

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL



**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN
CAMPAMENTO VACACIONAL DIRIGIDO A NIÑOS CON SOBREPESO U
OBESIDAD EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Previo a la Obtención del Título de:

Ingeniero Comercial y Empresarial
Especialización Comercio Exterior y
Especialización Finanzas

Presentado por:

Diana Carolina Gaihor Vinueza
Carlos Antonio Parrales Ramos
Verónica Irene Valdez Vallejo

Guayaquil – Ecuador

2009

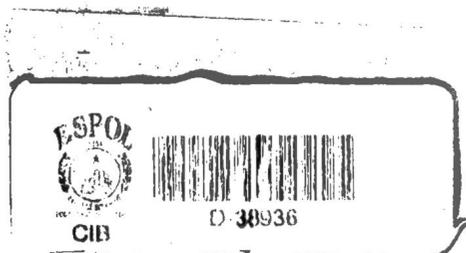
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN


ING. OSCAR MENDOZA
DECANO DE LA FEN


EC. GEOVANNY BASTIDAS
SUBDECANO DE LA FEN



CIB-15574



DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)



Diana Carolina Gaibor Vinueza



Carlos Antonio Parrales Ramos



Verónica Irene Valdez Vallejo



Dedico el trabajo realizado a Dios, a mis padres y hermana por todo su apoyo.

Diana Gaibor V.

Dedico el presente trabajo a Dios y a mi familia por el apoyo brindado durante toda mi etapa estudiantil.

Carlos Parrales R.

A Dios, a mi familia y amigos por su apoyo incondicional.

Verónica Valdez V

INDICE GENERAL

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	8
---------------------------------	----------

CAPÍTULO 1: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

1.1	Diseño de la Investigación	10
1.2	Realización de la Investigación de Mercado	13
1.3	Resultado de la Investigación de Mercado	14

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS EXTERNO

2.1	Situación General del Ecuador	18
2.2	Análisis Sectorial y Estudio de la Competencia	21

CAPÍTULO 3: PLAN ESTRATÉGICO

3.1	Estrategias Genéricas	29
3.2	Competencia Distintiva	30
3.3	Visión, Misión y Objetivos Generales	30
3.4	Organigrama inicial	31

CAPÍTULO 4: PLAN COMERCIAL

4.1	Producto	33
4.2	Precio	37
4.3	Plaza	37
4.4	Promoción	38

CAPÍTULO 5: PLAN DE OPERACIONES

5.1	Logística	40
5.2	Descripción del Esquema de Servicio	42
5.3	Gestión de Calidad	43

CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO

6.1	Supuestos Generales	45
6.2	Estructura de Capital y Financiamiento	49
6.3	Estados Financieros Proyectados	50
6.4	Criterios de Evaluación del Flujo	56
6.5	Análisis de Sensibilidad	60

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y COMENTARIOS

7.1	Conclusiones	61
7.2	Comentarios	62

ANEXOS

Anexo 1: Definición del problema, Hipótesis, Objetivos generales y Objetivos específicos	63
Anexo 2: Definición de obesidad	66
Anexo 3: Guía de Grupos de Enfoque	72
Anexo 4: Guía de Entrevistas a Profundidad	73
Anexo 5: Modelo de Encuesta	74
Anexo 6: Transcripción de los Grupos de Enfoque	77
Anexo 7: Transcripción de Entrevistas a Profundidad	87

Anexo 8: Resultado de Sondeo	96
Anexo 9: Descripción de Puestos	104
Anexo 10: Dieta Referencial	106
Anexo 11: Descripción del Método de selección de la ubicación	107
Anexo 12: Gráfico de Esquema de Servicio	109
Anexo 13: Detalle de Activos Fijos y Suministros	110
Anexo 14: Tabla de Amortización	113
Anexo 15: Cálculo de Beta y Riesgo País	114
<u>BIBLIOGRAFÍAS</u>	116

RESUMEN EJECUTIVO

Para gran parte de la población mundial, la obesidad ha llegado a ser una obsesión, problema que no excluye a niños y niñas. La obesidad infantil está en aumento y preocupa gravemente a profesionales de la salud, padres y educadores. Los niños de hoy en día se tornan gordos con más rapidez que en cualquier otra época.

Dadas estas circunstancias, el presente plan de negocio consiste en la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso u obesidad, en donde personas especializadas puedan contribuir a la mejora de la salud de estos niños, ofreciéndoles apoyo nutricional, mecanismos de conducta, e inculcando en ellos el hábito del deporte y de una cultura alimenticia saludable, para que a futuro tengan un mejor estilo de vida.

El campamento que se propone crear llevará el nombre de “**CAMPAMENTO VACACIONAL SALUDABLE**” y estará ubicado en un terreno de 6000 m² al pie del río Daule en la vía La Aurora, cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande. El campamento está diseñado para una capacidad de 50 campistas y el precio mensual por campista se ha fijado en US \$800.

Para promocionar el servicio antes mencionado, se realizará una campaña publicitaria en las escuelas y colegios particulares de la ciudad de Guayaquil, además de una campaña en los medios de comunicación que iniciará en noviembre de cada año y tendrá una duración de cuatro meses.

La inversión inicial se ha estimado en US \$ **338,605.63**, misma que será financiada en 40% por deuda. De igual manera, se ha estimado la tasa de descuento en 14.40%, obteniendo una Tir de 25.82% y un Van de US \$ **224,026.05**.

CAPÍTULO 1: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

1.1 Diseño de la Investigación

METODOLOGIA INVESTIGATIVA

El enfoque que tuvo la investigación fue Exploratorio¹ (*Ver Anexo 1 para una descripción detallada del proceso investigativo*).

La investigación exploratoria tiene como objetivo descubrir ideas y conocimientos, entre sus características están la flexibilidad y versatilidad.

Los métodos que se utilizan en una investigación exploratoria son:

- Investigación cualitativa
- Análisis de datos secundarios
- Sondeo

Existen diversas razones para utilizar una investigación cualitativa, entre ellas que la gente puede no estar dispuesta o no ser capaz de contestar ciertas preguntas, o no está dispuesta a dar respuestas verdaderas a preguntas que invaden su privacidad, que los avergüenza o que tienen un impacto negativo en su ego o status. Siendo el peso un asunto que las personas tratan con especial delicadeza, es conveniente optar por un estudio exploratorio para la investigación central del presente plan de negocios.

¹ INVESTIGACION DE MERCADOS, Kinnear/Taylor, Quinta edición, McGrawHill, 2000.

En segundo lugar, la gente puede ser incapaz de proporcionar respuestas exactas a preguntas que tocan su subconsciente. Como parte de la investigación cualitativa, se realizaron grupos de enfoque y entrevistas a expertos. Un grupo de enfoque¹ es una entrevista no estructurada y natural con un pequeño grupo de encuestados, guiada por un moderador capacitado. El propósito principal de los grupos de enfoque es obtener puntos de vista al escuchar a un grupo de personas del mercado objetivo hablar sobre temas de interés para el investigador.

Para esta investigación se realizaron dos grupos de enfoque. El primer grupo de enfoque estuvo conformado por niños con las siguientes características:

Edad: 8 a 13 años

Sexo: Indiferente

IMC: Superior a lo establecido de acuerdo a la edad. (*Ver Anexo 2 para definición de obesidad y cálculo del IMC*)

Ingresos de los padres: Superiores a los 1.000 dólares mensuales.

En el segundo grupo de enfoque participaron los padres de los niños del primer grupo de enfoque. (*El Anexo 3 incluye la guía de preguntas utilizadas*)

Por otro lado, las entrevistas a expertos, son diálogos con profesionales del sector y conocedores del ramo. La información se obtiene en entrevistas personales, sin aplicar un cuestionario formal. Sin embargo, conviene preparar una lista de los temas que se vayan a tratar en la entrevista.

Para esta investigación se realizaron dos entrevistas a expertos. La primera entrevista se realizó a un psicólogo y la segunda a un nutricionista. Ambos profesionales poseen una amplia experiencia en sus campos y énfasis en trabajo con niños. *(El Anexo 4 muestra la guía de preguntas)*

Los datos secundarios son datos recopilados con algún propósito que no es el problema actual. Los datos secundarios incluyen información que procede de fuentes comerciales y gubernamentales, empresas privadas de investigación de mercados y bases de datos automatizadas. Los datos secundarios son económicos y son una fuente rápida de información general.

Para esta investigación entre la información requerida se puede mencionar la siguiente:

- Población infantil de la ciudad de Guayaquil.
- Tasa de crecimiento de la población infantil de Guayaquil.
- Ingresos mensuales de la cabeza familiar.
- Número de escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil.
- Porcentaje de obesidad en la población infantil guayaquileña.
- Número de campamentos vacacionales en Guayaquil, con sus respectivos costos y tiempos de duración.

El sondeo es una herramienta que se utiliza en procesos exploratorios, debido a que las encuestas realizadas no son mayores a 60, no tienen significancia estadística. Por la dificultad de acceder a un número estadísticamente significativo de individuos que pertenezcan a la población objetivo (no es fácil, en términos de tiempo, encontrar padres con hijos con sobrepeso), el sondeo es una herramienta conveniente para recopilar información sobre un número asequible de miembros de la población.

Debe tenerse presente que los resultados obtenidos mediante el sondeo ayudan a diseñar los grupos de enfoque. Para esta investigación se realizaron 40 encuestas dirigidas a padres de familia con hijos con sobrepeso u obesidad con ingresos superiores a 1000 dólares mensuales. *(Ver Anexo 5 que muestra el modelo de encuesta)*

1.2 Realización de la Investigación de Mercado

- Grupos de enfoque.

Los grupos de enfoque fueron dirigidos por el Sr. Carlos Parrales, el 20 de Noviembre del 2008, en la sala de eventos del Edificio Conauto de la ciudad de Guayaquil. El primer grupo de enfoque estuvo conformado por siete niños y en el segundo grupo participaron sus padres. Los grupos de enfoque fueron grabados y transcritos. La duración aproximada de cada grupo de enfoque fue de cuarenta minutos. *(Ver en el Anexo 6 la transcripción de los grupos de enfoque)*

Tabla 1: Participantes de Grupos de Enfoque

Niño(a)	Edad	Nombre del Padre
Sebastián Castro	9 años	Isabel Romero
Andrés Heredia	10 años	Juan Heredia
Aarón Espinoza	12 años	Yadira Díaz
Valentina Gómez	8 años	Carlos Gómez
Amira Zambrano	8 años	Patricia Ocejo
Cynthia Valencia	9 años	Glenda López
Pablo Cascante	11 años	Karina Peláez

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

- Entrevistas a Profundidad.

Las entrevistas a profundidad se realizaron y grabaron el día 10 de Noviembre del 2008, en los consultorios de Ecuasanitas de Guayaquil y fueron realizadas por la Srta. Verónica Valdez.

En la primera entrevista participó la Nutricionista Vilma Ayala y en la segunda entrevista la Psicóloga Gabriela Andrade Buestan. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de 45 minutos. *(Ver en el Anexo 7 la transcripción de las entrevistas)*

- Sondeo.

El sondeo se realizó los días 14, 15 y 16 de Noviembre del 2008, en los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil; en total se realizaron 40 encuestas. *(Ver Anexo 8 resultado del sondeo)*

1.3 Resultado de la Investigación de Mercado

- En el grupo de enfoque de los niños, se determinó que para ellos es una idea atractiva que exista un campamento vacacional donde practiquen los deportes que más les gusta y realicen actividades recreativas nuevas, y que para ellos no es un problema estar lejos de casa aproximadamente un mes. Dentro de las actividades que quisieran realizar están recibir clases de baile, guitarra y excursiones.
- En el grupo de enfoque de los padres, se determinó que ellos consideran interesante e importante que sus hijos adquieran buenos hábitos alimenticios mediante actividades deportivas, recreativas y talleres de motivación que los ayuden a tratar su enfermedad. También se determinó que la infraestructura física del campamento y su personal es muy relevante ya que deben

brindar seguridad y confianza tanto para los padres como para sus hijos.

- Además, ellos están dispuestos a participar en el tratamiento para combatir la enfermedad de sus hijos, recibiendo las charlas nutricionales que se ofrecerán especialmente para padres en el campamento; y a su vez les gustaría que se dé un seguimiento al problema para fortalecer los nuevos hábitos.
- En la entrevista a profundidad, la nutricionista aconseja que además de los niños, es necesario trabajar con los padres, y focalizarse en ellos, ya que si los niños son obesos, es debido a los malos hábitos de sus padres. Si no se puede cambiar la mentalidad del adulto, será difícil cambiar la de los niños, y el campamento vacacional serviría como un tratamiento para combatir la obesidad, que es considerada una enfermedad que a la larga trae problemas metabólicos que repercutirán durante toda la vida del niño.
- Además, la doctora comenta que a lo largo de su experiencia profesional, los niños durante sus vacaciones escolares, en los meses de enero, febrero y marzo, engordan hasta 10 libras, ya que no tienen la misma actividad física que en la escuela, y por más que acudan a cursos de natación o a practicar cualquier deporte, pasan más tiempo reposando en sus casas consumiendo comidas hipergrasas e hipercalóricas, y la poca actividad física que realizan no es suficiente. Por eso, ella recomienda un campamento de este estilo, ya que con una comida normoproteica, normocalórica y normograsa, más la actividad física de acuerdo a la edad, el niño en esos tres meses no subiría de peso sino que mantendría uno normal.

- La psicóloga a su vez comenta que la creación de un campamento vacacional que ayude a niños con problemas de obesidad y sobrepeso es una buena idea, porque muchas veces los padres, para que su hijo pierda peso lo llevan al doctor, pero se olvidan de la parte psicológica, o por el contrario lo llevan al psicólogo y no toman en cuenta la parte biológica. Entonces es recomendable que estas dos partes se complementen para que el tratamiento de esta enfermedad sea mucho más completo, ya que éste es un trabajo multidisciplinario en donde participa una doctora en nutrición, una psicóloga que se encarga de que la parte emocional del niño trabaje bien y un instructor que los ayude con los juegos y ejercicios físicos; y así, con el trabajo en equipo de estos profesionales, se verán resultados mucho más rápidos y efectivos porque se van a abarcar varias áreas y harán que el campamento sea productivo y trate de una manera más completa la obesidad y sobrepeso infantil.
- Mediante el sondeo se determinó que los métodos más utilizados para combatir la obesidad y sobrepeso en los niños son la dieta y el ejercicio, sin embargo dichos métodos no surten el resultado esperado en su gran mayoría por falta de motivación. Asimismo se determinó que a la mayoría de padres de familia les gustaría que el campamento sea en un complejo cerrado, que sea mixto y que su duración sea menor a un mes, indiferentemente de que sea niño o niña.
- De igual manera, en el sondeo se estableció que a los padres les gustaría que sus hijos reciban terapias de autoestima y motivación y que igualmente ellos están dispuestos a recibirlos.

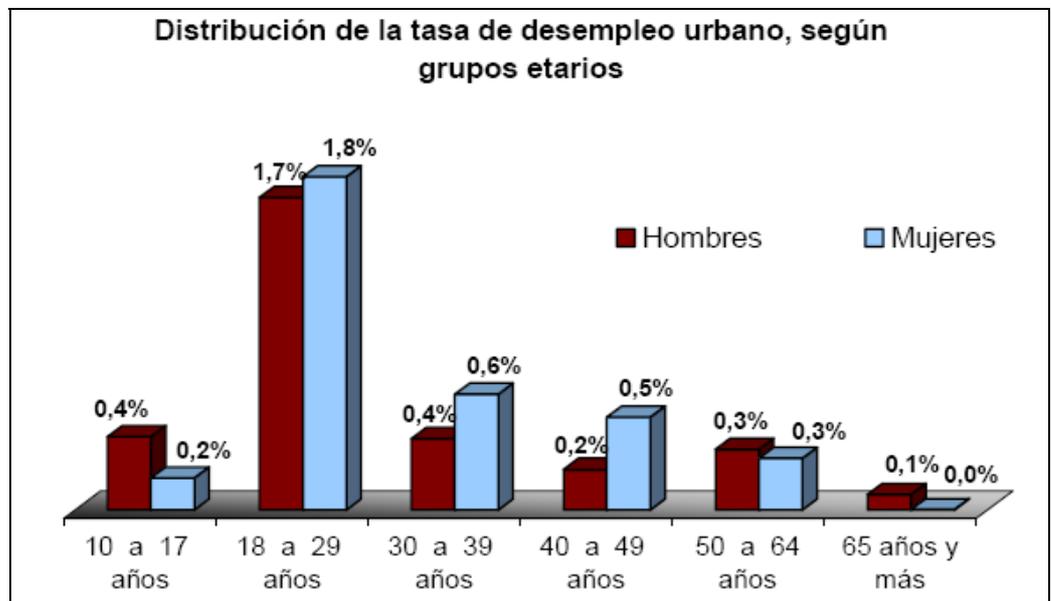
- En cuanto al costo del campamento, se estableció que el precio que estarían dispuestos a cancelar los padres encuestados es de USD. 500.00 por niño, aproximadamente.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS EXTERNO

2.1 Situación General del Ecuador

- Desempleo.

En un país en donde los activos productivos como el capital y la tierra están inequitativamente distribuidos, la fuerza de trabajo, o el potencial de una persona de generar ingresos laborales se convierte en el mayor activo que un hogar o una persona posee para vivir una vida digna y escapar de la pobreza. Sin embargo, el desempleo, los bajos salarios y la inestabilidad en el trabajo, constituyen los principales problemas laborales para los latinoamericanos, incluyendo el Ecuador.



Fuente: INEC, Boletín Principales Indicadores Laborales Urbanos, 2008

En la gráfica se observa la distribución de la tasa de desempleo urbano (6.5%) a junio del 2008, según grupos de edad y sexo.

Es evidente que está conformada por una alta proporción de personas de 18 a 29 años de edad, quienes no están ocupados en el mercado laboral; éstos, representan el 50% de la tasa de desempleo.

Adicionalmente se visualiza mayor proporción de mujeres desempleadas en los grupos de edad a partir de los 18 hasta los 49 años. Según este indicador, los jóvenes son los que se ven más afectados por el desempleo en el país, es por esto que se ven obligados a crear sus propias fuentes de empleo.

- Demografía²

En Guayaquil, 715.351 personas son niños y adolescentes, de los cuales 237.473 están entre los 0 a 5 años de edad; 242.802 están entre los 6 y 11 años; y, 235.076 tienen entre 12 y 17 años.

De este total de niños, el 17% padece de obesidad o sobrepeso, es decir 121.610 niños y adolescentes poseen esta enfermedad. Las estadísticas muestran un elevado número de niños y adolescentes con este problema, sin embargo no existen programas de control y prevención.

² Fuente: INEC, Ministerio de Salud, Diario “El Universo”: Edición 10 de septiembre del 2006.

- Estilos de Vida

El control remoto, las compras por teléfono, los vehículos, los celulares, los microondas, la comida rápida, la inmensa cantidad de horas que una persona se sienta frente a las computadoras y a la televisión, están favoreciendo a romper el equilibrio físico, mental y emocional en la vida de una persona.

