor opción al momento de elegir el tipo de servicio que se brinda.
Reducción de la capacidad de pago de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar las ventas e implementar el pago al contado con transferencia bancaria a través de estrategias de precios. - Establecer alianzas comerciales con las cuidadoras para obtener mayores tiempos de pago.

Nota: Elaboración propia 2018

9 Conclusiones y Recomendaciones

Dedicadas es un modelo de negocio orientado a clientes que requieran un servicio de intermediación para el cuidado del adulto mayor, que les permita tener la tranquilidad al tener una persona con experiencia y de confianza que les dará bienestar y calidad de vida al adulto mayor. En el Perú al menos el 42.2% de hogares cuenta con algún miembro adulto mayor. El mercado potencial es de 3, 664,600 personas en el Perú con proyección del INEI al 2020 lo cual muestra todo el potencial de crecimiento del negocio.

Dedicadas cuenta con una plataforma virtual de fácil entendimiento que brinda respuestas y realiza reservas en tiempo real, su ventaja competitiva es de poder elegir a la cuidadora de su preferencia según el perfil publicado y que los usuarios puedan verificar los comentarios del servicio realizado a otros usuarios. Dedicadas realizara un cuidadoso servicio de reclutamiento y selección de personal para tener colaboradoras con un excelente perfil. La rentabilidad del negocio se dará mediante la comisión de un 15% de cada servicio solicitado además los indicadores de rentabilidad son de 4.65% para el COK, 182.07% para el TIR y el WACC con un 11.58%.

El índice de rentabilidad es de 5.77, es decir por cada sol invertido por el inversionista se espera recuperar 5.77 soles. Finalmente, luego de todo el análisis realizado el negocio cuenta con criterios que aseguran una adecuada inversión por ser un negocio de bajo riesgo, un modelo de negocio escalable a provincias y otros países de Latinoamérica y que el tiempo de recupero es de solo 1 año y 11 días. Adicionalmente a ello, este negocio busca aportar a la sociedad generando conciencia en los usuarios de la importancia y cuidado del adulto mayor, ya que todas las personas llegaremos a esta etapa y nos gustaría tener un adecuado cuidado para tener una adecuada salud física y emocional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Compañía peruana de estudio de mercados y opinión pública SAC. (2017). Perú: población 2017. Agosto, 2017, de CPI Sitio web: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf

Asociación Peruana de Empresas de Investigación de mercados. (2017). Niveles Socioeconómicos 2017. Agosto 19, 2018, de APEIM Sitio web: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades indígenas. Agosto 18, 2018, de INEI Sitio web: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1437/libro.pdf

INDECOPI. (2018). Principios de la Seguridad de la Información. noviembre10, 2018, de INDECOPI Sitio web: <https://www.indecopi.gov.pe/principios-de-la-seguridad-de-la-informacion#>

César Rivadeneyra Fernández. (2018). DEPRECIACIÓN CONTABLE DE LOS ACTIVOS FIJOS. Noviembre 17, 2018, de Colegio de contadores públicos de Lima Sitio web: <http://www.ccp1.org.pe/webadm/aporte/DepreciacionContableActivosFijos.pdf>

ENRIQUE PINTADO ESPINOZA. (2016). IMPUESTO A LA RENTA – Amortización del activo intangible que se genera por el derecho de uso que se otorga a un concesionario respecto de los bienes de una concesión. . Noviembre 17, 2018, de SUNAT Sitio web: <http://www.sunat.gov.pe/legislacion/oficios/2016/informe-oficios/il86-2016.pdf>

Redacción Gestión. (2016). Tratamiento tributario de la amortización de los gastos preoperativos. Noviembre 17, 2018, de Gestión Sitio web: <https://gestion.pe/gestion-tv/cuentas-claras/tratamiento-tributario-amortizacion-gastos-preoperativos-111670>

Superintendencia de banca, seguros y AFP. (2018). TASA DE INTERÉS PROMEDIO DEL SISTEMA BANCARIO. Noviembre 24, 2018, de Superintendencia de banca, seguros y AFP Sitio web: <http://www.sbs.gob.pe/app/pp/EstadisticasSAEEPportal/Paginas/TIActivaTipoCreditoEmpresa.aspx?tip=B>

Damodaran. (2018). Betas by Sector (US). noviembre 30, 2018, de Damodaran Online Sitio web: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Banco Central de Reserva del Perú. (2018). BONOS DEL TESORO EE. UU. - 10 AÑOS (%). noviembre 30, 2018, de BCRP Data Sitio web: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04719XD/html>

Banco Central de Reserva del Perú. (2018). SPREAD - EMBIG PERÚ (PBS). noviembre 30, 2018, de BCRP Data Sitio web: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04709XD/html>

Datos Macro. (2018). Prima de riesgo de Estados Unidos (USA). noviembre 30, 2018, de Datosmacro.com Sitio web: <https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/usa>

DEPERU.COM (2018) Modelo de Contrato de Locación de Servicios, 09 de Diciembre, 2018, Sitio web: <https://www.deperu.com/documentos/modelo-de-contrato-de-locacion-de-servicios-para-comisionistas-781>

ANEXOS

ANEXO I

Ficha: Guía de Indagación – Cuidadoras

PROYECTO: “DEDICADAS”

Objetivo: Validar la hipótesis de la idea de negocio.