Es de suma importancia tener el hábito del ejercicio desde edad temprana, sin embargo, las campañas para fomentar este hábito en Ecuador son escasas. Desafortunadamente no se le ha dado la importancia debida para inculcar a la niñez a tener este hábito que lo ayudará a mantenerse y lograr una mejor calidad de vida por largo tiempo.

Según la *Organización Mundial de la Salud* (OMS), salud es el bienestar físico, mental y social y no solo la ausencia de dolencias o enfermedades. En Ecuador la primera causa de muerte son los infartos al corazón y al cerebro; uno de los principales motivos de estas afecciones, es que cada día las personas se mueven menos y hacen menos ejercicios, es decir existe una vida más sedentaria³.

Tres horas y veinticuatro minutos es el promedio de tiempo que los ecuatorianos ocupan viendo televisión; esta estadística está en aumento. Este estilo de vida ha provocado más de cuatrocientos millones de obesos crónicos a nivel mundial⁴.

³ Fuente: Ministerio de Salud

⁴ Fuente: Organización Mundial de la Salud

En el Ecuador el 94% de los hogares tiene uno o más televisores, el promedio de que un televisor esté encendido en dichos hogares es de ocho horas y media al día, es el medio de comunicación de mayor penetración en la población ecuatoriana⁵.

En el Ecuador, más de la mitad de su población adulta e inclusive la población adolescente vive de forma sedentaria y el número va en aumento. En Guayaquil el panorama no es diferente, la televisión, los juegos electrónicos, la obsesión por la Internet se ubican entre las principales causas del sedentarismo. Los incorrectos hábitos de alimentación ocasionados por la sociedad de consumo hacen que cada vez aparezca en edades más tempranas la obesidad.

Desde los cuatro años, al inicio de la etapa escolar los niños tienen mayor riesgo de engordar. Un estudio del Ministerio de Salud advierte que el 17% de los estudiantes tiene sobrepeso, de ellos el 30% prefiere los empaquetados o comida chatarra como las papas fritas o hamburguesas, 41.50% toma cola y el 78% no come frutas.

2.2 Análisis Sectorial y Estudio de la Competencia.

- **Análisis Sectorial.**

En la industria de Control y Cuidado de la Salud, se encuentra el sector de Pérdida de Peso donde compiten los campamentos vacacionales para pérdida de peso.

⁵ Fuente: www.tvecuador.com

Una de las herramientas más utilizadas para evaluar la estructura del sector es el modelo de las cinco fuerzas de Porter⁶, según el cual la rentabilidad potencial de una industria en el largo plazo depende del grado de rivalidad entre los competidores existentes, de la amenaza de entrada de nuevos competidores, de la presión de productos sustitutos, y del poder de negociación de consumidores y proveedores.

Amenaza de Entrada

Las amenazas de entrada de nuevos competidores se refiere a la facilidad con que nuevas empresas pueden ingresar en el sector; depende del tamaño de las barreras de entrada y de las reacciones esperadas de los competidores presentes en el sector: si las barreras de entrada son altas y se espera una fuerte represalia de los competidores actuales, la amenaza de entrada es pequeña. En general, mientras mayor es la amenaza de entrada, menor es la rentabilidad en el sector⁶.

- Como barreras de entrada, se ha estimado una inversión inicial superior a los US \$300,000, y personal calificado, trece personas, para el funcionamiento del campamento, dentro de los cuales constan cinco guías, un nutricionista y un psicólogo. Las represalias esperadas por las empresas rivales, se consideran de baja intensidad debido a que ningún campamento tiene como objetivo el nicho de mercado a satisfacer.

⁶ Fuente: PLANEACION ESTRATEGICA DE LA TEORIA A LA PRACTICA, Mc Carthy y Perreault, McGrawHill

- El alto requerimiento de capital, y las pocas represalias esperadas por las empresas establecidas en el sector, hacen que la amenaza de entrada se considere baja. Por lo tanto se estima que la rentabilidad promedio del sector será alta en el largo plazo.

Rivalidad

El grado de rivalidad entre las empresas existentes en un sector se refiere a la intensidad con que dichas empresas compiten para mantener su posición en el mercado. Si uno o más competidores sienten que su posición peligra, o creen que pueden mejorarla, acudirán a tácticas como la competencia en precios, las batallas de publicidad, las introducciones de nuevos productos y/o la oferta creciente de servicio al cliente. En general, a mayor rivalidad en el sector, menor rentabilidad⁷.

- El número de empresas que actualmente se dedica a ofrecer nutrición y distracción simultáneamente es nulo, sin embargo, existe una amplia oferta de campamentos vacacionales, de manera que la entrada al mercado de un nuevo campamento no generaría mayor reacción en los competidores ya que tienen su mercado definido. Los campamentos vacacionales que existen en la ciudad, destinan pocos recursos a la promoción y publicidad de sus servicios, y rara vez amplían sus servicios.
- Sin embargo, la competencia entre todos los campamentos vacacionales tiende a ser muy agresiva en precios, si bien existen segmentos del mercado que están dispuestos a

⁷ Fuente: PLANEACION ESTRATEGICA DE LA TEORIA A LA PRACTICA, Mc Carthy y Perreault, McGrawHill

pagar más por características diferenciales (seguridad, variedad, etc.) En conclusión, el grado de rivalidad de competidores en este sector se considera neutral por lo que la rentabilidad promedio sería igual al costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

Sustitutos

La presión ejercida por productos sustitutos se refiere al número de productos capaces de satisfacer la necesidad cubierta por el producto del sector en estudio; en general, suelen realizarse comparaciones en términos de precios y desempeño, puesto que mientras más cercano es el valor de este índice, más cercana es la posibilidad de sustitución entre los productos. En general, mientras mayor es el número de posibles sustitutos, menores son los precios, y menor es la rentabilidad en el sector⁸.

- La necesidad que se satisface en el campamento vacacional de pérdida de peso es lograr que quienes asistan, pierdan peso sin sentirse presionados con un régimen de dieta y ejercicios estrictos, y que los resultados logrados permanezcan en el largo plazo.
- Los campamentos vacacionales que existen actualmente en Guayaquil a pesar de lograr que los niños, al realizar actividades físicas disminuyan su peso, no crean en ellos buenos hábitos alimenticios que permanezcan durante toda su vida. Además los métodos más utilizados por los padres de familia para que sus niños pierdan peso son la dieta y el

⁸ MARKETING ESTRATEGICO, Jean-Jacques, Tercera Edición, McGrawHill, 2002

ejercicio, los cuales al no contar con un seguimiento profesional no surten un efecto duradero. En conclusión debido al bajo número de sustitutos, la rentabilidad será alta en el largo plazo.

Poder de Negociación del Consumidor

El poder de negociación de los consumidores hace referencia a su capacidad de ejercer presión sobre los precios y sobre el nivel de servicio existentes en el mercado; los determinantes de dicho poder son el tamaño y la concentración de los consumidores, su nivel de información y el perfil del producto. En general, si los consumidores disfrutan de un alto poder de negociación, menor será la rentabilidad del sector.

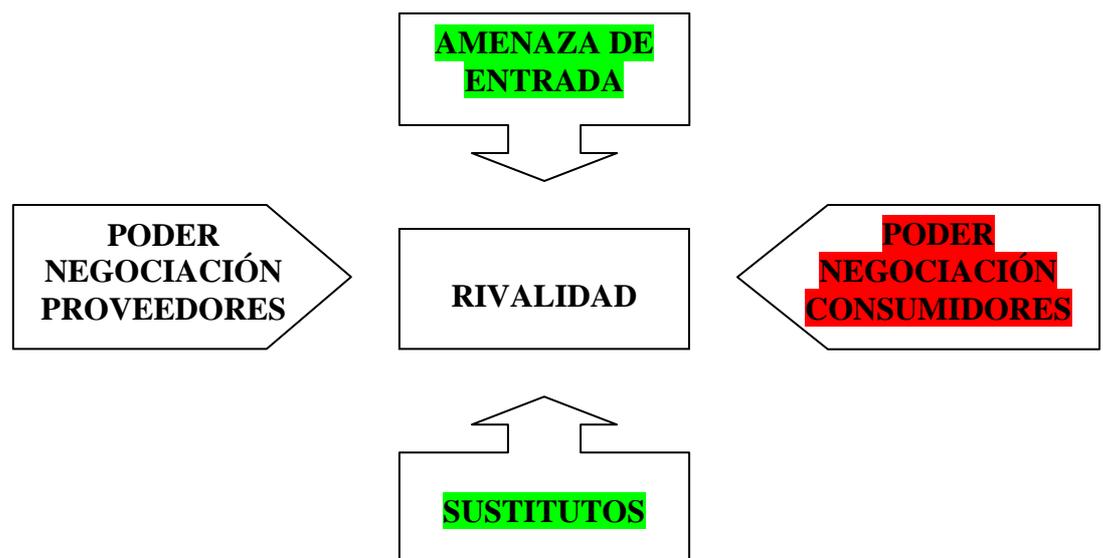
- El poder de negociación de los consumidores es alto debido a la gran variedad de opciones de campamentos y cursos vacacionales que existen a nivel local, sin embargo estos no cuentan con mucha publicidad y la lealtad que generan es baja debido a que los niños prefieren una actividad diferente cada año. En conclusión, la rentabilidad promedio está por debajo del costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

Poder de Negociación del Proveedor

El poder de negociación de los proveedores hace referencia a su capacidad de ejercer presión sobre los precios que cobran y sobre el nivel de servicio que ofrecen en el mercado. En general, si los proveedores disfrutan de un alto poder de negociación, menor será la rentabilidad del sector.

- El poder de negociación de los proveedores de un campamento vacacional para pérdida de peso (nutricionistas, psicólogos y entrenadores físicos) es normal ya que los precios que cobran por sus servicios prestados son los establecidos en el mercado. En conclusión, la rentabilidad promedio es igual al costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

Síntesis



Se espera que la rentabilidad promedio a largo plazo sea alta, debido a que existen dos fuerzas claramente favorables (Amenazas de entrada y sustitutos), dos neutras (Poder de negociación de los proveedores y rivalidad) y una negativa (Poder de negociación de los consumidores).

En conclusión el desafío estratégico consiste en contrarrestar el alto poder de negociación de los consumidores, mediante el convencimiento a los padres. Se debe convencer a los padres de familia que el campamento vacacional tratará el problema de obesidad y sobrepeso de sus hijos de una forma integral, el cual contará con el trabajo en equipo de varios profesionales; a diferencia de otros campamentos y cursos vacacionales, que solamente tratan que los niños pierdan peso a corto plazo, y no eliminan de raíz malos hábitos alimenticios y el sedentarismo.

Además, para poder crear lealtad en los clientes un campamento vacacional debe contar con estrategias que satisfagan el deseo de los niños de aprender y experimentar actividades nuevas en cada periodo vacacional.

▪ **Estudio de la Competencia.**

A continuación se presentan un detalle de los campamentos más conocidos de la ciudad y sus respectivos precios⁹:

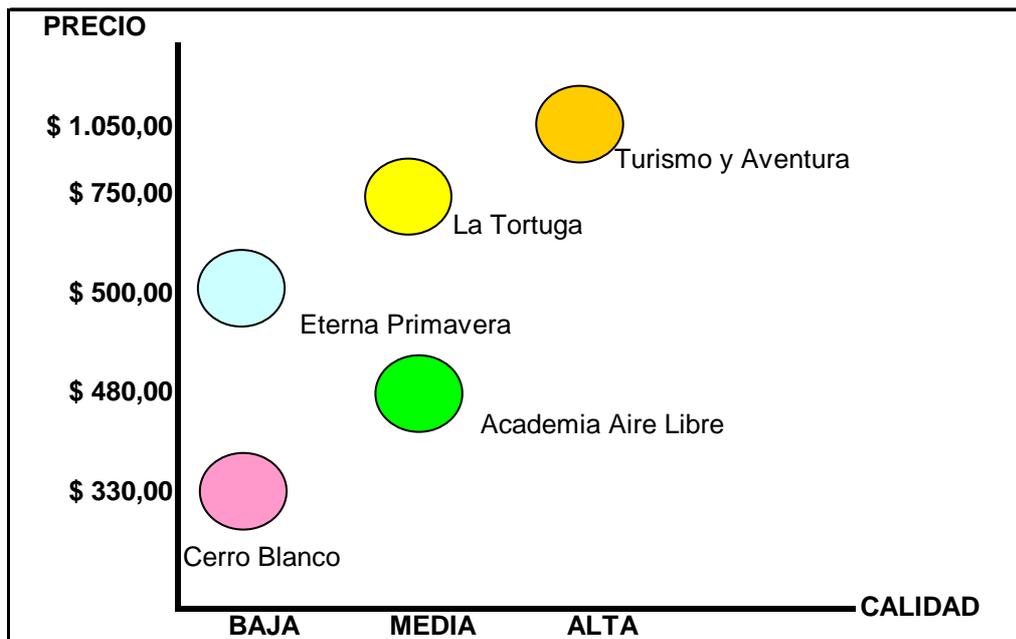
CAMPAMENTOS	PRECIO(Mensual)	CALIDAD
Cerro Blanco	\$ 330,00	Baja
Academia Aire Libre	\$ 480,00	Media
Eterna Primavera	\$ 500,00	Baja
La Tortuga	\$ 750,00	Media
Turismo y aventura	\$ 1.050,00	Alta

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

⁹ Fuente: www.eluniverso.com: Sección La Revista

Los precios mensuales de estos campamentos corresponden al año 2008 y la percepción de la calidad está basada en la opinión que los niños y padres de familia manifestaron en sus respectivos grupos de enfoque.

MAPA ESTRATÉGICO



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Analizando el mapa estratégico de los competidores, el sector más atractivo, debido a la ausencia de rivales, es aquel que muestre una calidad alta con un precio mensual entre USD. 500 y USD. 800.

CAPÍTULO 3: PLAN ESTRATÉGICO

3.1 Estrategias Genéricas

Existen tres estrategias genéricas que son: Liderazgo en costo, diferenciación y nicho¹⁰.

- El liderazgo de costo es en donde la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial.
- La estrategia de diferenciación es la de crearle al producto o servicio algo que sea percibido en toda la industria como único.
- La estrategia de nicho, es muy diferente de las otras porque descansa en la elección de un panorama de competencia estrecho dentro de un sector industrial. El enfocador selecciona un grupo o segmento del sector industrial y ajusta su estrategia a servirlos con la exclusión de otros. Al optimizar su estrategia para los segmentos objetivo, el enfocador busca lograr una ventaja competitiva general.

Para el presente plan de negocios se ha escogido la tercera estrategia genérica debido a que se quiere satisfacer las necesidades de un segmento específico de mercado, es decir los niños con problemas de obesidad y sobrepeso, donde se encuentra un amplio mercado que no ha sido abordado por los negocios líderes en la organización de campamentos.

¹⁰ MARKETING ESTRATEGICO, Jean-Jacques, Tercera Edición, McGrawHill, 2002

3.2 Competencia Distintiva

La competencia distintiva será la capacidad de brindar un tratamiento de carácter multidisciplinario y atractivo para el mercado objetivo, es decir, un campamento que combata la obesidad y sobrepeso con la ayuda del trabajo en equipo de profesionales como nutricionistas, psicólogos y entrenadores físicos, todos coordinados con el paciente, y que de manera integral traten su problema.

3.3 Visión, Misión y Objetivos Generales

- **Visión**

Ser un campamento modelo y líder en el cuidado del peso y salud de los niños, que motive el deseo de adquirir un mejor estilo de vida, contrarrestando a futuro las graves consecuencias de la Obesidad Infantil en la sociedad.

- **Misión**

Ofrecer un servicio de calidad a niños con problemas de sobrepeso y obesidad, a través de especialistas altamente calificados en las diferentes áreas del desarrollo infantil, fomentando la importancia de una correcta alimentación e inculcándoles el hábito del deporte.

- **Objetivos Iniciales**

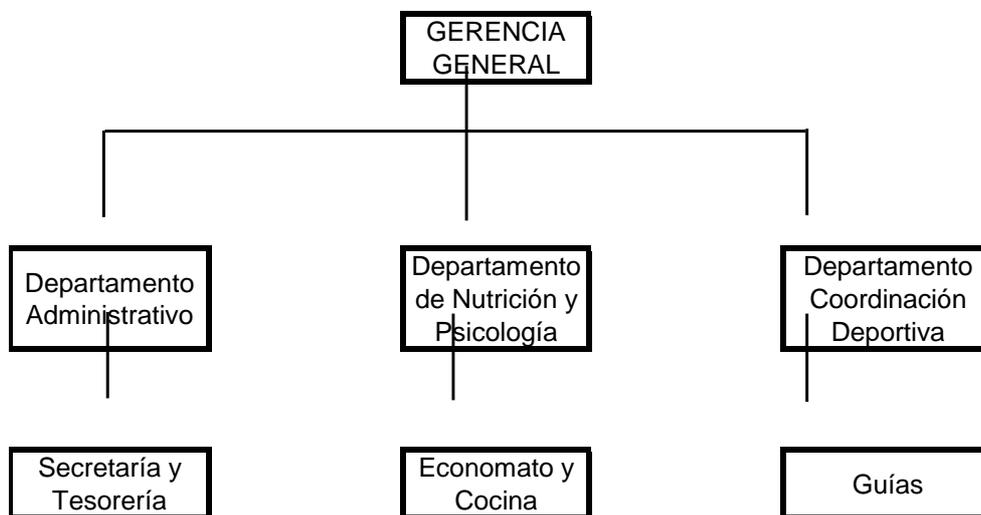
Estratégico

- Posicionar el campamento en la mente de los clientes como un campamento efectivo contra el sobrepeso y la obesidad en niños y adolescentes.

Financiero

- Alcanzar una rentabilidad de activos superior al 20%, a partir del quinto año de operación.

3.4 Organigrama inicial



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

El “Campamento Vacacional Saludable” está conformado por tres departamentos: Administrativo, Nutrición-Psicología y Coordinación Deportiva, los mismos que son controlados directamente por la Gerencia General.

En el departamento administrativo se encuentra la secretaría y tesorería. Dentro del departamento de nutrición y psicología se encuentra la sección de economato-cocina. El departamento de coordinación deportiva está constituido por los guías. *(En el Anexo 9 se encuentra la descripción de las funciones del personal)*

CAPÍTULO 4: PLAN COMERCIAL

4.1 Producto

En mercadotecnia un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas¹¹.

Descripción del Servicio.

El “Campamento Vacacional Saludable” es un programa de buena salud y pérdida de peso basado en décadas de investigación científica. Además, permite a los niños desarrollar la autonomía, hacer nuevos amigos, desarrollar nuevas habilidades sociales, ser creativos y aprender sobre el trabajo en equipo.



¹¹MARKETING, Kerin y Berkowitz, Séptima Edición, McGrawHill, 2003

Características.

Número de campistas por mes: 50 (El campamento se realizará en los meses de enero, febrero y marzo).