Buenos días, tardes, noches, mi nombre es, pertenezco a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En esta oportunidad conversaremos sobre un tema dedicado al cuidado del adulto mayor.

1. ¿Cuéntame el detalle de tu experiencia laboral?
2. ¿Cómo te sientes trabajando con adultos mayores? ¿Qué dificultades has tenido con este tipo de atención? (Esta pregunta es para darle vuelta y ver que contestan)
3. ¿Cuál es el salario que has tenido en tus anteriores trabajos?
4. ¿Estarías interesada en trabajar en servicios de 6 a 8 horas a través de una plataforma de contacto (aliadas)?
5. ¿Estarías dispuesta a trabajar bajo la modalidad de recibo por honorarios?
6. ¿Por qué consideras que eres la persona indicada para trabajar bajo esta modalidad?
7. ¿Cómo harías para enfrentar una situación difícil de un adulto mayor que le gusta conversar mucho y es muy demandante? ¿Solo lo dejas hablar y no le haces caso? ¿Cómo enfrentarías esta situación?

ENTREVISTA N°1

Nombre: Michael Enríquez

Michael Enríquez, trabaja actualmente en San Isidro, se encuentra buscando trabajo de medio turno para sus días libres. Tiene 5 años de experiencia. Comenta que tiene dos pacientes (dos esposos) que la cuida de manera normal, además tiene experiencia también como niñera. No tiene problema trabajar por recibo por honorarios, está interesada en ingresar a la plataforma de “Dedicadas”. Actualmente, le pagan quincenal y su promedio mensual es de S/. 1,500 a S/. 1,800.

ENTREVISTA N°2

Nombre: Guisella Vanessa Cruzado

Guisella Cruzado, tiene 32 años, trabaja actualmente en la empresa Victoria, es una empresa que fábrica ropa de bebés y se encuentra dentro del tópico de atención a colaboradores. Comenta que sus horarios son rotativos, pero en la mayoría de los casos está 12 o 24 horas seguidas. Además, no tiene problema de trabajar bajo la modalidad de recibos por honorarios. Se adecua al horario que la empresa solicita. Le apasiona su trabajo, su carrera, tiene 5 años de experiencia en el cuidado del adulto mayor, felizmente no ha tenido alguna experiencia mala, pero si tiene experiencia con pacientes particulares y le ha ido muy bien. Actualmente, el pago es de manera quincenal y según la complejidad del adulto mayor es su cobro, si es un adulto mayor sano cobra por 12 horas S/. 120,00 y si tiene mayor dificultad S/. 150,00. Tiene estudios de salud y nos comenta que le encanta todo lo referente a la geriatría.

ANEXO II

Ficha: Guía de Indagación – CLIENTES

PROYECTO: “DEDICADAS”

Objetivo: Validar la hipótesis de la idea de negocio.

Buenos días, tardes, noches, mi nombre es _____, pertenezco a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En esta oportunidad conversaremos sobre un tema acerca del cuidado del adulto mayor.

- ¿Con cuántas personas dentro del rango del adulto mayor vive con usted?
- ¿De qué edad son o es?
- Cuéntame, ¿Cómo es la situación de vivir con un familiar adulto mayor?
- ¿Existe alguna problemática que se genera al vivir con un adulto mayor? ¿Qué problemas suelen enfrentar en esta situación?
- ¿Cuál ha sido lo más crítico para ti entorno a esta situación?
- ¿Qué tan seguido ocurren inconvenientes o dificultades con el adulto mayor?
- Actualmente, ¿Cómo enfrentas o resuelves esta situación?
- ¿Qué solución te gustaría que hubiera para este problema?
- ¿Estarías dispuesto a pagar por una persona que se encargue del cuidado básico del adulto mayor? ¿Cuánto aproximadamente estás dispuesto a pagar?
- Cual crees que sería la mayor frecuencia de necesitar a una persona encargada del cuidado, por mes, ¿por días o por horas?
- ¿Estarías dispuesto a pagar el servicio a través de una plataforma web afiliando alguna tarjeta de débito o crédito?

ENTREVISTA N°1: Señora Zarela

- ¿Con cuántas personas dentro del rango del adulto mayor vive con usted?

Solo 1.

- ¿De qué edad son o es?

Tiene 80 años.

-Cuéntame. ¿Cómo es la situación de vivir con un familiar adulto mayor?

La mamá de la Sra. Zarela tiene demencia senil, pero está en una fase leve todavía es independiente al menos camina y va al baño sola, y nos comenta que en su caso no la pueden dejar sola por temor a que le pueda ocurrir alguna desgracia.

- ¿Existe alguna problemática que se genera al vivir con un adulto mayor? ¿Qué problemas suelen enfrentar en esta situación?

Al tener demencia senil a veces se siente confundida y desorientada en el tiempo, habla incoherencias, tiene dificultad cerebral como no reconocer a algunas personas, se olvida de donde está, no recuerda donde pone los objetos.

- ¿Qué ha sido lo más crítico para ti entorno a esta situación?

El año pasado la anciana se desorientó en su propio hogar y tropezó propiciando un golpe en la cabeza, esto generó que PADOMI llegará de emergencia a casa y se la llevaran al hospital de inmediato donde se quedó internada ya que estaba con la presión baja, y se le voltearon los ojos.

- ¿Qué tan seguido ocurren inconvenientes o dificultades con el adulto mayor?

Ocurrió de tal magnitud una sola vez, pero desde allí tiene que estar siempre bajo supervisión de alguna persona adulta.

-Actualmente ¿Cómo enfrentas o resuelves esta situación?

Desde el accidente que tuvo su madre, Zarela y sus hermanos han optado por turnarse para cuidarla, cada hermano la cuida una temporada en su casa.

- ¿Qué solución te gustaría que hubiera para este problema?

Siempre tener a una persona de confianza para que pueda dedicarse a la atención de la anciana.

- ¿Estarías dispuesto a pagar por una persona que se encargue del cuidado básico del adulto mayor? ¿Cuánto aproximadamente estás dispuesto a pagar?

Si estaría dispuesta a pagar a una persona de confianza mientras mis hermanos y yo nos vamos a trabajar, pagaría hasta S/1,300

-Cual crees que sería la mayor frecuencia de necesitar a una persona encargada del cuidado, por mes, ¿por días o por horas?

Por lo menos 8 horas de lunes a viernes.

- ¿Estarías dispuesto a pagar el servicio a través de una plataforma web afiliando alguna tarjeta de débito o crédito?

Si es seguro, si estaría dispuesta.

ENTREVISTA N°2: Señora Karen

- ¿Con cuántas personas dentro del rango del adulto mayor vive con usted?

Solo 1.

- ¿De qué edad son o es?

Tiene 84 años.

-Cuéntame. ¿Cómo es la situación de vivir con un familiar adulto mayor?

La Srta. Karen vive con su papá un anciano de 84 años, quien camina y habla sin ninguna dificultad, pero ha perdido gran parte de la visión y audición. Ella trabaja todos los días y le deja la comida ya lista antes de marcharse a laborar.

- ¿Existe alguna problemática que se genera al vivir con un adulto mayor? ¿Qué problemas suelen enfrentar en esta situación?

La preocupación de dejarlo solo y que pueda tener algún accidente dentro o fuera de casa.

- ¿Qué ha sido lo más crítico para ti entorno a esta situación?

Se ha caído en la calle y ha llegado a la casa con moretones, por no preocuparla le dice a su hija que se ha golpeado, pero días después esta se entera por los vecinos que se ha caído en la calle.

- ¿Qué tan seguido ocurren inconvenientes o dificultades con el adulto mayor?

Varias veces ya que en diversas oportunidades lo he encontrado con moretones.

-Actualmente ¿Cómo enfrentas o resuelves esta situación?

Le pide a su prima del piso continuo que lo mire de rato en rato, lo llama a la casa en la hora de almuerzo, y deja toda la casa en orden para que él tenga todo a la mano.

- ¿Qué solución te gustaría que hubiera para este problema?

Encontrar a una persona que pueda quedarse con el anciano por horas hasta que llegue de trabajar, no necesariamente una profesional ya que él camina, habla sin ningún problema.

- ¿Estarías dispuesto a pagar por una persona que se encargue del cuidado básico del adulto mayor? ¿Cuánto aproximadamente estás dispuesto a pagar?

Si estaría dispuesta a pagar a una persona que me pueda ayudar con el cuidado de mi padre. Aproximadamente S/. 50 por 8 horas

-Cual crees que sería la mayor frecuencia de necesitar a una persona encargada del cuidado, por mes, ¿por días o por horas?

Por horas, ya que saliendo de trabajar yo me puedo encargar de vigilarlo.

- ¿Estarías dispuesto a pagar el servicio a través de una plataforma web afiliando alguna tarjeta de débito o crédito?

Si estaría dispuesta.