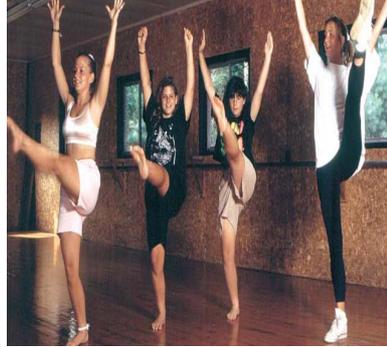
Dieta de bajo contenido graso: los campistas aprenden a disfrutar una dieta de bajo contenido graso que es nutritiva y deliciosa. Esta dieta satisface el hambre y es la dieta óptima para contrarrestar los factores biológicos y ambientales que contribuyen al aumento de peso. Los campistas aprenden a buscar estas comidas en tiendas de comestibles, y pedir estas comidas en restaurantes. *(El Anexo 10 muestra una dieta referencial).*

Control de actividades: los campistas consiguen al menos 10,000 pasos todos los días a través de caminatas y actividades recreativas. Estas actividades incluyen:

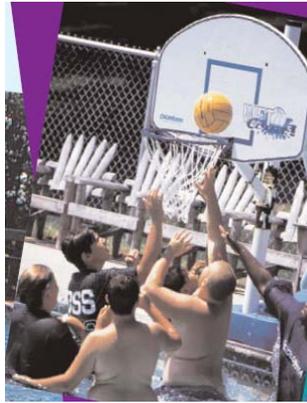
Paseos fuera del campamento



Clases de baile y aeróbicos



Deportes como natación, basketball, fútbol, beisbol, etc.



Cambio estilo de vida: El campamento saludable emplea a profesionales entrenados en terapia cognitivo - conductual (CBT) para ayudar a los campistas a realizar cambios en su dieta y sus actividades permanentes. A veces las costumbres se vuelven demasiado arraigadas a modificar sin un gran cambio, y un campamento de verano que se especializa en la pérdida de peso puede hacer una enorme diferencia en las vidas de los niños con sobrepeso.

Participación de la familia: Si bien los campistas aprenden a ser autosuficientes en la toma de decisiones saludables, las familias tienen un impacto significativo en el éxito a largo plazo de los campistas. De hecho, a menudo toda la familia va a perder peso junto con su hijo o hija. Las familias a asistir a un taller que se realiza una vez por semana dirigido por los profesionales del campamento.

Elementos del taller incluyen:

- Información crítica sobre nutrición y pérdida de peso.
- Charlas sobre psicología infantil.
- Clases demostrativas sobre cocina baja en grasa.
- El taller concluye con la elaboración de un plan que promueve una transición sin tropiezos desde el campamento a casa



4.2 Precio

Es el monto de intercambio asociado a la transacción. Para la fijación del precio se considera los precios de la competencia, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa¹².

A pesar del resultado que arrojó la investigación de mercado, 500 dólares, el precio mensual por campista durante el primer año de labores ha sido fijado en 800 dólares, debido a la alta inversión a realizar, los costos administrativos y de ventas; así como también los servicios mejorados que brindará el campamento.

Este valor podrá ser cancelado en dos partes, el 50% al inicio del campamento y el saldo, dos semanas después, ambos valores en efectivo.

4.3 Plaza

El "Campamento Vacacional Saludable" se ubicará al pie del río Daule en la vía La Aurora, cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande.

El terreno es de 6000 m², este tamaño se estableció para la comodidad de los 50 campistas y tomando en cuenta las áreas deportivas.

¹² MARKETING, Kerin y Berkowitz, Séptima Edición, McGrawHill, 2003

4.4 Promoción

Se conoce como promoción a todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca, incluidas la venta y ayudas a la venta, sea ésta la gestión de los vendedores, oferta del producto o servicio por teléfono, Internet u otros medios similares, los anuncios publicitarios, y la publicidad mediante otros medios¹³.

El “Campamento Vacacional Saludable” se promocionará de la siguiente manera:

Visitas a centros educativos: Durante el mes de diciembre los guías dictarán una charla a los padres de familia en las escuelas y colegios seleccionados, aprovechando de esta manera las convocatorias que se realizan por la finalización del año lectivo. En dicha charla se hablará sobre las consecuencias del sobrepeso y la obesidad en los niños y adolescentes, y sobre los beneficios que brinda un campamento vacacional. Así mismo, se entregarán folletos a los padres de familia, que contendrán información sobre el campamento como ubicación, fotos, teléfonos de contacto y personal que trabaja en el campamento.

Visitar para conocer el campamento: Tanto los niños como los padres de familia podrán visitar las instalaciones antes de registrarse en el campamento.

Publicidad en medios de comunicación: Se realizará una campaña publicitaria en la radio y periódicos locales, donde se destacará los problemas originados por el sobrepeso y la obesidad, y las características de nuestro campamento vacacional.

¹³ MARKETING ESTRATEGICO, Jean-Jacques, Tercera Edición, McGrawHill, 2002

Dicha publicidad se realizará durante los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero de cada año.

En el caso de la publicidad radial, los anuncios se realizarán en programas con contenido médico, adicional se realizará anuncios publicitarios en el diario “El Universo” en la sección dominical “La Revista”.

A continuación se presenta el logotipo del campamento y el slogan, que es *Vacaciones Sanas y Divertidas*. Este slogan surgió en los grupos focales realizados, ya que para los niños, una característica importante para escoger un campamento es que se realicen actividades divertidas, mientras que los padres no solamente desean que sus hijos se diviertan sino también que se nutran correctamente en el tiempo que se encuentran fuera de casa.



CAPÍTULO 5: PLAN DE OPERACIONES

5.1 Logística

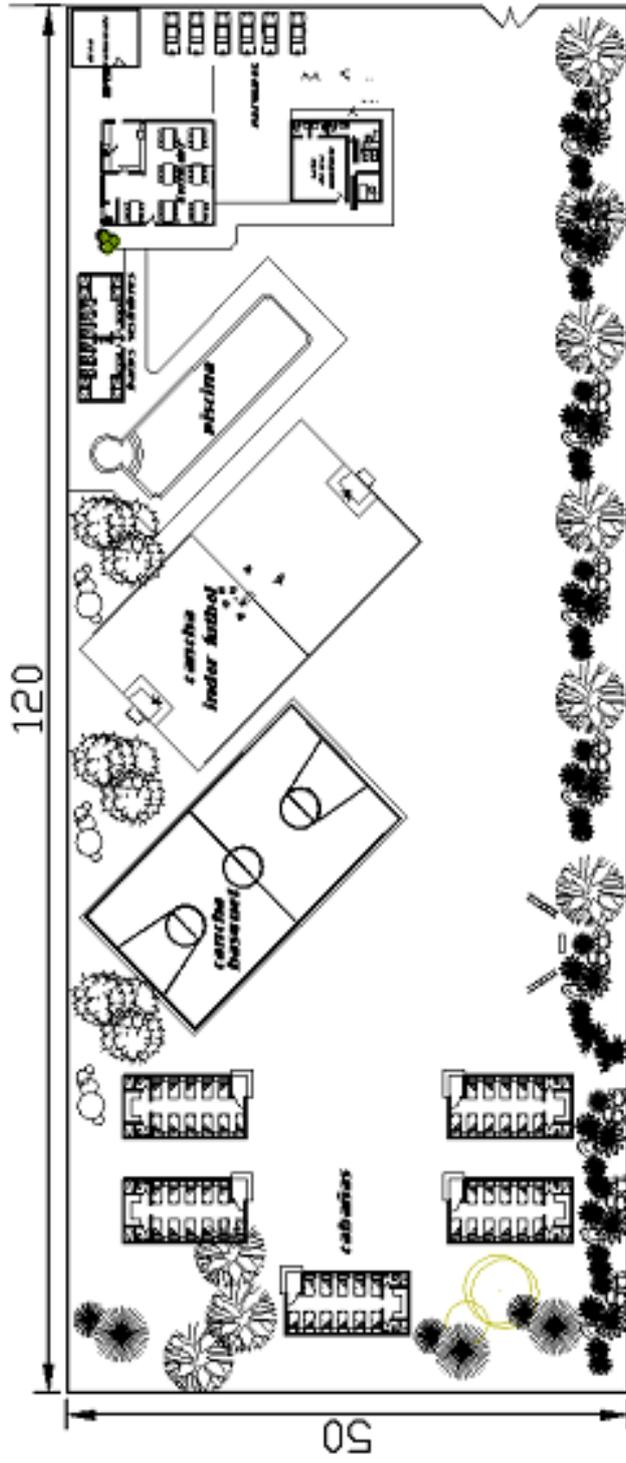
- **Característica del local**

El campamento vacacional se construirá en un terreno de 6000 metros cuadrados, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

- Habrá 5 cabañas de una planta, cada uno de 60 metros cuadrados, con 2 baños y una capacidad de 11 personas.
- El área administrativa cuenta con 52 metros cuadrados, de los cuales la oficina tiene 22 metros cuadrados y los 30 metros cuadrados restantes corresponden a una sala de uso múltiple para las conferencias y talleres. Dentro de esta área habrá 3 baños.
- El área del comedor tiene 90 metros cuadrados, área que incluye una cocina de 25 metros cuadrados.
- El área de mantenimiento y bodega cuenta con 30 metros cuadrados.
- El área deportiva del campamento contará con: 1 cancha de fútbol de 400 metros cuadrados, 1 cancha de básquet y volley de 420 metros cuadrados, 1 piscina de 120 metros cuadrados; y, baños y vestidores de 45 metros cuadrados.

En total el área de uso del suelo es de 1.457 metros cuadrados; y, el área libre y esparcimiento es de 4.543 metros cuadrados.

CAMPAMENTO VACACIONAL SALUDABLE



- Factores a tener en cuenta en la localización

Los factores que se toman en cuenta para la ubicación del campamento pueden ser objetivos y subjetivos. En este plan de negocio ambos factores son incluidos para decidir la localización del proyecto, en el caso de factores objetivos se analizó el valor del terreno, y en cuanto a los factores subjetivos, se analizó la imagen que se proyecta con las instalaciones.

Luego, de la aplicación del Método de Brown y Gibson, se concluyó que la mejor ubicación para el campamento vacacional es un terreno de 6000 m², al pie del río Daule en la vía La Aurora, cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande, con un valor de \$120000. *(Ver Anexo 11 donde se detalla el método de selección de la ubicación)*

5.2 Descripción del Esquema de Servicio *(Ver en Anexo 12 el gráfico del esquema de servicio)*

- Realizada la publicidad del campamento, se recibe la llamada del cliente y la secretaria da información sobre el servicio.
- Una vez que telefónicamente el cliente ha reservado un cupo, los padres de familia acuden a las instalaciones del campamento y se procede a realizar el registro del niño.
- Antes del inicio del campamento, el niño es sometido a una evaluación médica por parte de la nutricionista y la psicóloga, para analizar los diversos casos y llevar un control efectivo del tratamiento.

- Al llegar los niños al campamento, se les da la bienvenida y se les presenta el programa de actividades.
- Diariamente, se coordinan las actividades físicas y juegos recreativos y las horas del desayuno, almuerzo y cena.
- Una vez por semana se dictará el taller de autoestima y motivación para los niños, asimismo se dictará un taller nutricional para los padres.
- Se planificará un paseo fuera del campamento.
- Por último, se realizará la organización del evento de despedida para la clausura del campamento.

5.3 Gestión de Calidad

- Indicadores de Control.

La gestión de calidad consistirá en realizar una encuesta a niños y a padres, para saber sus opiniones, sugerencias y recomendaciones una vez culminado el campamento. Estas encuestas serán indicadores de control, sus formatos son los siguientes.

Encuesta Para Niños

- ¿Qué fue lo que más te gustó del campamento?
- Si tuvieras que cambiar algo del campamento, ¿qué cambiarías?
- ¿Qué otras actividades te hubieran gustado realizar en el campamento?

Encuesta Para Padres

- ¿Piensa usted que en el campamento se brindó un tratamiento efectivo para combatir el sobrepeso y obesidad de su hijo?
- ¿Les fueron interesantes y productivos los talleres que se dictaron en el campamento?
- ¿Le agradecería asistir los fines de semana al campamento, con el fin de mantener el tratamiento y dar un seguimiento y control a la enfermedad de su hijo?
- ¿Tiene alguna sugerencia o recomendación para nosotros?

CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO

6.1 Supuestos Generales

- Horizonte de Proyección.

El horizonte de proyección del Campamento Vacacional Saludable es de 10 años, ya que se tiene como objetivo para permanencia en el largo plazo y se basa en el supuesto de continuidad del negocio.

- Ingresos: Cantidades, Crecimiento, Precios.

Los ingresos del campamento estarán conformados de la siguiente manera:

- Número de campistas por mes: 50.
- Precio mensual del campamento: USD. 800 por niño.
- Crecimiento de los costos y precio: 9% (Se toma como referencia la inflación estimada del año 2009).

- Costos y Gastos.

Gastos Administrativos: Los gastos administrativos incluyen los salarios del personal y el pago de los servicios básicos.

Tabla 2: Salarios Personal

CARGOS	Nº PUESTOS	REMUNERACIÓN MENSUAL	
		UNITARIO	TOTAL
Coordinadora General Administrativa	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Nutricionista	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Psicóloga	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Economato - Chef	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Ayudantes de Cocina	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Guías - Entrenadores	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
Conserjes	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	13	\$ 2.700,00	\$ 4.700,00

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Tabla 3: Costo Servicios Básicos

Descripción	Costo Mensual
Energía Eléctrica	120,00
Agua	150,00
Teléfono	25,00

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Depreciaciones y Amortizaciones: Los activos fijos se han depreciado por el método de línea recta y los gastos de constitución y puesta en marcha se amortizan a cinco años. Dentro del rubro gastos de constitución se incluye los valores a cancelar para la instalación de los servicios básicos en el local. *(El Anexo 13 muestra el detalle de activos fijos y suministros)*

Tabla 4: Depreciaciones de Activos Fijos

Inversiones	Año 0	Depreciación (años)	Valor anual
Construcciones	183600,00	20	9180,00
Muebles y Enseres	18504,92	10	1850,49
Equipos	1946,17	3	648,72
TOTAL	204051,09		11679,22

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Gastos de Ventas: Los gastos de ventas corresponden a los valores a desembolsar por concepto de publicidad y promoción, dichas actividades se realizarán desde noviembre hasta febrero de cada año.

Tabla 5: Gastos de Ventas

Descripción	Valor por período
Publicidad	2000,00
Promoción	250.00
TOTAL	2250.00

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Otros Gastos: Dentro de este concepto se incluyen el pago de guardianía, los suministros de limpieza, suministros de oficina y el gasto en que se incurre para realizar el viaje de recreación de cada grupo de campistas.

Tabla 6: Otros Gastos

Descripción	Valor Anual
Guardianía	6000,00
Suministros de Limpieza	1162,62
Suministros de Oficina	141,00
Recreación	750,00
TOTAL	8053,62

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Materiales Directos: En este rubro se incluye el gasto por concepto de alimentación de los campistas, basado en la dieta referencial. El costo diario por campista se estimó en 4 dólares.

- **Inversiones: Activos Fijos, Capital de Trabajo y Otros.**

El monto de la inversión total requerida para la construcción de las instalaciones del proyecto se estima en US \$ **338,605.63**, de los cuales el 95.70% corresponde a la inversión fija, el 4% al capital de trabajo, estimado para un mes de operación, y el 0.30% corresponde a la inversión diferida.

Tabla 7: Terrenos y Construcciones

Descripción	Cantidad m2	VALOR	
		Unitario (Dólares)	Total (Dólares)
Terreno	6000	20	120.000,00
Construcciones			
Area Administrativa	56	180	10.080,00
Comedor y Cocina	90	180	16.200,00
Area Mantenimiento y Bodega	30	180	5.400,00
Piscina	90	167	15.000,00
Vestidores y Baños Piscina	44	180	7.920,00
Canchas Deportivas	600	50	30.000,00
Cabañas	300	180	54.000,00
Cerramiento			36.000,00
Cisterna			9.000,00
Total Construcciones			183.600,00
TOTAL TERRENO + CONSTRUCCIONES			303.600,00

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Tabla 8: Inversión Total

Inversión Fija	
Instalaciones	303600,00
Equipos	1946,17
Muebles y Enseres	18504,92
Total Inversión Fija	324051,09
Inversión Diferida	
Gastos de Permisos y Constitución	1000.00
Total Inversión Diferida	1000.00
Capital de Trabajo	
Materiales Directos	7200
Gastos Administrativos	4995
Gastos de Ventas	750
Suministros e Implementos	609,54
Total Capital de Trabajo	13554.54
INVERSION TOTAL	338605.63

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

6.2 Estructura de Capital y Financiamiento

El capital de la empresa estará conformado 40% deuda y 60% capital propio.

Tabla 9: Financiamiento

Denominación	Valor	Porcentaje
Inversión Fija	324051,09	95,70%
Inversión Diferida	500,00	0,30%
Capital de Trabajo	13511,21	4,00%
	Inversión Total	338605,63
	Capital Propio	203163,38
	Monto a Financiar	135442,25
		40%

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

CAPITAL PROPIO		
	Monto Aportado	Porcentaje
Diana Gaibor V.	67721,13	33,33%
Carlos Parrales R.	67721.13	33,33%
Verónica Valdez V.	67721.13	33,33%
TOTAL APORTADO	203163,38	100%

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

La tasa de interés de la deuda es del 9.79% a 3 años plazo con pagos fijos mensuales, en el Banco Bolivariano. (El Anexo 14 muestra la tabla de amortización)

6.3 Estados Financieros Proyectados

- **Estado de Resultados.**

Mediante el Estado de Resultados se puede mostrar los egresos, ingresos, utilidades antes de impuestos y neta que genera el proyecto durante su período de estudio. Adicional a ello, en este reporte se incluye el porcentaje destinado a la participación laboral de los trabajadores y el porcentaje destinado al pago de impuestos.

En el estado de resultado del campamento vacacional, se observa que desde el primer año de operación, se generará una utilidad neta positiva. También se observa que el mayor desembolso se genera en materiales directos, es decir en la dieta de los campistas.