ENTREVISTA N°3: Erick Roques

El Sr. Riques, vive con su madre de 67 años y su abuelo 92 años y trabaja de forma independiente. Nos comenta que los dos adultos mayores son personas delicadas que requieren de mucha atención, dado a que se le debe de ayudar a cambiar de ropa, a comer, necesitan de asistencia permanente para toda la actividad física que deseen realizar. Su abuelo tiene cinco hijos y solo dos de ellos se hacen responsables, porque los demás no tienen tiempo de atenderlo. Pero, la más sacrificada es su mamá dado a que vive con ella. El problema básicamente es que, al estar todo el día con su abuelo, no puede salir a ningún lado y debe de estar pendiente de él. Recuerda que lo más crítico que le ha ocurrido, es que su abuelo se cayó de cabeza y tuvo que ser intervenido y además siempre se cae por querer caminar. Nos comenta que la falta de conocimiento cómo reaccionar ante esas situaciones, además su abuelo pesa 100 kilos y es complicado levantarlo por lo que necesita de dos personas y su madre sola no puede. Debido a la falta de apoyo de todos los hijos y además de la falta de tiempo se está evaluando la posibilidad de dejarlo en una casa reposo donde pueda ser atendido por personas especializadas. Considera que una solución es ello, enviarlo a la casa reposo o quedarse con una persona que lo pueda cuidar y atender bien. Sí estaría dispuesto a pagar por una persona que lo vea de lunes a viernes, por día 50 soles. Sí podría afiliarse su tarjeta al pago si es una solución garantizada.

ENTREVISTA N°4: Sr. Huamán

El Sr. Huamán vive con su madre de 78 años y su padre de 73 años. Nos cuenta que es una situación de mucha responsabilidad, dado a que debe estar pendiente de su alimentación, de sus cuidados, sus medicamentos; considera que son dos niños nuevamente. Además, no cuentan los que los aqueja o lo que les pasa por evitar ser

regañados. Además, sus padres quieren movilizarse aun como si fueran jóvenes y no toman conciencia que no pueden hacerlo como antes. Su madre desea salir de paseos, no le gusta estar en casa, por ello se inscribió en el CAM, y ello le genera una preocupación. Dado que, en alguna oportunidad, su madre sufrió un accidente al querer bajar del bus que los lleva de paseo, pero no les dijo nada, entonces se quejó de dolencias después de varios días y tuvieron que tratarla, si su madre hubiera avisado con tiempo probablemente las consecuencias hubieran sido menores. Sus padres se quedan solos, ya que todos trabajan. Los accidentes en realidad son eventuales, pero no se alimentan bien en el día a día. Considera como solución tener una persona que les apoye más que nada que coman bien, que tomen sus medicamentos y que sobre todo se comunique con los hijos y le informen si sus padres estén bien o mal. Necesitaría un servicio de lunes a viernes y las posibilidades de pago son de 1000 soles.

ENTREVISTA N°5: Sra. Estela Cuya

La señora Estela vive con sus padres y con su abuelita, son siete hermanos y no todos pueden verlos por falta de tiempo, solo ella y su hermana porque viven con ellos. Considera que es como si retrocedieran el tiempo y volvieran a ser niños, porque deben estar pendientes de absolutamente todo, de sus movimientos, de lo que comen, porque no desean comer lo que el médico dice y desean salir a caminar sin compañía. El problema es que ella se limita para poder salir, considera que carga toda la responsabilidad. Además, sus padres ya tienen pérdida de memoria, no se acuerdan las cosas, no retienen información. Sobre todo, cuando van a las citas médicas, ellos van solos y cuando les preguntan qué les dijo el médico no saben que decir o explicar bien lo que dice el médico. Recuerda que lo más crítico que le ha ocurrido es cuando sus padres salieron solos y no llegaban a casa. Se preocuparon tanto y llamaron a toda la familia y después de varias horas llegaron a casa. Adicional, no sabe si toman sus medicamentos a tiempo o terminan su tratamiento, quizás por eso su salud empeoran. Considera que ya no pueden estar solos, tienen que tener compañía de todas maneras. El esfuerzo que realiza junto con su hermana es bastante, dado a que tienen que turnarse dejar las cosas preparadas desde un día anterior, ellas trabajan, y le piden de favor a una vecina que los vea de vez en cuando, pero sabe que no es lo mismo. Una solución es contratar una persona, pero por tiempos que los ayude a comer o ver que tomen sus medicamentos a tiempo. Podríamos pagar 10

soles la hora y sí sería a través de una plataforma, aunque se sabe que los referidos es el medio más común.

ENTREVISTA N°6: Sra. Janeth Rojas

La Sra. Janeth vive con su padre de 83 años y su madre de 74 años, adicional tiene dos hijas pequeñas. Sus padres son muy hogareños, su papá prefiere mirar el televisor todo el día y su mamá cocinar, solo se tienen que tener especial cuidado con eso porque su mamá no puede sufrir ningún corte, ya que su sangre no coagula rápido y por si ocurre ello han tenido que llevarla de emergencias. Siente que sus padres piensan que aún son jóvenes y pueden hacer sus cosas con total normalidad. El problema básicamente es que no pueden quedarse solos y si los llevan a las reuniones de la familia, se quieren retirar temprano porque tienen que dormir y eso afecta a la familia que también tiene que retirarse temprano. Adicional, no tiene tiempo y pasan la mayor cantidad del día solo, además su padre puede tener ciertas crisis y le es frustrante saber que no está a su lado para apoyarlo en esos momentos. Entre los dos se atienden porque no hay otra persona que se quede con ellos. Considera que sí podría contratar una persona con conocimientos básicos que se encarguen de ver el cuidado de sus padres y sean su compañía, entre todos pueden pagar un sueldo mensual de 1300 a 1700 soles.

ENTREVISTA N°7: Vldy Hurtado

Vldy Hurtado, es un joven de 30 años que trabaja y vive en casa de sus abuelos. Por ser una casa familiar, vive con su mamá, su hermana y su tía que tiene problemas de conducta al ser una persona de la tercera edad. Su tía Elena tiene 70 años, pero actúa como una niña y no obedece indicaciones por su salud. Él se siente frustrado porque no puede recibir visitas de sus amigos en casa por su tía y no tiene una vida tranquila al ver a su mamá siempre preocupada por ella. Se ha caído en varias oportunidades ya que durante el día no hay quien la vea, todos trabajan y cuando llegan a casa se turnan el cuidado. Ya han averiguado el costo de una persona profesional que se dedique a su cuidado, pero son bien elevados y en algunos casos de 12 horas. Además, a veces no tienen la paciencia que se requiere para la atención de un adulto mayor ni los cuidados que realmente se necesitan. Toda la familia podría pagar una persona que les apoyo, a modo de solución, por horas o que se encargue netamente de su tía.

ENTREVISTA N°8: Luis Alberto Ramírez

Luis Alberto Ramírez, tiene 57 años, es el último de 4 hermanos y el único que no trabaja por dedicarse a cuidar a su mamá Olinda. Nos cuenta que él trabajaba como contador dependiente, sin embargo, ahora lo hace desde casa, ya que a raíz que su mamá cayó enferma tuvo que dejar de trabajar y dedicarse netamente al cuidado. Su mamá tiene 81 años, no es una persona totalmente enferma, pero tiene problemas de presión y dolor de huesos muy fuertes por lo que ya no puede hacer las cosas de manera independiente. Ahora él cocina con instrucciones de su mamá, limpia la casa, lava la ropa y le da las medicinas a la hora que el doctor les ha indicado. Lo más difícil para él ha sido cuando su mamá se ha caído y no ha podido levantarla solo, porque se pone muy nervioso y no sabe qué hacer. Igual le pasa que tiene miedo de que se caiga de las escaleras ya que vive en un cuarto piso y tienen que ir a los controles. Sus hermanos lo apoyan de manera económica, pero igual no tiene pareja ni hijos por dedicarse netamente a su mamá. En algún momento pensaron como solución contratar a una enfermera, pero tampoco tienen esa confianza como para contratar a cualquier persona ya que su mamá es una persona que no confía en los demás, sería un poco complicado quizá contar con alguna cuidadora, preferimos manejarlo con personas de nuestro entorno.

ENTREVISTA N°9: Ana Sarmiento

Ana Sarmiento, tiene 45 años, es la quinta de nueve hermanos y trabaja por horas debido a que tiene que cuidar a su mamá de 78 años. Su mamá es una persona de edad, que tiene problemas ya por la edad como la osteoporosis avanzada, el médico le ha dado indicaciones que ya no puede realizar esfuerzos ni labores domésticas como lavar, planchar, cocinar, cargar peso del mercado. Su mamá se queja de constantes dolores de hueso y ya no tiene mucha recordación porque se olvida de tomar sus pastillas a la hora indicada. Considera que lo más crítico es que no tome sus pastillas a tiempo porque eso luego le provoca dolores. Ana es profesora y algunos días sale temprano y otros no. Siempre tiene que estar llamando por teléfono a su mamá para saber si todo está bien. Gracias a dios nos comenta que no ha sufrido algún accidente o alguna caída grave, solo nos cuenta que ya no se puede bañar completamente sola, porque no puede mover muchos

sus brazos al igual que cambiarse y requiere de ayuda. Conversando con sus hermanos sí desean contratar a una persona de confianza que les ayude con su cuidado, sobre todo, ayudarle en la cocina para que coma saludable, el tema de acompañarla al médico que muchas veces se tiene que ir sola porque todos trabajan y tener al día y el tiempo indicado la toma de sus medicinas. Considera que una cuidadora sería lo ideal porque su mamá no es persona que esté enferma o postrada en cama, solo es para hacerle compañía y apoyar. Podrían entre todos juntar un sueldo de 1,400 aproximadamente ya que cada hijo también tiene sus propios gastos con su familia.

ENTREVISTA N°10: Bernabé Balta

- ¿Con cuántas personas dentro del rango del adulto mayor vive con usted?

Con 1 persona, mi mamá.

- ¿De qué edad son o es?

Tiene 82 años.

-Cuéntame. ¿Cómo es la situación de vivir con un familiar adulto mayor?

Vivir con adulto mayor es como vivir con un niño, se debe tener paciencia, mucho cuidado y darle mucho amor.