Tabla 10: Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	120000,00	130800,00	142572,00	155403,48	169389,79
MATERIALES DIRECTOS	21600,00	23544,00	25662,96	27972,63	30490,16
GASTOS ADMINISTRATIVOS	14985,00	16333,65	17803,68	19406,01	21152,55
Salarios	14100,00	15369,00	16752,21	18259,91	19903,30
Servicios Básicos					
<i>Energía eléctrica</i>	360,00	392,40	427,72	466,21	508,17
<i>Agua</i>	450,00	490,50	534,65	582,76	635,21
<i>Teléfono</i>	75,00	81,75	89,11	97,13	105,87
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	11879,22	11879,22	11879,22	11230,49	11230,49
Muebles y Enseres	1850,49	1850,49	1850,49	1850,49	1850,49
Equipos	648,72	648,72	648,72	0,00	0,00
Construcciones	9180,00	9180,00	9180,00	9180,00	9180,00
Gastos Constitución	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
GASTOS VENTAS	2250,00	2452,50	2673,23	2913,82	3176,06
Publicidad	2000,00	2180,00	2376,20	2590,06	2823,16
Promoción	250,00	272,50	297,03	323,76	352,90
OTROS GASTOS	8053,62	8978,45	9786,51	10667,29	11627,35
Guardianía	6000,00	6540,00	7128,60	7770,17	8469,49
Suministros de Limpieza	1162,62	1267,26	1381,31	1505,63	1641,13
Suministros de Oficina	141,00	153,69	167,52	182,60	199,03
Recreación	750,00	817,50	891,08	971,27	1058,69
Permisos Municipales		200,00	218,00	237,62	259,01
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	61232,16	67612,19	74766,42	83213,25	91713,18
Intereses	11460,24	7279,30	2670,17	0,00	0,00
Beneficio antes de Impuestos	49771,92	60332,89	72096,25	83213,25	91713,18
15% Participación de Trabajadores	7465,79	9049,93	10814,44	12481,99	13756,98
Impuesto a la renta	10576,53	12820,74	15320,45	17682,81	19489,05
UTILIDAD NETA	\$31.729,60	\$38.462,22	\$45.961,36	\$53.048,44	\$58.467,15

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
VENTAS	184634,87	201252,01	219364,69	239107,52	260627,19
MATERIALES DIRECTOS	33234,28	36225,36	39485,65	43039,35	46912,89
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23056,28	25131,35	27393,17	29858,55	32545,82
Salarios	21694,60	23647,11	25775,35	28095,13	30623,70
Servicios Básicos					
<i>Energía eléctrica</i>	553,90	603,76	658,09	717,32	781,88
<i>Agua</i>	692,38	754,70	822,62	896,65	977,35
<i>Teléfono</i>	115,40	125,78	137,10	149,44	162,89
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49
Muebles y Enseres	1850,49	1850,49	1850,49	1850,49	1850,49
Equipos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcciones	9180,00	9180,00	9180,00	9180,00	9180,00
Gastos Constitución	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS VENTAS	3461,90	3773,48	4113,09	4483,27	4886,76
Publicidad	3077,25	3354,20	3656,08	3985,13	4343,79
Promoción	384,66	419,28	457,01	498,14	542,97
OTROS GASTOS	12673,81	13814,45	15057,75	16412,95	17890,12
Guardianía	9231,74	10062,60	10968,23	11955,38	13031,36
Suministros de Limpieza	1788,83	1949,83	2125,31	2316,59	2525,09
Suministros de Oficina	216,95	236,47	257,75	280,95	306,24
Recreación	1153,97	1257,83	1371,03	1494,42	1628,92
Permisos Municipales	282,32	307,72	335,42	365,61	398,51
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	101178,11	111276,89	122284,55	134282,90	147361,11
Intereses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Beneficio antes de Impuestos	101178,11	111276,89	122284,55	134282,90	147361,11
15% Participación de Trabajadores	15176,72	16691,53	18342,68	20142,44	22104,17
Impuesto a la renta	21500,35	23646,34	25985,47	28535,12	31314,24
UTILIDAD NETA	\$64.501,05	\$70.939,02	\$77.956,40	\$85.605,35	\$93.942,71

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

- **Flujos de Caja**

El flujo de caja de cualquier proyecto se puede construir en las siguientes etapas¹⁴:

- Ingresos y egresos afectos a impuestos
- Gastos no desembolsables afectos a impuestos
- Cálculo del impuesto
- Ajuste por gastos no desembolsables
- Ingresos y egresos no afectos a impuestos

En el presente plan de negocios, se han elaborado dos flujos de caja. El primero es el Flujo de Caja del Proyecto, el cual no incluye el financiamiento con deuda. Es decir, en los egresos afectos a impuestos no se consideran los intereses por la deuda, mientras que en los egresos no afectos a impuestos no se consideran las amortizaciones de dicha deuda.

El otro flujo que se ha elaborado es el Flujo del Accionista o Inversionista. En este caso sí se consideran los intereses y las amortizaciones de la deuda.

¹⁴ ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Douglas Emery y John Finnelly, Primera Edición, Prentice Hall, 2000.

Tabla 11: Flujo de caja del Proyecto.

AJUSTES PARA FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad antes de Intereses e Impuestos		61232,16	67612,19	74766,42	83213,25	91713,18
Impuestos		15308,04	16903,05	18691,60	20803,31	22928,30
Beneficio neto de la empresa sin deuda		45924,12	50709,14	56074,81	62409,93	68784,89
Depreciaciones y Amortizaciones		11879,22	11879,22	11879,22	11230,49	11230,49
Flujo caja del proyecto		57803,34	62588,36	67954,03	73640,43	80015,38
Valor Salvamento						
TOTAL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-\$338.605,63	\$57.803,34	\$62.588,36	\$67.954,03	\$73.640,43	\$80.015,38

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

AJUSTES PARA FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	101178,11	111276,89	122284,55	134282,90	147361,11
Impuestos	25294,53	27819,22	30571,14	33570,73	36840,28
Beneficio neto de la empresa sin deuda	75883,58	83457,67	91713,41	100712,18	110520,83
Depreciaciones y Amortizaciones	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49
Flujo caja del proyecto	86914,08	94488,16	102743,91	111742,67	121551,32
Valor Salvamento					1050044,34
TOTAL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$86.914,08	\$94.488,16	\$102.743,91	\$111.742,67	\$1.171.595,67

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Tabla 12: Flujo de caja de los accionistas.

AJUSTES PARA FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		\$31.729,60	\$38.462,22	\$45.961,36	\$53.048,44	\$58.467,15
Depreciaciones y Amortizaciones		11879,22	11879,22	11879,22	11230,49	11230,49
Pago de Capital		40823,74	45004,69	49613,82	0,00	0,00
Flujo de caja del accionista		\$2.785,07	\$5.336,74	\$8.226,75	\$64.278,94	\$69.697,65
Valor Salvamento						
TOTAL FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA	- \$203.163,38	\$2.785,07	\$5.336,74	\$8.226,75	\$64.278,94	\$69.697,65

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

AJUSTES PARA FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad Neta	\$64.501,05	\$70.939,02	\$77.956,40	\$85.605,35	\$93.942,71
Depreciaciones y Amortizaciones	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49	11030,49
Pago de Capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo de caja del accionista	\$75.531,54	\$81.969,51	\$88.986,89	\$96.635,84	\$104.973,20
Valor Salvamento					\$729.079,47
TOTAL FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA	\$75.531,54	\$81.969,51	\$88.986,89	\$96.635,84	\$834.052,67

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

En ambos flujos, se obtienen saldos positivos luego de los ajustes realizados. En el caso del Flujo de Caja del accionista existe un flujo positivo incluso después de realizar los pagos de capital respectivos.

6.4 Criterios de Evaluación del Flujo.

- Determinación del Costo de Capital¹⁵: Se denomina TMAR o Costo de Capital a la tasa mínima atractiva de retorno exigida a un proyecto.

El cálculo de la tasa de descuento se realiza utilizando la siguiente fórmula:

$$Kp = Rf + Bp[E(Rm) - Rf] + Sp$$

Donde:

Kp: Rendimiento esperado por el accionista

Rf: Tasa Libre de Riesgo de la Economía

Bp: Riesgo del Sector

E (Rm) – Rf¹⁶: Prima por riesgo de mercado

Sp: Ajuste por riesgo país

Para luego el resultado obtenido ajustarlo mediante la fórmula del CCPP (Costo de Capital Promedio Ponderado):

$$CCPP = L * rd * (1 - t) + ((1 - L) * kp)$$

(En el Anexo 15 se detalla el cálculo del Bp y el Spread por Riesgo País)

¹⁵ ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Douglas Emery y John Finnery, Primera Edición, Prentice Hall, 2000.

¹⁶Fuente: EQUITY RISK PREMIUMS, Aswath Damodaran, 2008.

Tabla 13: Cálculo de la tasa de descuento.

Bp	0.66
Rf¹⁷	2.85%
Rm - Rf	4.79%
Kp	6.03%
Spread (Riesgo País)	8.37%
KP TOTAL	14.40%
Nivel de deuda (L)	40%
Nivel impositivo (t)	25%
Tasa de deuda (rd)	9.79%
CCPP	11.58%

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

- **VAN**

El VAN (Valor Actual Neto) es el mejor método conocido y más aceptado por los evaluadores de proyectos. Este método se basa en medir la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión¹⁸.

VAN positivo: los flujos futuros permiten recuperar la inversión, la TMAR exigida y generan excedente.

VAN cero: los flujos futuros permiten recuperar la inversión y la TMAR exigida.

VAN negativo: los flujos futuros no permiten recuperar la inversión junto a la TMAR exigida

¹⁷ Fuente: <http://finance.yahoo.com/bonds>

¹⁸ PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, Richard A. Brealey, Cuarta Edición, McGrawHILL, 1996

Dada la explicación anterior se tiene que para el caso del campamento vacacional saludable, un horizonte de trabajo de 10 años, a una tasa obtenida por el CCPP=11.58% da como resultado que el VAN positivo de \$224,026.05 ante lo cual se puede concluir que es rentable efectuar la inversión para el campamento vacacional saludable.

- **TIR**

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad como un porcentaje, es una tasa que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrega de efectivo al valor equivalente de flujos salientes de efectivo¹⁷.

Si la TIR \geq TMAR, la alternativa es conveniente. Si la TIR $<$ TMAR, la alternativa no es conveniente, ya que no genera el mínimo requerido.

Dada la explicación anterior se tiene que para el caso del campamento vacacional saludable, un horizonte de trabajo de 10 años, se obtiene una Tir de 25.82% superior a la TMAR 14.40% ante lo cual se puede concluir que es rentable efectuar la inversión.

- **PAYBACK**

El periodo de recuperación de capital constituye un indicador económico muy importante en la toma de decisiones para aceptar o no una inversión, debido a que mide el tiempo que se necesitará para que los ingresos en caja igualen a los desembolsos generados por dicha inversión¹⁹.

Tabla 14: Payback

Año	Flujo neto	Flujo neto Acumulado	Inversión
0			-\$338.605,63
1	\$2.785,07	\$2.785,07	-\$335.820,56
2	\$5.336,74	\$8.121,82	-\$327.698,74
3	\$8.226,75	\$16.348,57	-\$311.350,17
4	\$64.278,94	\$80.627,51	-\$230.722,67
5	\$69.697,65	\$150.325,15	-\$80.397,51
6	\$75.531,54	\$225.856,69	\$145.459,17
7	\$81.969,51	\$307.826,20	\$453.285,37
8	\$88.986,89	\$396.813,09	\$850.098,46
9	\$96.635,84	\$493.448,93	\$1.343.547,40
10	\$834.052,67	\$1.327.501,61	\$2.671.049,00

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

El periodo de recuperación de la inversión se presenta en el transcurso del año seis.

¹⁹ ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Douglas Emery y John Finnelly, Primera Edición, Prentice Hall, 2000.

6.5 Análisis de Sensibilidad

La idea del análisis de sensibilidad es determinar el comportamiento de la rentabilidad bajo diversos escenarios considerando diversos impactos que recibe el proyecto.

Las variables a sensibilizar son: Materiales Directos y Número de Campistas.

Tabla 15: Sensibilidad Costo Materiales Directos

ESCENARIOS	VAN	TIR
Valor Original	\$224.026,05	25,82%
Aumento 50% Materiales Directos	\$144.708,13	22,04%
Aumento 40% Materiales Directos	\$160.571,72	22,81%
Aumento 30% Materiales Directos	\$176.435,30	23,58%
Aumento 20% Materiales Directos	\$192.298,88	24,33%
Aumento 10% Materiales Directos	\$208.162,46	25,08%

Costo Máximo Materiales Directos por campista	\$ 9,65 para VAN=0
---	--------------------

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Tabla 17: Sensibilidad Número de campistas mensual

ESCENARIOS	VAN	TIR
Valor Original	\$224.026,05	25,82%
Disminución 10% número de campistas	\$139.645,08	21,87%
Disminución 20% número de campistas	\$55.264,12	17,53%
Disminución 30% número de campistas	-\$29.116,85	12,61%
Disminución 40% número de campistas	\$113.497,81	6,68%

Número de Campistas Mínimo Mensual	37 para VAN =0
------------------------------------	----------------

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y COMENTARIOS

7.1 Conclusiones

En la ciudad de Guayaquil, existen actualmente muchos campamentos vacacionales, sin embargo, ninguno de ellos se ha focalizado en los niños y adolescentes con problemas de obesidad o sobrepeso.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, existe un gran nivel de aceptación para la creación de un campamento vacacional cuya misión sea combatir la obesidad y el sobrepeso en los niños y adolescentes.

Convencer a los padres de familia que el campamento vacacional logrará resultados efectivos en el tratamiento del problema de sus hijos es el principal desafío estratégico que se presenta en el plan de negocio.

Desde el punto de vista financiero, podemos decir que el proyecto, es viable, pues se obtuvo un porcentaje de 25.82% de retorno de la inversión, con un Van de US \$.**224,026.05**.

Al ser la variable más sensible del proyecto el número de campistas es importante que se de especial énfasis en las campañas de publicidad para asegurar que en cada campamento existirá el número mínimo de campistas.

7.2 Comentarios

Se debería plantear la posibilidad de aumentar el servicio a nivel nacional, aprovechando de esta manera que la región sierra tiene período vacacional escolar durante los meses de julio y agosto y en el campamento no existe actividad durante dichos meses.

Una opción para incrementar la rentabilidad del negocio sería aumentar la capacidad de las instalaciones, sin descuidar el servicio que se brinda.

ANEXOS

Anexo 1: Definición del problema, Hipótesis, Objetivos generales y Objetivos específicos.

Definición del Problema

La obesidad es consecuencia del consumo excesivo de comidas grasosas, harinas y azúcares, una grasa rebelde que se deposita en el cuerpo y al no quemar calorías produce el sobrepeso.

Este problema, al que se conoce como la epidemia del siglo XXI, podría acabar en los próximos años con la vida de millones de personas si no se toman medidas oportunas. El sobrepeso es desencadenante de otros factores de riesgo como hipertensión, hiperlipemia o diabetes. Existen mil millones de personas adultas en todo el mundo que tienen sobrepeso y, de ellas, trescientos millones son obesas, según un informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) del 2007. De ellos el 40% corresponde a América Latina. En Ecuador el 14% de la población (más de un millón y medio de personas) padece de sobrepeso y obesidad; por esa razón el Ministerio de Salud, desde finales del 2007, la declaró como una enfermedad de salud pública.

En Ecuador el 17% de los niños tiene sobrepeso u obesidad, según un estudio realizado por el Ministerio de Salud en noviembre del 2006, en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca, asimismo este porcentaje se presenta en los jóvenes.

La obesidad infantil es un verdadero problema, ya que en un gran porcentaje, el niño obeso será un adulto obeso, con todas las secuelas que esto conlleva. Este problema durante la infancia y la adolescencia es el resultado de una compleja interacción entre los factores genéticos, psicológicos, ambientales, socioeconómicos, y en

la mayoría de los casos le provoca al niño inseguridad, baja autoestima, discriminación escolar, discriminación social, un bajo rendimiento escolar, menor sociabilidad y problemas de salud que podrían llevarlo incluso a la muerte.

Es preocupante el elevado número de niños que en nuestro país muestran un claro sobrepeso. Una razón que con frecuencia se utiliza para no tratar a un niño obeso o con sobrepeso es pensar que el niño dejará de serlo sin tratamiento al llegar a la edad adulta, muchos padres de familia creen que el sobrepeso y obesidad se les va a quitar al crecer, pero es un error; de hecho, aún muchas son las familias que no reconocen a la obesidad como una enfermedad, cuando en realidad lo es y cada vez aparece con mayor frecuencia.

Los campamentos juegan un papel importante en la lucha contra la epidemia de la obesidad y el sobrepeso, sin embargo, en nuestro país no existen campamentos que brinden a los niños la oportunidad de comenzar y practicar buenos hábitos alimenticios.

Es ante esta problemática que se propone la creación de un campamento vacacional donde los niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad no solamente vayan a divertirse sino que adquieran un nuevo estilo de vida.

En los campamentos se conoce la realidad del sobrepeso y la obesidad, sobre todo alrededor de la familia, es necesario que la sociedad reconozca que la obesidad infantil es una enfermedad crónica que se instala, no es una condición pasajera y que si no se controla con las medidas, recursos y decisión de las familias este problema tendrá impacto en la calidad de vida.

Hipótesis

- Los campamentos vacacionales para niños son una opción atractiva para las familias guayaquileñas.
- Los padres de familias desean que sus hijos con problemas de obesidad y sobrepeso, mejoren sus hábitos alimenticios de una manera sana y divertida.

Objetivo General

- Comprobar la viabilidad de la implementación de un campamento vacacional dirigido a los niños con problemas de obesidad y sobrepeso de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Medir el nivel de aceptación de un campamento vacacional, dirigido a niños con problemas de obesidad y sobrepeso en los padres de familia.
- Identificar el perfil de los consumidores.
- Conocer cuáles son los métodos más empleados por los padres para combatir la obesidad y sobrepeso en sus hijos.
- Identificar el lugar óptimo para la instalación del campamento vacacional.

Anexo 2: Definición de obesidad

La obesidad puede definirse como la acumulación excesiva de grasa en el cuerpo, aunque en realidad es una enfermedad que implica mucho más que eso: dificultades para respirar, ahogo, interferencias en el sueño, somnolencia problemas ortopédicos, trastornos cutáneos, transpiración excesiva, hinchazón de los pies y los tobillos, trastornos menstruales en las mujeres y mayor riesgo de enfermedad coronaria, diabetes, asma, cáncer y enfermedad de la vesícula biliar son todos los problemas asociados al exceso de peso.

A todos estos trastornos físicos hay que sumarles los problemas psicológicos provocados por la discriminación social y las dificultades para relacionarse con los demás que sufre una persona cuya figura desborda los límites de la silueta saludable. Además, en la infancia, el problema puede ser aún mayor por la angustia que provoca en el niño la cruel discriminación de los compañeros del colegio y amigos. Por ello, los especialistas de la salud, coinciden en la importancia de prevenir y tratar la obesidad infantil.

¿Cuándo se considera que un niño es obeso?

Un niño se considera que es obeso cuando su peso sobrepasa el 20% de su peso ideal.

Del total de niños que alcanzan la obesidad entre los seis meses y los siete años de vida, un 40% seguirá siendo obeso en edad adulta, mientras que quienes fueron obesos entre los diez y trece años de edad, las probabilidades llegan al 70%, porque las células que almacenan grasa (adipositos) se multiplican en esta etapa de la vida.

Entre los factores que intervienen en la obesidad infantil se encuentran:

- La conducta alimentaria.
- Consumo de energía.
- Factores hereditarios.
- Factores hormonales.
- Factores psicosociales y ambientales.

Las causas de la obesidad son:

Genéticas: Se sabe que la obesidad es frecuentemente diagnosticada dentro de las familias. Por ejemplo, hay alteraciones específicas en la vía de la Leptina.

Ambientales: El estilo de vida (dieta y ejercicio) influye considerablemente en la expresión de la obesidad.

Síndrome de Cushing: Es una alteración de la glándula suprarrenal que consiste en el aumento en la producción de cortisol, lo que lleva a la obesidad.

Hipotiroidismo: La disminución de la hormona tiroidea puede llevar a la obesidad. Esta patología siempre debe descartarse frente a un cuadro de obesidad, sin embargo, es una causa poco frecuente.