- ¿Existe alguna problemática que se genera al vivir con un adulto mayor? ¿Qué problemas suelen enfrentar en esta situación?

Muchas veces se olvida de las cosas, son especiales con los alimentos, se aburren fácilmente, tienes que estar al pendiente para que no se sientan solos y a veces no se cuenta con mucho tiempo para poder dedicarse como se debe.

- ¿Qué ha sido lo más crítico para ti entorno a esta situación?

Hace un año estuvimos fuera de casa por temas laborales y se quedó sola por un rango de 3 horas, cuando regresamos no la encontramos, estuvimos desesperados, ella tenía la indicación de quedarse a esperarnos, pero se sintió aburrida y se fue a la iglesia, felizmente un vecino la vio y nos pudo avisar, pero fue un momento muy angustiante para todos.

- ¿Qué tan seguido ocurren inconvenientes o dificultades con el adulto mayor?

Ha ocurrido un par de veces, pero esta última sí fue muy preocupante, desde entonces tratamos de estar mucho más al pendiente.

-Actualmente ¿Cómo enfrentas o resuelves esta situación?

Buscamos turnarnos, a veces no se puede y tenemos que encargar a algún vecino o pedirle a un familiar que nos apoye por momentos.

- ¿Qué solución te gustaría que hubiera para este problema?

Quizá tener un apoyo en casa.

- ¿Estarías dispuesto a pagar por una persona que se encargue del cuidado básico del adulto mayor? ¿Cuánto aproximadamente estás dispuesto a pagar?

Si estaría dispuesto, dependiendo de los servicios y el horario que trabaje ya que si tenemos disposición económica para ello.

-Cual crees que sería la mayor frecuencia de necesitar a una persona encargada del cuidado, por mes, ¿por días o por horas?

Mensual.

- ¿Estarías dispuesto a pagar el servicio a través de una plataforma web afiliando alguna tarjeta de débito o crédito?

Si claro, prefiero hacer compras on line.

ANEXO III

CONTRATO DE TRABAJO DE LOCACION DE SERVICIOS

Conste por el presente documento, el Contrato de Locación de Servicios que celebran de una parte _____ con R.U.C. No. _____ y domicilio en _____ ::::::::::::::::::::, debidamente representada por su Gerente General _____, en adelante LA EMPRESA y de la otra parte el Señor _____, peruano, con D.N.I. No. _____, domiciliado en _____, en adelante EL LOCADOR, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: Por el presente documento, LA EMPRESA contrata los servicios del EL LOCADOR para que _____.

SEGUNDO: EL LOCADOR prestará sus servicios en forma personal sin estar sujeto a subordinación alguna. En consecuencia no estará sujeto a jornada, horario, permanencia ni dependencia laboral de LA EMPRESA.

TERCERO: EL LOCADOR deja constancia de su experiencia en el campo de la promoción de servicios, asegurando el oportuno cumplimiento de los encargos que realice.

CUARTO: Si bien EL LOCADOR prestará sus servicios sin estar obligado a horario alguno de trabajo, estará obligado al rendimiento óptimo del servicio por el cual se le contrata.

QUINTO: LA EMPRESA no está obligada a prestar apoyo material alguno a EL LOCADOR para la prestación de sus servicios, ya que todo cuanto necesite correrá de cuenta y cargo de aquél; sin embargo brindará toda la información y facilidades necesarias para la realización de su labor.

SEXTO: EL LOCADOR percibirá por sus servicios, contra la presentación del recibo correspondiente, un pago equivalente.

SÉTIMO: EL LOCADOR no está obligado a prestar servicios en forma exclusiva a LA EMPRESA, por tratarse servicios independientes, no sujetos a subordinación laboral.

OCTAVO: Será causal de resolución del presente contrato, que EL LOCADOR no ejerza cabalmente las responsabilidades a su cargo.

NOVENO: El plazo de vigencia del presente contrato es de tres meses, desde el ___ de mayo del 20__ hasta el _____ de diciembre del 20__

DÉCIMO: Se deja constancia que el presente contrato no genera relación laboral entre LA EMPRESA y EL LOCADOR, ni mucho menos, reconocimiento alguno de beneficios sociales (vacaciones, CTS, gratificaciones, etc.), sujetándose a las normas de locación de servicios contenidas en el Código Civil y lo estipulado en el presente contrato.

DÉCIMO PRIMERO: Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, será resuelto mediante arbitraje, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Lima, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional, declarando conocerlas y aceptarlas en su integridad.

En fe de lo cual y para su debido cumplimiento, se suscribe el presente contrato por duplicado en Lima, a los ___ días del mes de _____ de 20__.