Insulinoma: Existe muy raramente la presencia de un tumor de insulina, el cual puede llevar a la obesidad.

Alteraciones Hipotalámicas: Ciertos tumores, inflamación o traumas a nivel del Sistema Nervioso Central, pueden producir alteraciones en los centros reguladores de la saciedad.

Las consecuencias de la obesidad infantil:

Existen dos mayores consecuencias de la obesidad infantil. La primera está relacionada con cambios psicológicos. Ellos ocurren temprano en la vida e incluyen:

Baja autoestima, bajos resultados en el colegio, un cambio en la autoimagen particularmente durante la adolescencia e introversión, a menudo seguida de rechazo social.

La segunda consecuencia guarda relación con el aumento del riesgo de desarrollar enfermedades o condiciones patológicas. Estas ocurren a una edad temprana (como por ejemplo aumento en la presión sanguínea), pero generalmente ocurren en la edad adulta. Ellas incluyen:

Aumento en la presión arterial (hipertensión), aumento de los niveles del colesterol general (hipercolesterolemia), especialmente del "colesterol malo".

Altos niveles de insulina en la sangre (hiperinsulinemia), problemas respiratorios al dormir (apneas de sueño) y problemas ortopédicos, especialmente de articulaciones.

El mayor riesgo de la obesidad infantil es el hecho de que mientras menor sea el niño obeso, mayor el riesgo de desarrollar las complicaciones arriba señaladas durante el transcurso de su vida.

Tratamientos:

Las opciones disponibles para el tratamiento de la obesidad en niños son limitadas. En adultos con obesidad, hay medicamentos disponibles para ayudar a suprimir el apetito o que interfiera con la absorción de grasas. El uso de estos medicamentos no ha sido

estudiado en poblaciones pediátricas. En niños obesos, los pilares de la terapia incluyen dieta y ejercicio, ambos importantes para el control del peso sea exitoso. En niños en crecimiento el objetivo del control del peso es a menudo el control del peso, o sea mantener el peso actual mientras el niño crece en estatura. Los objetivos de calorías pueden ser estimados más efectivamente trabajando con un experto en nutrición quien puede asesorar a la familia acerca de dichos objetivos, cómo estimar los tamaños de las porciones, y cómo hacer las elecciones apropiadas en cuanto a alimentos.

El ejercicio debe consistir de 30 minutos de actividad aeróbica (caminar energéticamente, nadar, o andar en bicicleta) todos los días. Las terapias de comportamiento también son útiles en el tratamiento de la obesidad. La mejor técnica es que el niño se vigile a sí mismo, manteniendo un diario del ejercicio hecho y los alimentos comidos. Si el padre o madre de un niño más grande de edad trata de regular la dieta, el plan a menudo falla cuando el niño haya otras maneras de obtener alimentos.

Los cambios en el comportamiento que son importantes incluyen sentarse a comer en la mesa, en lugar de comer enfrente de la televisión, ya que estudios han mostrado que es más probable que los niños que miran la televisión consuman más calorías. Las comidas deben de ser hechas en un horario regular, para que el niño aprenda la hora apropiada para las comidas y minimice los refrigerios entre comidas. Fortalecer la autoestima y alentar al niño a tratar el control de peso con una actitud positiva también contribuirán a alcanzar el éxito.

La obesidad es una cuestión significativa en nuestra sociedad hoy en día. Los niños obesos tienden a convertirse en adultos obesos. El tratamiento debe ser personalizado y para ello debe efectuarse un buen diagnóstico. Las medidas a tomar básicamente son:

- Modificar el estilo de vida.
- Dieta.
- Ejercicio.
- Tratamiento Médico según patología específica.
- Cirugía, para casos refractarios a tratamiento médico.

¿Cómo se podría verificar que un niño está con sobrepeso?

El índice de masa corporal (IMC), medido al menos una vez al año, es una buena manera de diagnosticar el desarrollo de la obesidad en un niño. El IMC tiene la ventaja de contabilizar tanto la altura como el peso del individuo. En la práctica, señala si un niño está ganando demasiado peso para su altura.

En contraste con los adultos, la cantidad de grasa en un niño varía fisiológicamente con su crecimiento.

El gráfico de referencia del IMC muestra que el peso por altura:

- Aumenta durante el primer año de vida.
- Decrece como a la edad de 6 años por ser éste el período de máximo crecimiento.
- Aumenta de nuevo entre los 7 y los 8 años, lo que frecuentemente se reconoce como el rebote de grasa.

Medición de Obesidad:

Para esto se utiliza el Índice de Masa Corporal (IMC), el cual equivale a:

Peso/Talla ² (Kg/mts ²).

La siguiente es una tabla del IMC normal para niños y adolescentes:

Edad (años)	Niño	Niña
2	16.4	16.4
3	16	15.7
4	15.7	15.4
5	15.5	15.1
6	15.4	15.2
7	15.5	15.5
8	15.8	15.8
9	16.1	16.3
10	16.3	16.8
11	17.2	17.5
12	17.8	18
13	18.2	18.6
14	19.1	19.4
15	19.8	19.9
16	20.5	20.4
17	21.2	20.9
18	21.9	21.3

Anexo 3: Guía de Grupos de Enfoque

GUÍA FOCUS GROUP PARA PADRES DE FAMILIA

1. ¿Qué edades tienen sus hijos y como es la relación que mantienen con ellos?
2. ¿Qué métodos utiliza o ha utilizado para controlar los problemas de obesidad y sobrepeso de su hijo?
3. ¿Por qué cree usted que su hijo tiene estos problemas?
4. ¿Qué tan disciplinado es su hijo?
5. ¿Ha afectado a su hijo la obesidad o el sobrepeso en sus actividades sociales y en su salud?
6. ¿Estaría dispuesto usted a que su hijo permanezca un mes interno en un campamento?
7. ¿Cree usted que a su hijo le agradaría la idea de permanecer un mes fuera de casa?
8. ¿Qué actividades realiza su hijo en época de vacaciones?
9. ¿Qué características les gustaría a ustedes como padres que tuviera el campamento y que les proporcione tranquilidad, y sobre todo seguridad a sus niños?
10. ¿Estarían dispuestos a participar, en el transcurso de la duración del campamento, a talleres nutricionales donde se les enseñe como brindar a sus hijos un correcto plan alimentario?

GUÍA FOCUS GROUP PARA NIÑOS

1. ¿Te gustaría asistir a un campamento vacacional?
2. ¿Dónde te gustaría que fuera? ¿En la costa o en la sierra?
3. ¿Qué tipo de deportes te gustaría realizar en el campamento?
4. ¿Cuánto tiempo te gustaría que dure el campamento?
5. Adicionalmente a los deportes, ¿qué otras actividades te gustaría realizar en el campamento?

Anexo 4: Guía de Entrevistas a Profundidad.

GUÍA DE PREGUNTAS AL NUNTRICIONISTA

1. ¿Cuál cree usted que son las causas de sobrepeso y obesidad infantil?
2. ¿Conoce el porcentaje de niños obesos y con sobrepeso en Guayaquil?
3. ¿Cuántos niños con estos problemas usted atiende diaria o semanalmente?
4. ¿Cuán es la mejor dieta y ejercicios físicos que usted recomienda a niños con estos problemas?
5. ¿Qué les recomienda hacer a los padres para ayudar a combatir estos problemas a sus hijos?
6. ¿Qué opina usted sobre la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso y obesidad?
7. ¿De qué permisos o regulaciones usted requiere para dar una guía alimenticia a sus pacientes?
8. ¿De qué manera cree usted que un campamento pueda combatir esta enfermedad?

GUÍA DE PREGUNTAS AL PSICÓLOGO

1. ¿Cómo se ve afectado el autoestima en los niños con problemas de obesidad y sobrepeso?
2. ¿Cuáles son las características, en cuanto a personalidad, de los niños que poseen esta enfermedad?
3. ¿Son culpables los padres que éste sea un problema frecuente en los niños?
4. ¿Cómo podrían controlar las personas aquellas emociones que muchas veces estimulan la obesidad?
5. ¿Qué opina usted sobre la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso y obesidad?
6. ¿Cómo motivar a un niño obeso a asistir a un campamento para bajar de peso?

Anexo 5: Modelo de Encuesta.

1. ¿Tiene usted hijos? *Si su respuesta es NO termina la encuesta.*

SI _____

NO _____

SEXO

Femenino

Masculino

2. ¿Tiene su hijo problemas de obesidad o sobrepeso? *Si su respuesta es NO termina la encuesta.*

SI _____

NO _____

3. ¿Qué edad tiene su hijo?

4. ¿Ha utilizado algún método para combatir el problema de sobrepeso y obesidad en su niño? ¿Cuál es?

_____ Dieta _____ Otros
_____ Ejercicios _____ Ninguno
_____ Medicamentos

5. ¿El método utilizado ha resultado efectivo para sus niños? *Si su respuesta es negativa continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario conteste desde la pregunta N° 7.*

SI _____ NO _____

6. ¿Por qué cree usted que el método utilizado para combatir la obesidad y el sobrepeso en su infante no ha surtido el efecto deseado?

_____ Falta de continuidad por alto costo _____
Efectos negativos en la salud _____ Falta de motivación
_____ Otros

7. ¿Le gustaría que su hijo asistiera a un campamento vacacional en donde se inculque una correcta alimentación y se fomente el ejercicio físico?

SI _____ NO _____

8. ¿Hasta que valor estaría dispuesto a cancelar por un campamento vacacional con las características antes mencionadas?

- De \$ 300 a \$ 400
- De \$ 400 a \$ 500
- Más de \$ 500

9. ¿Con cuáles de estas características le gustaría que cuente el campamento vacacional?

- Complejo cerrado Al aire libre
- Que sea mixto Sólo de niños (as)
- Duración menor a mes Duración mayor a mes

10. ¿Cuál es el deporte favorito de su hijo?

11. ¿Le gustaría que su hijo recibiera terapias de autoestima y motivación?

SI

NO

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar sus hábitos alimenticios para ayudar a su infante con sus problemas de sobrepeso y obesidad?

SI

NO

Anexo 6: Transcripción de los Grupos de Enfoque

Grupo de Enfoque Niños

Moderador:

Buenas tardes y bienvenidos gracias por participar en esta reunión. Mi nombre es Carlos Parrales Ramos y soy estudiante de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

El propósito de este Grupo Focal es conocer las actividades que más les gusta realizar en su período de vacaciones. En esta actividad no hay respuestas correctas o incorrectas, sino diferentes puntos de vista. Favor de sentirse con libertad de expresar su opinión, aún cuando esta difiera con la que expresen sus compañeros.

Se les pide que por favor hablen alto. Estaremos grabando sus respuestas, ya que no queremos perdernos ninguno de sus comentarios. Si varios participantes hablan al mismo tiempo, la grabación se perderá. Estaremos llamando a cada uno por su nombre. Tengan en cuenta que estamos tan interesados en los comentarios negativos como en los positivos.

Nuestra sesión durará 45 minutos aproximadamente, y no tomaremos ningún receso formal. Colocaremos tarjetas en la mesa al frente de Usted, para que nos ayuden a recordar los nombres de cada cual. Para romper el hielo, me gustaría saber sus nombres y sus edades

Sebastián: Hola mi nombre es Sebastián Castro y tengo 9 años.

Andrés: Me llamo Andrés Heredia y tengo 10 años.

Aaron: Hola mi nombre es Aaron Espinoza y tengo 12 años.

Valentina: Mi nombre es Valentina Gómez y tengo 8 años

Amira: Me llamo Amira y tengo 8 años.

Cynthia: Mi nombre es Cynthia y tengo 9 años.

Pablo: Mi nombre es Pablo y tengo 11 años

Moderador: Comencemos con Pablo ¿Qué actividades realizas en sus vacaciones?

Pablo: A mi me gusta el fútbol, y mi mami siempre me inscribe en la academia de fútbol de Alfaro Moreno.

Sebastián: Yo juego Play Station con mis hermanos.

Valentina: Mi mami me lleva a la piscina. A veces vamos a la playa también.

Andrés: Yo el año pasado fui al campamento vacacional de Cerro Blanco.

Moderador: ¿Y que tal te pareció ese campamento?

Andrés: Si me gustó aunque duró muy poco.

Moderador: ¿Cuánto duró y que actividades realizabas?

Andrés: Duró 2 días y realizábamos caminatas y habían funciones de títeres.

Cynthia: Yo en las vacaciones voy al conservatorio porque estoy aprendiendo a tocar el piano.

Aaron: Yo voy a cursos de tennis con mis primos.

Amira: Mi papi me pone en cursos de inglés en mi escuela el Americano.

Moderador: ¿Les gustaría asistir a un campamento vacacional?

Cynthia: Yo si.

Amira: Yo también.

Pablo: A mi sí pero si nos dejan jugar fútbol.

Aaron: Siii!!!! A mi me gustaría ir a un campamento.

Andrés: Yo quiero pero que sea con piscina porque también me gusta nadar.

Sebastián: A mi también me gusta la piscina, yo también quiero.

Valentina: Si, pero que también vayan mis primas.

Moderador: ¿Y dónde les gustaría que fuera el campamento? ¿En la costa o en la Sierra?

Sebastián: En la costa porque en la sierra hace mucho frío

Valentina: Si es verdad, en la costa para estar cerca de la playa.

Aaron: A mí si me gustaría que fuera en la Sierra, me gusta ese clima.

Pablo: En la costa, porque en la sierra me canso rápido jugando fútbol.

Cynthia: A mi me da igual, me gustan en los dos lugares.

Andrés: Yo quiero que sea en la Costa.

Amira: Yo quiero que sea en la costa también.

Moderador: ¿Qué tipo de deportes les gustaría realizar en un campamento?

Pablo: Fútbol y natación

Cynthia: a mi gusta jugar básquet

Amira: a mi me gusta nadar y jugar básquet.

Valentina: natación y básquet.

Aaron: tennis y fútbol.

Sebastián: natación y volley.

Andrés: fútbol.

Moderador: ¿Cuánto tiempo les gustaría que dure el campamento?

Valentina: una semana

Aaron: a me gustaría que dure un mes

Sebastián: yo quiero que duren todas las vacaciones

Cynthia: dos semanas

Andrés: yo también quiero que dure un mes

Amira: no sé... dos semanas tal vez.

Pablo: yo también quiero dos semanas.

Moderador: Adicionalmente a los deportes, ¿qué otras actividades les gustaría realizar en el campamento?

Cynthia: Yo quiero clases de baile!!!!

Pablo: Yo quiero de pin pon!!!!

Andrés: Realizar una excursión...

Aaron: Si hacer camping!!!

Valentina: Yo también quiero clases de baile!!

Sebastián: A mi me gustaría aprender bicicross

Amira: Clases de baile y aeróbicos como en los gimnasios.

Moderador: ¿Les gustaría que el campamento fuera solo de niños, solo de niñas, o mixto?

Sebastián: Yo quiero que sea solo de niños

Valentina: Yo quiero que sea mixto... para que vayan también mis hermanos.

Aaron: Yo quiero que sea mixto

Amira: Yo también!!

Andrés: No, yo quiero que sea solo de niños!!!!

Pablo: Yo también

Cynthia: Yo quiero que sea solo de niñas!!!!

Moderador: ¿Qué tal les parecería la idea de permanecer en un campamento durante un mes, fuera de sus casas, realizando actividades deportivas y recreativas, y comiendo alimentos saludables?

Sebastián: A mi si me gustaría pero que es eso de alimentos saludables?

Moderador: Por ejemplo frutas, cereales, yogurt y comida rica en vitaminas.

Valentina: Yo si quiero... pero que no nos den solo verduras...

Andrés: Si es verdad, a mi tampoco me gustan las verduras. Pero si me gustan las frutas y también me gustan los deportes.

Aaron: y que son actividades recreativas?

Moderador: Son juegos en grupos, dinámicas al aire libre donde van a compartir con sus otros compañeritos y se van a conocer un poco más y jugar.

Amira: A mi si me gustaría porque me encantan los juegos en grupo.

Pablo: Si me gustaría ir a un campamento así, porque me gustan los deportes.

Cynthia: Yo si quiero porque me gusta jugar...

Grupo de Enfoque Padres

Moderador:

Buenas tardes y bienvenidos gracias por participar en esta reunión. Mi nombre es Carlos Parrales Ramos y soy estudiante de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

El propósito de este Grupo Focal es conocer sus puntos de vista acerca de la creación de un campamento para niños con problemas de obesidad y sobrepeso.

En esta actividad no hay respuestas correctas o incorrectas, sino diferentes puntos de vista. Favor de sentirse con libertad de expresar su opinión, aún cuando esta difiera con la que expresen sus compañeros.

Se les pide que por favor hablen alto. Estaremos grabando sus respuestas, ya que no queremos perdernos ninguno de sus comentarios. Si varios participantes hablan al mismo tiempo, la grabación se perderá. Estaremos llamando a cada uno por su nombre. Tengan en cuenta que estamos tan interesados en los comentarios negativos como en los positivos.

Nuestra sesión durará 45 minutos aproximadamente, y no tomaremos ningún receso formal. Colocaremos tarjetas en la mesa al frente de usted, para que nos ayuden a recordar los nombres de cada cual.

Moderador: Bueno, comenzando con este grupo focal, me gustaría saber ¿que edades tienen sus hijos y como es la relación que mantienen con ellos?

Sra. Isabel Romero: Bueno mi hijo tiene 9 añitos y mantenemos una estrecha relación de confianza y amistad. Es mi único hijo y siempre trato de darle lo mejor.

Sra. Karina Peláez: Mi hijo tiene 11 años y nuestra relación es muy buena, nos llevamos bien, trato de ser más que una madre una amiga para el.

Sra. Yadira Díaz: Bueno mi hijo tiene 12 años, y mi relación es buena pero el es un poco rebelde, no es malcriado, pero es muy independiente le gusta hacer las cosas a su manera y tiene sus propios ideales.

Sr. Carlos Gómez: Mi hija tiene 8 años y mi relación con ella es buena a pesar que por mi trabajo ella pasa más tiempo con la mamá, pero en mis tiempos libres le doy toda mi atención y aprovecho en compartir con ella, la llevo a pasear, a jugar en general a cualquier lugar donde ella quiera pasar.

Sr. Juan Heredia: La relación con mi hijo de 10 años es muy buena, mis tiempos libre juego con el ya que es un niño hiperactivo.

Sra. Patricia Ocejo: Mi niña tiene 8 años y nuestra relación es linda porque ella me ve como una amiga, yo trato de estimularla y aconsejarla porque a veces es un poco introvertida.

Sra. Glenda López: Mi hija tiene 9 años y nuestra relación es buena ya que ella es una niña tranquila, a veces también un poco introvertida y siempre trato que ella se relacione un poco más con nuevos niños.

Moderador: ¿Qué métodos utiliza o ha utilizado para controlar los problemas de obesidad y sobrepeso de su hijo?

Sra. Isabel Romero: Para controlar el sobrepeso de mi hijo, siempre trato de cocinar comida baja en grasa y trato que no coma comida chatarra en la calle, pero a veces es imposible porque cuando sale con el papá el lo consiente en todo lo que le pide.