LA EMPRESA

EL LOCADOR

Cotización de desarrollo Portal Web V1

DEDICADAS

DATOS GENERALES			
Responsable de cuenta	Fiorela Atencio	Cliente	Fiorela Atencio
Precio de venta	S/ 10,000.00	Empresa	
Fecha de presentación	02-11-2018	Fecha de aprobación	
Jefe de proyecto asignado	Carlos Meza	Tipo de desarrollo	Desarrollo
Fecha de inicio	No definido	Fecha Fin	No definido
Código web	089-2018-TI-DEDICADAS		

IMPLEMENTACIÓN DE PLATAFORMA WEB
RESUMEN EJECUTIVO
<p>El presente documento tiene por objetivo mostrar el tiempo de ejecución y alcance para el desarrollo de la plataforma web “Dedicadas”, la cual tiene como funcionalidad principal la reserva de cuidadoras para la atención de un adulto mayor que necesita cuidados específicos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Portal Web - https://www.dedicadas.net• Admin - https://www.dedicadas.net/admin
ALCANCE DEL DESARROLLO
<p>A continuación, se describe el alcance funcional como parte del desarrollo solicitado:</p> <p>I. Funcionalidades de la web</p> <p>A. Home</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Banners Informativos:</u> En esta sección se mostrará imágenes con descripción explícita sobre un Servicio o Cuidadora en especial. Ítems se mostrarán de forma deslizante horizontal (Slider)• <u>Sección informativa de Servicios</u>

Se mostrarán los servicios ofrecidos de forma resumen, el cual incluye una foto, título, descripción y un botón que redirige a la página de servicios detallado

- Sección de cuidadoras Destacadas
En esta sección se mostrarán las cuidadoras destacadas disponibles, se considerará una foto, los nombres y la profesión si es que fue registrado.
- Sección de Precios:
Bloques de precios de forma comparativa de forma vertical, donde se indicará el precio y características de cada paquete incluye.
- Bloque de Testimonios:
Se mostrarán los testimonios recopilados y/o destacados que los encargados de la administración de la empresa considere necesarios, lleva como objetivo impulsar el consumo y credibilidad dentro del portal.
- Sección de Últimas Noticias:
Se presentará de forma de pequeños bloques dentro de un slider horizontal, cada ítem considera una imagen, título y descripción corta de la noticia.

B. Acerca De

Página no dependiente donde se mostrará toda la información relacionada a la empresa “Dedicadas”, el contenido será dinámico y configurable desde el panel de administración.

C. FAQ – Preguntas Frecuentes:

Página que mostrará las preguntas frecuentes, términos y condiciones y/o reglas definidas por la empresa, la presentación será visualizada en forma de acordeón para simplificar la lectura visualmente.

D. Página de cuidadoras:

En esta página se mostrarán las cuidadoras en general, presentando cada ítem la foto, nombres, profesión y un hipervínculo que permitirá visualizar el perfil completo de cada cuidadora.

E. Formulario de Contacto:

Dicho formulario permitirá que las personas en general envíen sus consultas y/o sugerencias a un correo definido por la empresa (Configurable en el panel de administración), la ventana incluye un mapa donde se ubican geográficamente las oficinas de la empresa.

F. Página de Servicio (Individual)

En esta página se mostrarán todos los detalles de un servicio en específico, la conexión directa viene desde el bloque de servicios de la página Home.

La información a mostrar:

- Foto principal

- Descripción del servicio
- Lista de otros servicios (Barra lateral derecha)

G. Perfil de Cuidadora (Individual)

En esta página de mostrar toda la información personal sobre una cuidadora en específico, la conexión directa v desde el bloque de “Cuidadoras” de la página Home.

La información a mostrar:

- Foto principal
- Nombres
- Especialidad
- Acerca de: Información relevante sobre dicha persona
- Contacto: Información de contacto adicional para consultas externas
- Sección de “Otras Cuidadoras Destacadas en la parte inferior”

H. Blog

Página independiente que mostrara las noticias ordenadas por fecha de creación (Contenido multimedia que el master cargue en el panel de administración)

Se consideraron los siguientes ítems por cada Ítem (Post)

- Foto principal
- Título de la noticia
- Categoría / fecha publicación
- Breve descripción
- Botón que redirige a la página de noticia individual
- Sección de categorías (Cuadro lateral derecho)

I. Página Ítem – Blog

En esta página se detalla la información de la noticia de forma individual, las características y contenido es:

- Foto principal
- Título de la noticia
- Categoría / fecha de publicación
- Contenido de la noticia
- Botones sociales (Facebook, Twitter, Pinterest, Email, Compartir)
- Sección de comentarios (Plugin de Facebook)
- Sección de categorías (Cuadro lateral derecho)

J. Reserva de Cuidadora

El usuario deberá escoger el tipo de servicio:

- Por Horas
- Por Días

Posterior a esto deberá seleccionar el distrito donde se tendrá cobertura:

- San isidro
- Miraflores
- Surco
- Barranco
- Surquillo
- Lince

- Jesús María
- La Molina
- Magdalena del Mar
- San Miguel
- Chorrillos
- San Borja
- Pueblo Libre

A continuación se deberá escoger en un calendario visualmente los días y/o horas que ocupara la reserva

Una vez completa toda la información se muestra una lista de cuidadoras disponibles a seleccionar.