Sra. Karina Peláez: A mi hijo lo he llevado a nutricionistas que lo hacen bajar de peso rápido, pero cuando dejamos de hacer la dieta en mi casa el niños sube el doble de peso, no hemos podido mantenerlo en un peso bajo.

Sra. Yadira Díaz: Al principio no pensé que mi hijo tuviera este problema, si no por el contrario pensé que como estaba gordito, estaba sano, pero los doctores me han dicho que a la larga el sobrepeso de mi hijo puede traerle consecuencias graves y eso me preocupa.

Sr. Carlos Gómez: Yo también he cometido el error de pensar que, como mi hija es chiquita, no importaba que estuviera gordita y por lo tanto siempre la complacía con dulces y comida chatarra, ya que tenía la idea de que al crecer ella bajaría de peso. Pero, asimismo los doctores me dicen que es desde pequeña en donde se le debe fomentar buenos hábitos alimenticios para que cuando crezca no tenga problemas de obesidad.

Sr. Juan Heredia: Yo he intentado inculcarle el hábito del deporte a mi hijo pensando que eso es suficiente para bajar de peso, pero sé que para poder tener un cuerpo sano la buena alimentación y el ejercicio van de la mano.

Sra. Patricia Ocejo: Para mí en realidad someter a un niño a dieta es muy estricto y difícil, en mi caso, a mi hija no le gustan los vegetales, he intentado con dietas pero no me han funcionado.

Sra. Glenda López: Al principio yo quise que mi hija se sometiera a un tratamiento para bajar de peso, pero luego pensé que es muy pequeña para eso y que sería muy duro para ella, desde entonces sólo he tratado de que se alimente un poco mejor.

Moderador: ¿Por qué cree usted que su hijo tiene estos problemas?

Sra. Isabel Romero: Bueno yo creo que los problemas de mi hijo se deben a que a él le gustan mucho los juegos de video, pasa mucho tiempo frente al televisor y no le gusta mucho realizar actividades físicas.

Sra. Karina Peláez: El problema de mi hijo es que le gustan las golosinas y la comida chatarra.

Sra. Yadira Díaz: A mi gordito también, le gustan mucho los dulces y la comida chatarra, y cuando le doy vegetales se molesta y hay que insistirle para que se los coma.

Sr. Carlos Gómez: El problema está en mi casa porque no tenemos buenos hábitos alimenticios, cuando se nos place comer, lo hacemos a cualquier hora, por lo general en las noches, por lo tanto nuestra hija está creciendo con esta costumbre.

Sr. Juan Heredia: Yo creo que así es la contextura de mi hijo porque en mi casa tratamos de no comer comidas grasosas y altas en calorías, pero aún así a mi hijo le gusta comer bastante.

Sra. Patricia Ocejo: A mi hija también le gusta ver mucho la televisión por eso no realiza mucha actividad física, solamente la que realiza en la escuela.

Sra. Glenda López: A mi hija le gusta comer bastante, le gustan mucho los carbohidratos por ejemplo el pan y el arroz y tampoco realiza mucha actividad física.

Moderador: ¿Qué tan disciplinado es su hijo?

Sra. Isabel Romero: Mi hijo si es muy disciplinado.

Sra. Karina Peláez: Mi hijo es hiperactivo pero cuando se le dice que se porte bien el obedece.

Sra. Yadira Díaz: Mi hijo no es tan disciplinado, hay que tener mucha paciencia con el.

Sr. Carlos Gómez: Mi hija si es tranquila y muy obediente.

Sr. Juan Heredia: Mi hijo es hiperactivo, pero obediente también

Sra. Patricia Ocejo: Mi hija es bastante inquieta, pero no malcriada, cuando se le habla fuerte ella obedece y se porta disciplinadamente.

Sra. Glenda López: Mi hija es inquieta e hiperactiva pero sabe comportarse cuando se le dice que tiene que ser obediente.

Moderador: ¿Ha afectado a su hijo la obesidad o el sobrepeso en sus actividades sociales y en su salud?

Sra. Isabel Romero: Creo que no porque en la escuela si tiene bastantes amiguitos y no ha tenido ningún tipo de discriminación por ser gordito. Y en cuanto a la salud, no se ha presentado ningún problema.

Sra. Karina Peláez: En cuanto a la salud mi hijo se cansa mucho cuando corre o hace alguna actividad física y a la vez eso si hace que sus compañeritos de la escuela se burlen de el, y el si se siente mal por eso.

Sra. Yadira Díaz: Problemas en la salud mi hijo no ha presentado y tampoco en la escuela por causa de su sobrepeso.

Sr. Carlos Gómez: A veces si siento que mi hija es un poco cohibida cuando esta con otros niños creo que es porque teme a que los otros niños la vayan a molestar por ser gordita.

Sra. Patricia Ocejo: En su salud, mi hija no ha tenido problemas, y con sus demás compañeros ella se lleva muy bien y no se cohíbe para nada.

Sra. Glenda López: En la salud mi hija no ha tenido problemas, y en la escuela si ha tenido problemas con unos compañeritos que la han molestado.

Sr. Juan Heredia: Mi hijo tampoco ha tenido problemas en la salud, si realiza cualquier tipo de actividad y se lleva muy bien con los compañeritos de su escuela.

Moderador: ¿Estaría dispuesto usted a que su hijo permanezca un mes interno en un campamento?

Sra. Isabel Romero: Si con tal de ayudar a mi hijo a mantener un peso normal.

Sra. Karina Peláez: A mi también me gustaría ya que no he podido lograr que mi hijo baje de peso.

Sra. Yadira Díaz: Si porque en los campamentos vacacionales los niños realizan bastante actividad física.

Sr. Carlos Gómez: Si, aunque sería muy duro separarme de mi hija, pero lo aceptaría solo por el bienestar de ella.

Sra. Glenda López: No se, si estaría dispuesta a dejarla un mes, al menos que si tenga algún tipo de contacto con ella.

Sra. Patricia Oejo: Si, porque eso la ayudaría a distraerse en otras cosas y no solo pasaría en la casa viendo televisión y no pensaría mucho en comer golosinas.

Sr. Juan Heredia: Yo también estoy dispuesto.

Anexo 7: Transcripción de Entrevistas a Profundidad.

NUTRICIONISTA

DRA. VILMA AYALA

(Diplomado en Medicina Escolar y Nutrición Infantil)

1. ¿Cuál cree usted que son las causas de sobrepeso y obesidad infantil?

La primera causa de sobrepeso y obesidad infantil, es un desorden alimentario fomentado por los padres de familia, especialmente en niños de preescolar, entre 3 a 5 años de edad. En esta edad es donde comienzan a enraizarse los malos hábitos alimenticios que poco a poco se vuelve difícil dejarlos a un lado.

Es recomendable mantener en un peso sano a los niños de esta edad, hasta los 10 a 12 años, y no hacerlos bajar de peso, porque

es en este período en donde ellos todavía no llegan su último estirón puberal y no hay un despertar hormonal, por eso es aconsejable mantenerlos en un buen peso, para que llegado el momento de la adolescencia puedan crecer con un peso normal.

Además esta enfermedad es multifactorial, influyen los factores sociales, económicos y psicológicos. Dentro del social, se encuentran los padres, ya que es la relación directa que tiene el niño, y si el padre es obeso, el niño es obeso.

También la obesidad es multisectorial, en donde en el sector socioeconómico medio y alto se presentan los casos de obesidad infantil.

2. ¿Conoce el porcentaje de niños obesos y con sobrepeso en Guayaquil?

En Guayaquil, no se presentan estadísticas de niños con esta enfermedad.

3. ¿Cuántos niños con estos problemas usted atiende diaria o semanalmente?

La frecuencia de pacientes que acuden a mi consultorio con este tipo de problemas, es más de adultos, regularmente asisten 1 niño 5 adultos.

4. ¿Cuál es la mejor dieta y ejercicios físicos que usted recomienda a niños con estos problemas?

Con los niños no es recomendable hablar de dietas sino de un plan alimentario, el cual va a de acuerdo a la edad, peso, estatura y sexo del niño. Por ejemplo si hablamos de niños entre los 3 y 5 años, se toma la edad del niño multiplicado por su peso en kilos, como resultado nos da el número de calorías que debe ingerir.

Lo ideal sería una dieta personalizada, pero al hablar en general de grupos de niños de acuerdo a la edad, es recomendable saber el porcentaje de calorías que deben consumir para mantenerlos un peso normal.

5. ¿Qué les recomienda hacer a los padres para ayudar a combatir estos problemas a sus hijos?

Para combatir esta enfermedad en los niños, lo primero es cambiar los hábitos alimentarios de los padres, ya que ellos son los que llevan la comida al hogar y manejan la alimentación que en casa se les da a los niños. Si el padre tiene malos hábitos alimenticios, éstos trascienden a sus hijos; si el padre come comida chatarra, el niño por ende también la come. Por eso es aconsejable inculcar primero a los padres un buen plan alimenticio con el fin de combatir esta enfermedad en ellos y principalmente en sus hijos.

6. ¿Qué opina usted sobre la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso y obesidad?

La idea de crear un campamento vacacional que combata esta enfermedad en los niños es muy buena debido a muchos factores, ya que durante las vacaciones escolares es en donde los niños tienen que estar aislados de malos hábitos alimenticios, y es ahí en donde el campamento puede fomentar en ellos una correcta alimentación.

La edad fundamental y propicia para inculcarles tal alimentación, es a partir de los 3 años, ya que en este tiempo los niños no tienen todavía hábitos enraizados y se los puede cambiar, pero es necesario trabajar a esta edad con los padres de familia.

De ahí a partir de los 5 a 12 años, si sería aconsejable este tipo de campamentos para los niños, ya que en caso de que malos hábitos alimenticios estén apoderados, la labor del campamento será cambiarlos y fomentar en sus mentes una nutrición sana.

Además es un buen proyecto, ya que la actividad física va de la mano con un buen plan alimentario para combatir la obesidad y sobrepeso infantil; y sería bueno aprovechar que en sus vacaciones estos niños tomen la iniciativa de cambiar su estilo de vida.

También aconsejo que en este campamento se de, una vez por semana, talleres nutricionales dirigidos a los padres de familia para aprender a alimentar correctamente a sus niños.

7. ¿De qué manera cree usted que un campamento pueda combatir esta enfermedad?

Con actividad física y un régimen alimentario totalmente balanceado con las calorías necesarias, niños con sobrepeso y obesidad podrán mantener un peso normal, y en el caso de aquellos que requieran bajar de peso lo pueden lograr, si en un mismo lugar ofrecen conjuntamente estas dos medidas que ayudan a combatir este tipo de enfermedad.

Para combatir esta enfermedad requiere de un proceso multidisciplinario, en el cual los niños necesitan ser tratados por un nutriólogo, una psicóloga, un educador y un sociólogo.

8. ¿De qué permisos o regulaciones usted requiere para dar una guía alimenticia a sus pacientes?

Para el funcionamiento de este tipo de centros, se requieren de los permisos que otorga el Ministerio de Salud totalmente regularizados.

PSICÓLOGA

SRA. GABRIELA ANDRADE
PSICÓLOGA CLÍNICA

1. ¿Cómo se ve afectado la autoestima en los niños con problemas de obesidad y sobrepeso?

Básicamente cuando un niño padece de sobrepeso y obesidad, por los factores sociales que influyen mucho en el medio, este niño se ve afectado en el sentido que se siente rechazado, excluido y no se siente socialmente aceptado, entonces esto genera en el niño ciertos comportamientos y conductas que el futuro se van a ver reflejados con aislamiento; y, también se sienten carentes de amor y afecto por parte de sus padres y un cierto tipo de rechazo que hay que trabajarlos, y para esto es necesario que se visite a un psicólogo y se trabaje en conjunto con los padres.

2. ¿Cuáles son las características, en cuanto a personalidad, de los niños que poseen esta enfermedad?

Un niño que se siente carente de amor va a tener actos compulsivos que lo van a llevar a alimentar y a llenar eso que sienten que les falta, cuando una persona se siente vacía van a tener este tipo de comportamientos, que el caso de niños con esta enfermedad, va a ser la comida. Los padres en cierta forma influyen en esto, si un padre es gordito, su hijo es gordito; es decir la ansiedad se transmite de generación en generación, un padre y una madre ansiosa, criarán a un niño con las mismas características, esa ansiedad que sienten los padres por dar a sus hijos una “buena alimentación”, hará que los sobrealimenten y fomenten la obesidad.

Por lo tanto hay que considerar que la ansiedad es inconsciente, no es controlable, una persona siente la necesidad de comer y lo hace sin pensar.

3. ¿Son culpables los padres que éste sea un problema frecuente en los niños?

Más que culpables son los responsables directos de crear en sus hijos buenos hábitos alimenticios. No solamente el problema es psicológico, sino también cultural, en la actualidad se vende constantemente este tipo de comida rápida debido a que la sociedad te exige que todo sea rápido porque el tiempo cuesta dinero; como consecuencia de esto los padres no se detienen a pensar en que verdaderamente alimenta bien a su hijo, sin embargo prefieren algo que sea rápido y barato, ya que encontramos que esta comida está cada vez más accesible a las personas con precios muy módicos.

Además influye bastante el estilo de vida de los padres, padres estresados, generan en los niños angustias y ansiedades que los conllevan a tener sobrecargas que no puedan manifestarlas o expresarlas sino que lo hacen comiendo y sobrealimentándose generalmente con comida chatarra.

4. ¿Cómo podrían controlar las personas aquellas emociones que muchas veces estimulan la obesidad?

Para hacer una psicoterapia con un niño primero se debe considerar la edad del mismo; si es menor de 5 años, por lo general se trabaja con los padres, y son ellos las personas

directas con los que hay que conversar y los que tienen que contar como es realmente la vida e historia del niño.

Básicamente hay que tratar las emociones de los padres y la relación de estos con el niño, ya que si no hay una buena relación entre padres e hijos, o existen cualquier tipo de problemas en la familia, esto puede como consecuencia generar ciertos sentimientos de culpa en el niño, el va a sentir que por causa suya sus padres no se llevan bien, o tal vez sienta que por su culpa no hay dinero y por eso no hay una relación normal con los miembros de su hogar. Entonces el niño empieza a crear estas fantasías en su cabeza, y es ahí en donde entra la labor del psicólogo junto con los padres, explicando al niño que el no es el responsable de lo que pasa.

Diversas situaciones, como el hecho de ser adoptados o el tener que vivir lejos de sus padres o no tener a sus padres vivos, crean en el niño ciertos vacíos e interrogantes de por qué ellos no están con sus padres o por qué los abandonaron; y al no saber la razón de esto, generan en ellos ansiedades y angustias que el psicólogo tiene que tratar, conversar y proporcionar toda la información necesaria al niño para que entienda y sepa lo que realmente le hace falta saber.

5. ¿Qué opina usted sobre la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso y obesidad?

Un campamento en donde haya varios niños que puedan interactuar y jugar siempre va a ser beneficioso, porque eso los va a ayudar a crecer, a desarrollarse en sus emociones, van a compartir con otros niños que tienen características

físicas similares a las de ellos y no van a sentir cierto tipo de discriminación por tener sobrepeso u obesidad y van a poder tener seguridad en sí mismos.

Al fomentarles el deporte en este campamento ellos van a poder diferenciar lo que es ser un niño activo a ser un niño pasivo y se les va a poder enseñar lo bueno que será para ellos realizar una actividad física y seguir un correcto plan alimenticio.

Esto será para el niño una experiencia real en donde va a ver los cambios en su apariencia, va a aceptarse tal como es y va a entender y a conocer las causas de esta enfermedad.

Es necesario hacer trabajar al niño en sus fortalezas yóicas, en aceptarse y quererse como son; y crear en su mente la idea que si él se quiere, va a querer tener un cuerpo y una mente sana; y si él está bien, va a poder dar bienestar a los demás.

Además es necesario explicar a los padres que es realmente un gran daño no educar a sus hijos con buenos hábitos alimenticios, para que en un futuro no se conviertan en niños rechazados, depresivos, agresivos y evitar así que de cierto modo estas actitudes causan sufrimiento.

6. ¿Cómo motivar a un niño obeso a asistir a un campamento para bajar de peso?

Siempre se motiva a un niño por lo que más le gusta, en este caso para motivarlo a ir un campamento, sería preguntándole cual es el deporte favorito que practica, claro está que hay que considerar que aunque para ellos, por su contextura física, se les haga difícil practicar alguna actividad física, hay que hacerles ver y comprobar con sus propias experiencias que si pueden hacerlo, al mismo tiempo que se les fomenta la importancia de realizar ejercicios.

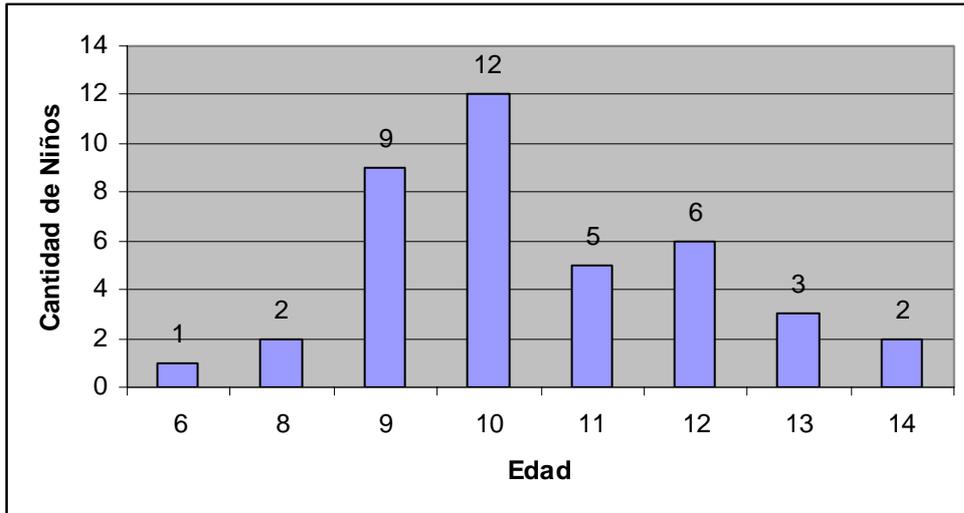
Pero debemos entender que no es una tarea fácil, ya que como cualquier persona, estos niños sienten miedo, rechazo y vergüenza; sin embargo dependerá del instructor crear incentivos y premiar el esfuerzo que hacen por muy simple que sea este.

En fin lo más importante será hacerlos sentir competitivos, implantándole metas que puedan alcanzar y los haga sentir realizados de haber cumplido el objetivo.

Anexo 8: Resultado de Sondeo.

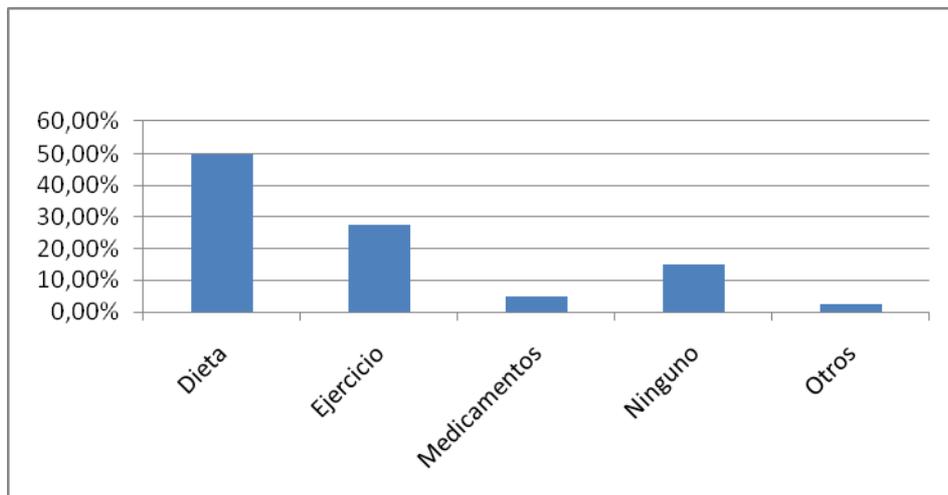
Se han omitido los resultados de las **preguntas 1 y 2** debido a que son preguntas filtro.

3. ¿Qué edad tiene su hijo?



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

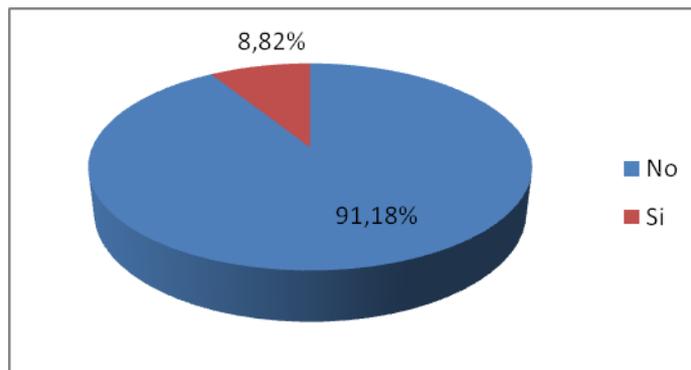
4. ¿Ha utilizado algún método para combatir el problema de sobrepeso y obesidad en su niño? ¿Cuál es?



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Este gráfico muestra que el método más común que usan los padres para que sus hijos pierdan peso es la dieta, seguida del ejercicio.

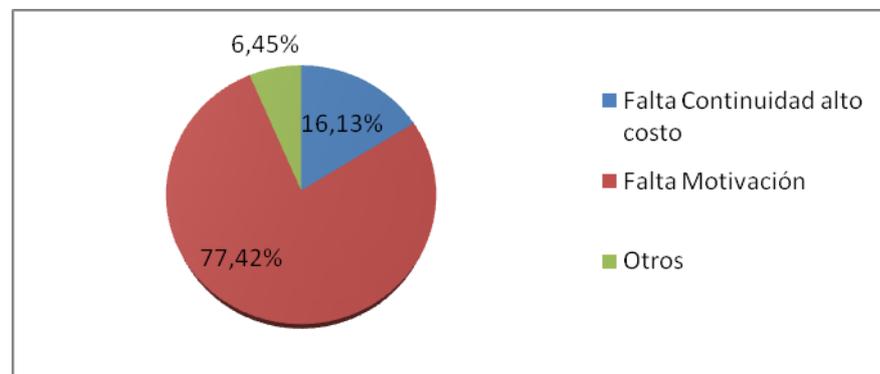
5. **¿El método utilizado ha resultado efectivo para sus niños? Si su respuesta es negativa continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario conteste desde la pregunta N° 7.**



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

El 91,18% de los padres de familia respondieron que el método que han usado para que sus niños pierdan peso no les ha sido efectivo.

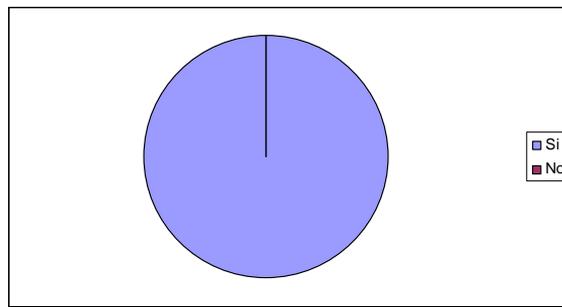
6. **¿Por qué cree usted que el método utilizado para combatir la obesidad y el sobrepeso en su infante no ha surtido el efecto deseado?**



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

De la gráfica se concluye que la causa de que los métodos que han usado los padres encuestados para combatir la obesidad de sus hijos no hayan surtido efecto, es la falta de motivación.

7. **¿Le gustaría que su hijo asistiera a un campamento vacacional en donde se inculque una correcta alimentación y se fomente el ejercicio físico?**

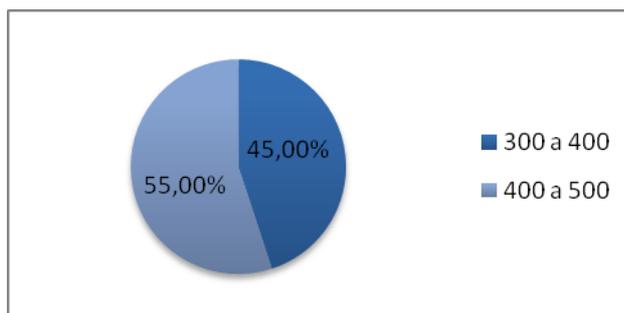


Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Las 40 personas encuestadas respondieron que si es atractiva la idea de la existencia de un campamento vacacional donde se inculquen buenos hábitos alimenticios y se fomente el ejercicio físico.

8. **¿Hasta que valor estaría dispuesto a cancelar por un campamento vacacional con las características antes mencionadas?**

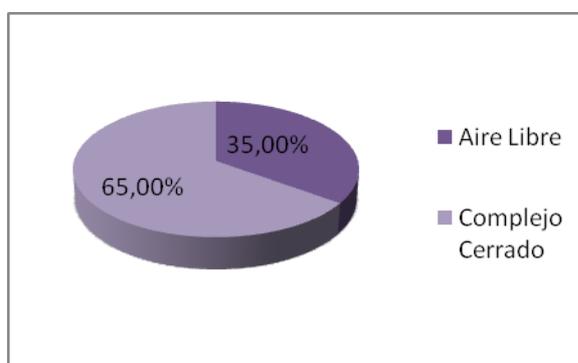
- _____ De \$ 300 a \$ 400
- _____ De \$ 400 a \$ 500
- _____ Más de \$ 500



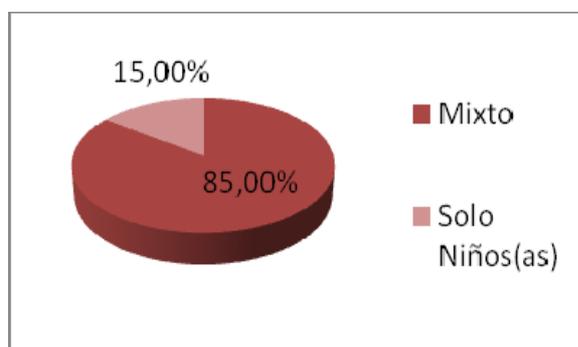
Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

El rango de precios al que estarían dispuestos a pagar las 40 personas encuestadas está entre USD. 400 a USD. 500

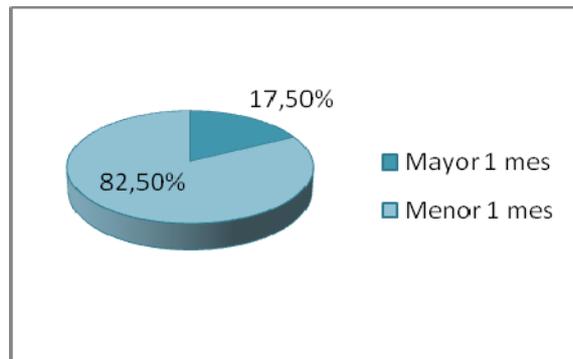
9. ¿Con cuáles de estas características le gustaría que cuente el campamento vacacional?



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez



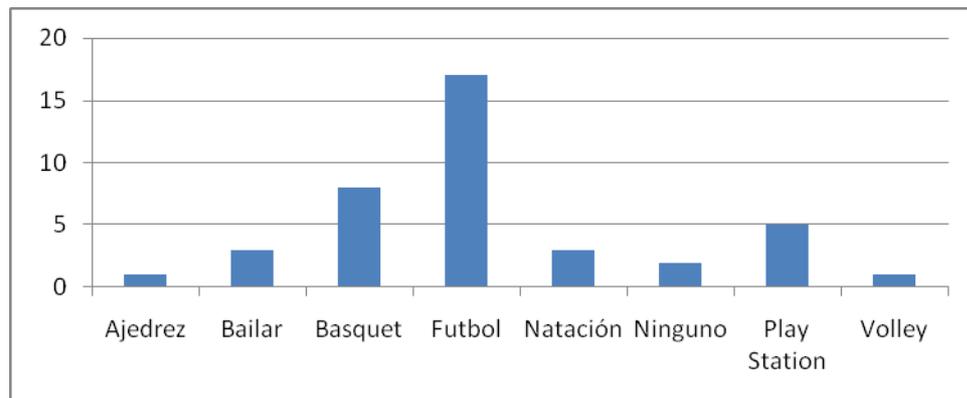
Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valde



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Las 40 personas encuestadas prefieren que el campamento sea: un complejo cerrado, mixto y que su duración sea menor a 1 mes.

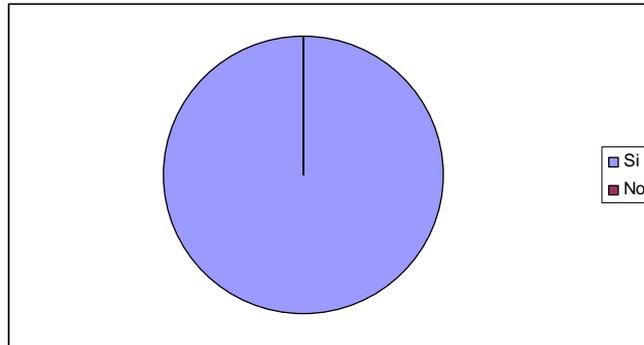
10. ¿Cuál es el deporte favorito de su hijo?



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

El deporte favorito de los niños es el fútbol según la gráfica presentada.

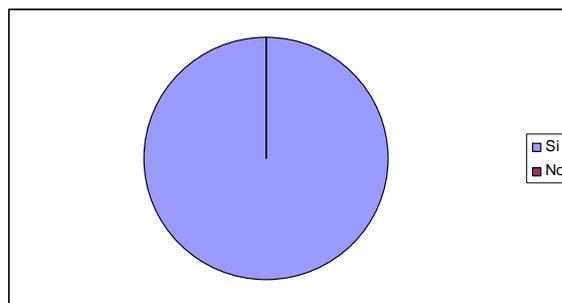
11. ¿Le gustaría que su hijo recibiera terapias de autoestima y motivación?



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Los 40 encuestados respondieron que si les gustaría que sus hijos, con problemas de sobrepeso u obesidad, recibieran terapias de autoestima y motivación.

12. ¿Estaría dispuesto a cambiar sus hábitos alimenticios para ayudar a su infante con sus problemas de sobrepeso y obesidad?

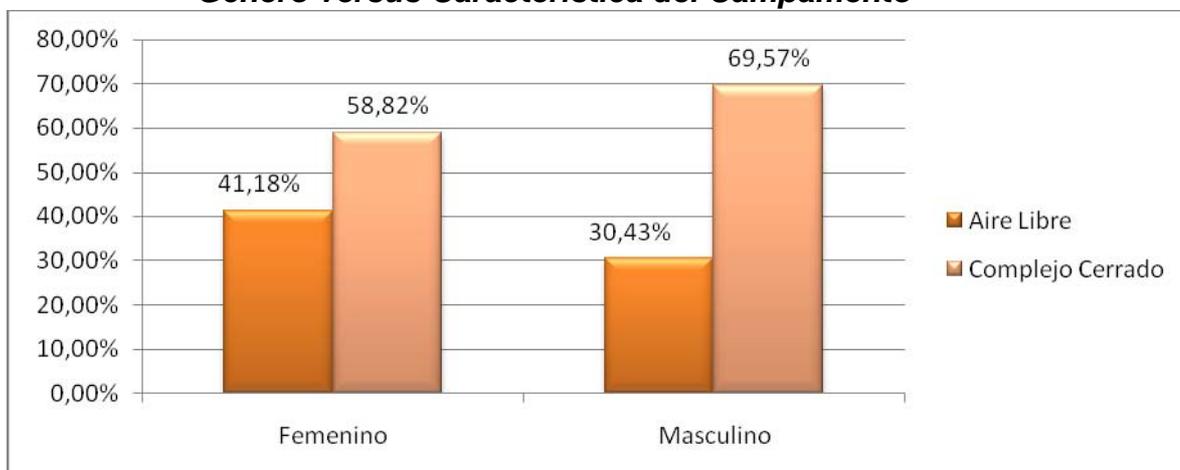


Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Los 40 padres encuestados si están dispuestos a cambiar sus hábitos alimenticios para ayudar a sus niños.

Tablas Cruzadas

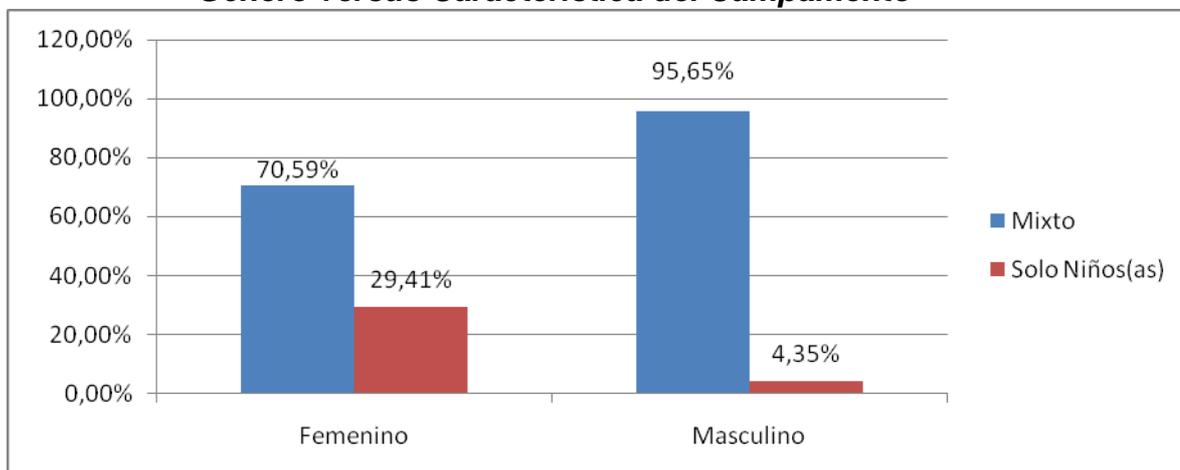
Género versus Característica del Campamento



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

En la gráfico se observa que tanto los padres de las niñas como de los niños, prefieren que el campamento sea un complejo cerrado.

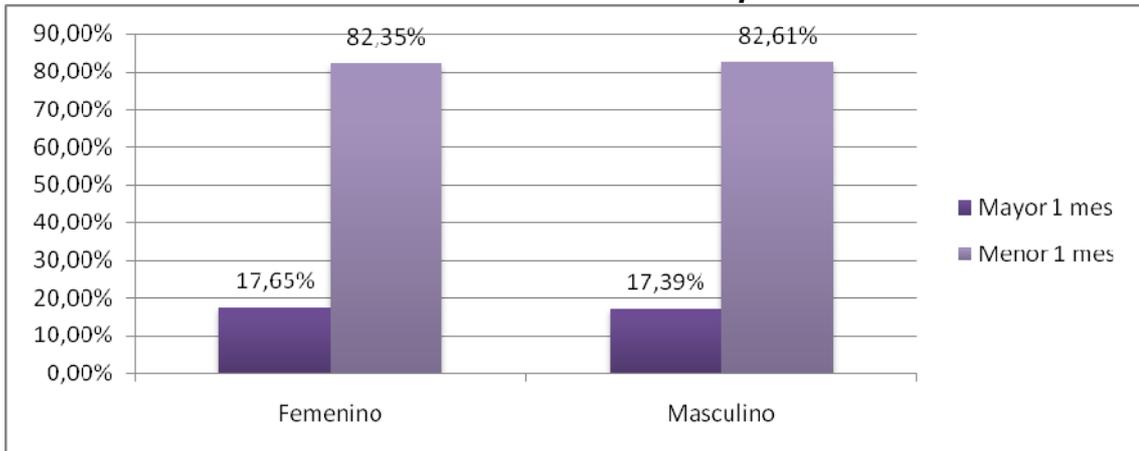
Género versus Característica del Campamento



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Así mismo los padres de niños y niñas prefieren que el campamento sea mixto.

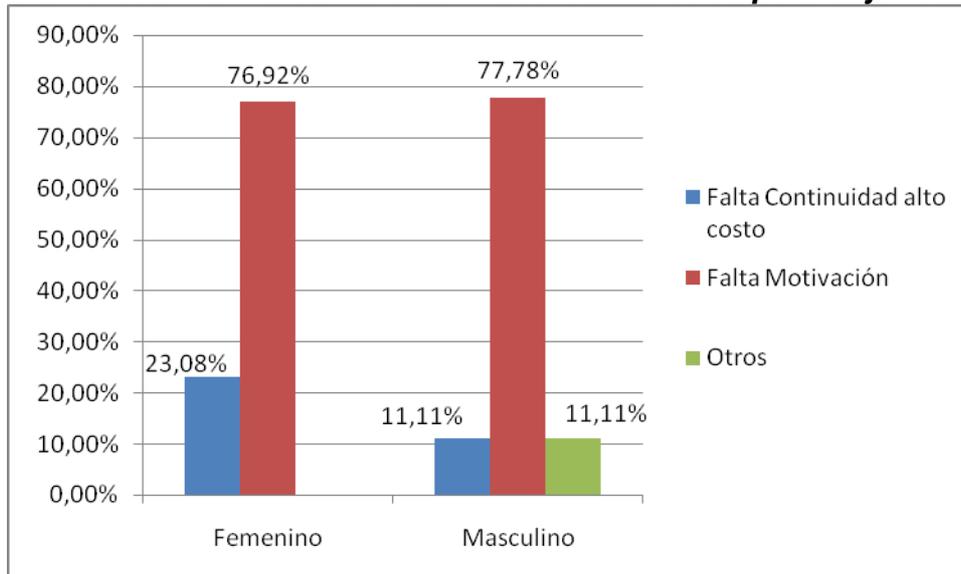
Género versus Duración del Campamento



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

También los padres de los niños prefieren que el campamento sea menor a 1 mes.

Género versus Motivo de no efectividad de métodos para bajar de peso



Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Por último, los padres de niños y niñas coinciden en que los métodos que han utilizado para que sus hijos pierdan peso, no han surtido efecto debido a la falta de motivación

Anexo 9: Descripción de Puestos.