El resumen de la reserva incluye todos los datos previamente seleccionados

Posterior a esto se mostrara el formulario de registro, una vez completado el registro el cliente deberá llenar o
adicionales como:

- Dirección para el servicio (detallado)
- Método de pago (Pasarela de pagos Culqi Checkout)

K. Registro de usuario

La vista de registro de usuario, el cual recopilara la información necesaria para que dicha persona pueda hacer
pedido/reserva de una cuidadora anteriormente.

L. Inicio de sesión:

En la web solo habrá un hipervínculo que redirija a <https://www.dedicadas.net/cuenta> donde podrá iniciar sesión
con las credenciales con la que se registró previamente.

II. Funcionalidades del módulo Administrador

A. Inicio

Resumen / Información relevante

- Total de Usuarios
- Total de Categorías
- Total de Noticias

B. Usuarios

Gestión de usuarios, creación, actualización y borrado de usuarios

C. Configuración general

En esta sección se podrá configurar parámetros para personalizar el Sitio Web, entre las características se encuentran

- Carga de Logo del sitio (Imagen)
- Carga del icono de sitio (favicon)
- Contenido General:
 - Acerca de. (Footer)

- Copyright (Footer)
- Dirección de contacto
- Email de contacto
- Teléfono de contacto
- Parámetros de Email
 - Email para contacto
 - Asunto de contacto
 - Mensaje de agradecimiento
- Noticias: Configuración de cuantas noticias se mostraran en la web
- Configuración SEO: Para Posicionamiento Web
 - Título Meta
 - Palabras clave
 - Meta Descripción
- Configuración de títulos y subtítulos de las paginas
- Configuración dinámica de color

D. Páginas

En esta sección se podrá configurar las páginas que se desea agregar a la web, tanto seleccionando una plantilla predefinida o con contenido estático.

Se considera las siguientes acciones:

- Agregar
- Editar
- Eliminar

E. Menús

En esta sección se configuran los menús dinámicos a mostrar en la web, cada menú puede estar vinculado a una página, categoría, blog o contenido estático que defina el web master, se considera las acciones de: agregar, modificar orden y eliminar.

F. Sección de Noticias

Se podrá configurar las Categorías, Noticias y Comentarios para ser mostrados en el Blog del sitio.

G. Sección de Cuidadoras

Mantenimiento general de Cuidadoras, se considera las siguientes acciones:

- Agregar cuidadora
- Actualizar información de cuidadora
- Eliminar Cuidadora

H. Sección de Elementos:

Sección donde se podrá configurar los elementos que se muestran en la web en general:

- Ítems Para el Slider
- Testimonios
- Servicios

I. Sección de Precios

Se podrá configurar de manera intuitiva los paquetes y precios que se muestran en el Home, se consideran acciones: Agregar, Editar, Eliminar

J. Sección FAQ – Preguntas frecuentes:

En esta sección se configura las categorías y los ítems que se mostraran en la página FAQ del portal web.

K. Redes Sociales

En esta vista se puede configurar las redes sociales usadas por la empresa, esta será la información que se muestra en los diversos bloques que muestran redes sociales en el portal web.

L. Perfil de Usuario

En esta sección se permite actualizar la información de usuario, entre las características tenemos:

Actualizar Información personal:

- Nombre
- Foto
- Correo Electrónico
- Teléfono
- Rol

Actualización de Foto

- Carga de nueva foto de perfil

Actualización de contraseña

- Se debe digitar la nueva contraseña y repetirla por razones de seguridad

Información Adicional (Recomendación):

Servicio	Proveedor	Precio
Alojamiento Web	https://www.tecnoweb.net	Plan profesional S/ 24.90 Mensual
Dominio (dedicadas.net)	https://www.name.com/	\$ 10.99
Certificado de seguridad SSL (2 opciones)	https://www.name.com/	Comodo Essential SSL - \$9.99 Anual
	https://www.name.com/	RapidSSL Wildcard – \$129.99 anual

I. Presupuesto de ejecución

El tiempo total de Ejecución aproximado es de: **75 días** para desarrollo y publicación.
El costo de ejecución es: **S/ 10,000.00 (Diez mil con 0/100 soles).**

Se considera:

- Recomendaciones de alojamiento, dominio ni certificado.
 - Vista perfil de usuario en portal web
 - Vista de reservas hechas por el usuario
 - Vista de seguimiento de reservas
 - Anulación automática de reservas
 - Registro de cuidadoras por el portal Web
-
- Los tiempos y costos indicados se han basado en los alcances por los encargados de la cuenta
 - Cualquier modificación fuera del presente alcance implicará cambios en el cronograma impactando en tiempos y costos de ejecución.
 - **La estimación de la fecha de inicio se coordinará luego de la aceptación formal de empresa solicitante**

IORELA ATENCIO SARMIENTO