NUTRICIONISTA

Descripción del cargo:

Este profesional de la salud es la persona responsable de desarrollar las actividades orientadas a la alimentación de los niños del campamento, adecuada a las necesidades fisiológicas de cada uno.

Principales responsabilidades:

- ❖ Realizar una evaluación e identificar los problemas y necesidades nutricionales de los niños.
- ❖ Planificar un plan alimentario individual (menús y dietas especiales).
- ❖ Intercambiar información con los distintos profesionales implicados en la alimentación y cuidado de los niños e instruir en los principios de la nutrición y su aplicación en la selección de los alimentos.
- ❖ Explicar la dieta a los guías, niños y a sus padres; y formarlos en alimentación saludable y dietética.
- ❖ Elaborar programas de educación nutricional para los niños y sus padres (folletos de información, audiovisuales, etc.).
- ❖ Planificar el seguimiento y los controles posteriores.

Nivel Académico:

Titulación universitaria de Diplomado en Nutrición y Dietética.

PSICÓLOGO

Descripción del cargo:

Es la persona responsable de motivar la participación de los niños a fin de lograr metas deseadas en el campamento.

Principales responsabilidades:

- ❖ Evaluar y analizar la conducta de los niños en el ámbito social (estado anímico y psicológico).
- ❖ Orientar, motivar y elevar la autoestima de aquellos niños con complicaciones originadas por sus problemas de obesidad y sobrepeso.
- ❖ Planificar trabajos grupales y dinámicas.
- ❖ Desarrollar programas de autoestima y motivación para los niños y su familia.

Nivel Académico:

Titulación universitaria formal en Psicología: Licenciado en Psicología, Título de Grado en Psicología, Diplomado Universitario en Psicología, etc.

GUÍA

Descripción del cargo:

Es la persona encargada de la planificación, organización y desarrollo de actividades deportivas y de recreación dentro y fuera del campamento.

Principales responsabilidades:

- ✧ Coordinar y organizar conjuntamente con el equipo de instructores la logística de eventos deportivos y de recreación
- ✧ Cuidar y velar por la integridad de los niños en el campamento las 24 horas del día.
- ✧ Dinamizar y estimular la actividad deportiva

Nivel Académico:

Licenciatura en pedagogía y administración del deporte.

Experiencia Profesional:

Experiencia previa comprobada de 5 años en la docencia deportiva, coordinación y manejo de programas de educación física y logística de eventos.

CHEF

Descripción del cargo:

Es una persona con nivel culinario profesional, responsable de preparar los alimentos para el campamento, previo la planificación del nutricionista de los planes alimentarios para cada niño. Posee conocimientos básicos de seguridad alimentaria, sanidad, nutrición culinaria y supervisión.

Principales responsabilidades:

- ❖ Planificar la compra de alimentos junto con los ayudantes de cocina.
- ❖ Elaborar el presupuesto destinado a la alimentación y realizar los inventarios.
- ❖ Controlar y gestionar la calidad de los alimentos.
- ❖ Optimizar la materia prima.
- ❖ Control del costo y controlar la producción diaria de la cocina.
- ❖ Supervisar que su área de trabajo permanezca limpia.
- ❖ Supervisa la presentación y servicio de las comidas.
- ❖ Preparar alimentos sanos y nutritivos de alta calidad siguiendo las pautas de higiene y nutrición.
- ❖ Responsable del control de calidad del producto.

Anexo 10: Dieta Referencial.

	DESAYUNO	ALMUERZO	CENA
LUNES	1 Vaso de jugo de Naranja 1 Tostada con Jamón Té o café (máximo 1 cucharadita de azúcar o sustituto de azúcar)	1 Trozo de Pollo sin cuero Ensalada de tomate y lechuga	Ensalada de frutas con miel Jugo de Frutas
MARTES	Cereal con Leche 1 Vaso de jugo de naranja	1 Trozo de Carne Ensalada verde y papas cocidas	1 Plátano picado con miel Jugo de Naranja
MIERCOLES	1 vaso de jugo de naranja 1 Tostada con huevo cocido Té o café (máximo 1 cucharadita de azúcar o sustituto de azúcar)	Atún con ensalada verde y tomate Jugo de Naranja	1 Trozo de pollo sin cuero, acompañado de arroz blanco
JUEVES	1 Vaso de jugo de naranja 1 Yogurt	1 Hamburguesa sin aceite con ensaladas verdes Jugo de Frutas	Ensalada de frutas con miel 1 Yogurt
VIERNES	1 vaso de jugo de naranja 1 Tostada jamón Té o café (máximo 1 cucharadita de azúcar o sustituto de azúcar)	Bistec sin aceite acompañado de 1 huevo cocido y tomate	Surtido de Ensaladas verdes Jugo de frutas
SABADO	Cereal con Leche 1 Vaso de jugo de naranja	1 Trozo de pescado cocido con ensaladas verdes Jugo de Frutas	2 Salchichas de pavo acompañadas de arroz blanco 1 Vaso de Leche
DOMINGO	1 vaso de jugo de naranja 1 Tostada con huevo cocido Té o café (máximo 1 cucharadita de azúcar o sustituto de azúcar)	Libre elección pero respetando una moderada cantidad	Ensalada de frutas con miel 1 Yogurt

Anexo 11: Descripción del Método de selección de la ubicación.

Debido a que se analizarán tanto factores objetivos como subjetivos, el método que se aplicará para seleccionar la ubicación del campamento será el Método de Brown y Gibson, cuyo procedimiento es el siguiente:

- Asignar valor relativo a cada alternativa según factor objetivo:

$$FO_i = \frac{1/C_i}{\sum 1/C_i}$$

- Estimar puntajes relativos de cada alternativa según factores subjetivos. Usar comparaciones pareadas.
- Combinar factores subjetivos (FS), ponderándolos según su importancia relativa.
- Combinar FO con FS de cada alternativa, obteniendo su Medida de Preferencia de Localización.
- Seleccionar la ubicación con mayor Medida de Preferencia de Localización.

▪ Aplicación del Método

OPCION	DESCRIPCION	VALOR METRO CUADRADO
A	Terreno de 6000 metros cuadrados, al pie del río Daule en la vía La Aurora. Cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande.	20 Dólares
B	Terreno de 6000 metros cuadrados en la urbanización campestre "Lomas del bosque".	16 Dólares
C	Terreno de 6000 metros cuadrados, en el sector Algarrobos. Km 20 vía Guayaquil - Salinas	18 Dólares

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

FACTORES OBJETIVOS			
	OPCION A	OPCION B	OPCION C
Costo Terreno	120000	96000	108000
RECIPROCOS	8,33333E-06	1,0417E-05	9,2593E-06
FACTORES OBJETIVOS	0,297520661	0,37190083	0,33057851

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

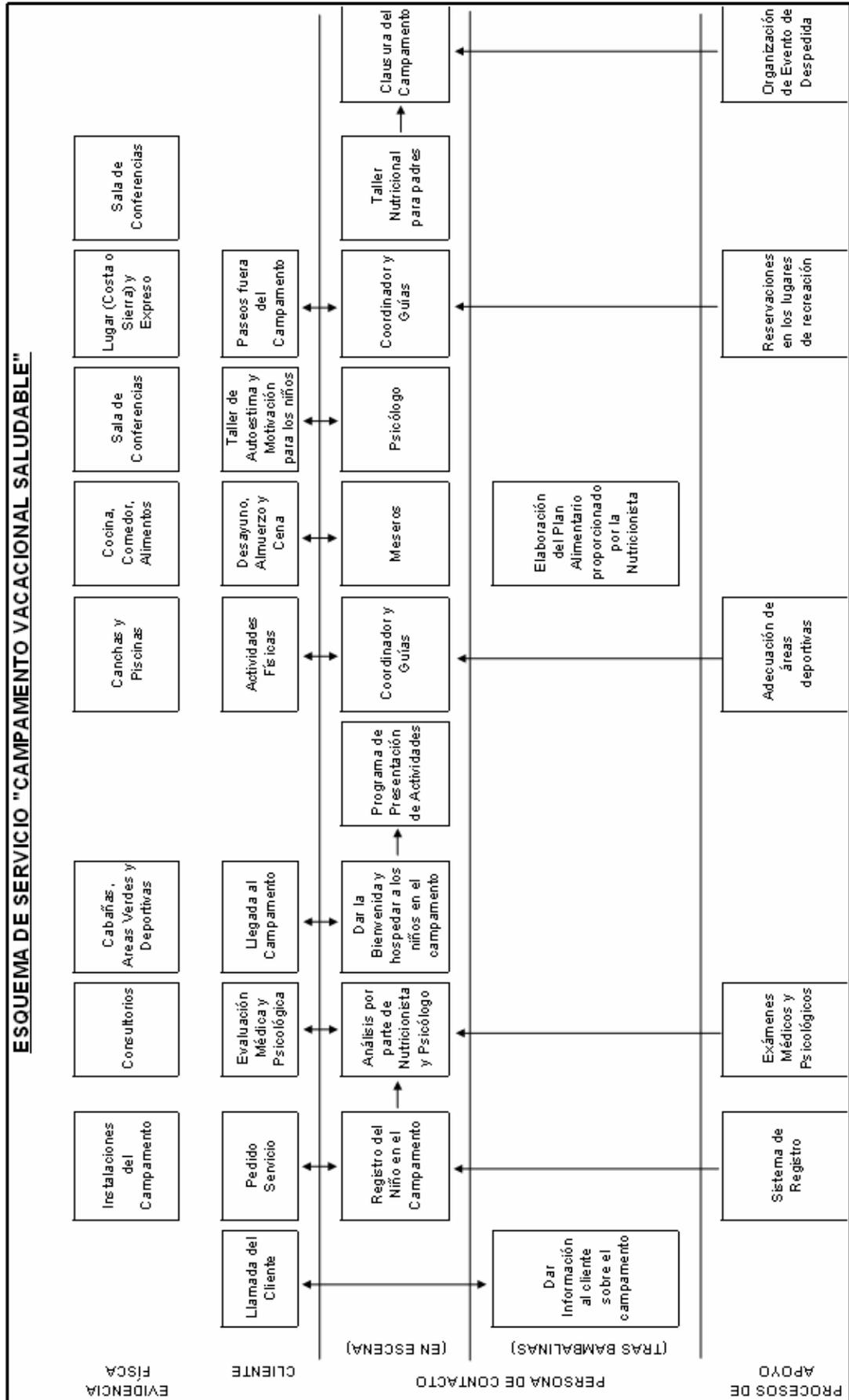
FACTORES SUBJETIVOS			
IMAGEN	OPCION A	OPCION B	OPCION C
OPCION A	0	0	0
OPCION B	1	0	1
OPCION C	1	0	0
TOTAL	2	0	1
PESO FACTORES SUBJETIVOS	0,67	0,00	0,33

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

IMPORTANCIA TOTAL OBJETIVOS	0,7		
IMPORTANCIA TOTAL SUBJETIVOS	0,3		
MPL	OPCION A	OPCION B	OPCION C
	0,41	0,26	0,33

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Anexo 12: Gráfico de Esquema de Servicio.



Anexo 13: Detalle de Activos Fijos y Suministros.

Activos Fijos

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
ENSERES			
Cocina	1	490,18	490,18
Congelador	1	612,85	612,85
Juego de cubiertos 6 personas	10	15	150
Juego utensilios Cocina	3	6,9	20,7
Juego de vasos 6 unidades	15	1,49	22,35
Licuada Extreme 1,5 lts	2	24,9	49,8
Microondas	1	78,37	78,37
Juegos de ollas y sartén	3	42,9	128,7
Vajilla 20 piezas	12	15	180
Refrigerador LG	1	1200	1200
Dispensador de Agua	1	180,42	180,42
Servilleteros	7	0,9	6,3
Sanduchera Eléctrica Extreme	1	14,9	14,9
Tabla para picar	2	3,7	7,4
Grabadora	1	86,23	86,23
Armadores	500	0,3	150
Colchones	55	87,58	4816,9
Cortinas	28	9,9	277,2
Cortinas de baño	10	3,8	38
Espejos	16	6,2	99,2
Juegos de sábanas	110	10,9	1199
Lámparas de Tumbaco	22	3,62	79,64
Ventilador Pedestal	15	23,9	358,5
Focos	39	3,99	155,61
Tachos de basura para baño	17	4,2	71,4
Tachos de basura Grandes	4	10	40
Set 4 piezas para baño	10	5	50
Asiento para inodoro	10	8,99	89,9
Canasta para ropa sucia	5	6	30
Tachos de basura para oficina	3	3,23	9,69
Extintores	9	34,72	312,48
TOTAL			11005,72
MUEBLES			
Mesas	7	50	350
Camas	55	100	5500
Veladores	30	25	750
Muebles de Oficina	2	250	500

Bancas	14	15	210
Banca de hierro forjado	2	44,6	89,2
Sillas plásticas	20	5	100
TOTAL			7499,2
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			18504,92

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	2	44,15	88,3
TOTAL			88,3
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computadora	2	428,62	857,24
Impresora	1	100,63	100,63
TOTAL			957,87
OTROS EQUIPOS			
Televisor	1	500	500
Acondicionador de Aire	1	400	400
TOTAL			900
TOTAL EQUIPOS			1946,17

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Suministros e Implementos

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
Escobas	5	2	10
Toallas	50	5	250
Servilletas	90	0,35	31,5
Papel higiénico	20	0,25	5
Lavavajilla Axion	4	1,45	5,8
Paño de Cocina	4	0,79	3,16
Esponja Lavaplato	2	0,79	1,58
Desinfectante	10	2,24	22,4
Cloro	10	1,45	14,5
Trapeador Extra Grande	2	1,99	3,98
Detergente	10	2,46	24,6
Fumigador	3	2,19	6,57
Insecticida	5	1,69	8,45
TOTAL			387,54
SUMINISTROS DE OFICINA			
Resma de Papel	2	3,5	7
Cartuchos para Impresora	1	40	40
TOTAL			47
TOTAL SUMINISTROS			434,54
IMPLEMENTOS DEPORTIVOS			
Balones	20	2	40
Tablas para Nadar	30	4,5	135
TOTAL			175
TOTAL SUMINISTROS E IMPLEMENTOS			609,54

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Anexo 14: Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
No	Capital	Interés	Cuota Mensual	Saldo Capital
0				135442,25
1	3.252,02	1104,98304	4.357,00	132190,24
2	3.278,55	1078,45201	4.357,00	128911,69
3	3.305,29	1051,70453	4.357,00	125606,39
4	3.332,26	1024,73884	4.357,00	122274,13
5	3.359,45	997,55315	4.357,00	118914,69
6	3.386,85	970,145671	4.357,00	115527,84
7	3.414,48	942,514594	4.357,00	112113,35
8	3.442,34	914,658093	4.357,00	108671,01
9	3.470,42	886,574329	4.357,00	105200,59
10	3.498,74	858,261448	4.357,00	101701,85
11	3.527,28	829,717582	4.357,00	98174,57
12	3.556,06	800,940845	4.357,00	94618,51
13	3.585,07	771,929338	4.357,00	91033,44
14	3.614,32	742,681145	4.357,00	87419,12
15	3.643,80	713,194336	4.357,00	83775,32
16	3.673,53	683,466964	4.357,00	80101,79
17	3.703,50	653,497066	4.357,00	76398,28
18	3.733,72	623,282663	4.357,00	72664,57
19	3.764,18	592,821762	4.357,00	68900,39
20	3.794,89	562,11235	4.357,00	65105,50
21	3.825,85	531,1524	4.357,00	61279,66
22	3.857,06	499,939869	4.357,00	57422,60
23	3.888,53	468,472696	4.357,00	53534,07
24	3.920,25	436,748803	4.357,00	49613,82
25	3.952,23	404,766096	4.357,00	45661,59
26	3.984,48	372,522463	4.357,00	41677,11
27	4.016,98	340,015776	4.357,00	37660,13
28	4.049,76	307,243889	4.357,00	33610,37
29	4.082,79	274,204637	4.357,00	29527,58
30	4.116,10	240,895841	4.357,00	25411,48
31	4.149,68	207,3153	4.357,00	21261,79
32	4.183,54	173,460798	4.357,00	17078,26
33	4.217,67	139,330099	4.357,00	12860,59
34	4.252,08	104,920951	4.357,00	8608,51
35	4.286,77	70,2310821	4.357,00	4321,74
36	4.321,74	35,2582013	4.357,00	0,00
	135.442,25	21.409,71	156.851,96	

Elaborado por: C. Parrales, D. Gaibor, V. Valdez

Anexo 15: Cálculo de Beta y Riesgo País.

CÁLCULO DEL BETA

Description	beta	Market Cap	Debt to Equity	tc	pesos
Allied Healthcare Internationa	0,78	92,22	0	36,38%	2,57%
Almost Family Inc.	0,36	318,88	0,09	40,28%	8,87%
Amedisys Inc.	1,02	1370	0,765	37,03%	38,12%
Chemed Corp.	0,26	1040	0,642	38,36%	28,94%
Gentiva Health Services Inc.	0,53	772,88	0,944	40,94%	21,50%

3593,98

Promedio Ponderado	0,6300	0,6884	0,3853
--------------------	--------	--------	--------

Beta s/d

Tc

D/P

Beta c/d	0,664
-----------------	--------------

RIESGO PAIS

2004	Enero	714
	Febrero	760
	Marzo	701
	Abril	925
	Mayo	909
	Junio	852
	Julio	852
	Agosto	813
	Septiembre	778
	Octubre	745
	Noviembre	696
	Diciembre	690
2005	Enero	579
	Febrero	574
	Marzo	524
	Abril	483
	Mayo	504

	Junio	519
	Julio	488
	Agosto	532
	Septiembre	608
	Octubre	513
	Noviembre	612
	Diciembre	920
2006	Enero	644
	Febrero	632
	Marzo	660
	Abril	810
	Mayo	875
	Junio	804
	Julio	735
	Agosto	727
	Septiembre	634
	Octubre	660
	Noviembre	642
	Diciembre	655
2007	Enero	822
	Febrero	717
	Marzo	650
	Abril	600
	Mayo	620
	Junio	711
	Julio	711
	Agosto	676
	Septiembre	616
	Octubre	575
	Noviembre	616
	Diciembre	614
2008	Enero	649
	Febrero	640
	Marzo	662
	Abril	574
	Mayo	541
	Junio	596
	Julio	664
	Agosto	724
	Septiembre	1001
	Octubre	3150
	Noviembre	3576
	Diciembre	4731
<i>Promedio Histórico 2004-2008</i>		8,37%

BIBLIOGRAFÍAS

INVESTIGACION DE MERCADOS, Kinnear/Taylor, Quinta edición, McGrawHill, 2000.

PLANEACION ESTRATEGICA DE LA TEORIA A LA PRACTICA, Mc Carthy y Perreault, McGrawHill

MARKETING ESTRATEGICO, Jean-Jacques, Tercera Edición, McGrawHill, 2002

MARKETING, Kerin y Berkowitz, Séptima Edición, McGrawHill, 2003

ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Douglas Emery y John Finney, Primera Edición, Prentice Hall, 2000.

PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, Richard A. Brealey, Cuarta Edición, McGrawHILL, 1996