

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS



PROYECTO DE MECANISMOS DE FINANCIAMIENTO PARA LA CREACIÓN
Y MANTENIMIENTO DE UN CENTRO DE SALUD Y VIDA PARA EL ADULTO
MAYOR
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Previa la obtención del Título de:

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

Maruri Angie

Navarrete Marina

Villegas Irina

DIRECTOR

Eco. Pablo Sorianooldrovo

Guayaquil-Ecuador

2013

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, mi hermana y mi tía Amada por su comprensión, preocupación, dedicación y apoyo incondicional. Obsequiándome ese dinamismo, alegría e ideas de superación. Corrigiéndome constructivamente para no volver a cometer los mismos errores, compartiendo sus tristezas y alegrías. Con estas pocas pero significativas palabras quiero hacerles saber que son parte muy importante de mi formación intelectual y que ocupan un lugar irremplazable en mi corazón.

Angie Maruri Correa

Dedico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de avanzar profesionalmente, y guiarme a los objetivos de la vida con su bendición, a mis padres que son un apoyo constante, llenarme de valores y fuerzas para seguir avanzando día a día, con ejemplo de perseverancia y actitud positiva a los retos, a mis abuelitos y a mi Tía María ya que son una de mis motivaciones para poder hacer este tema de investigación, a mis hermanos y novio, que comparten una de la etapas más importante en mi vida.

Irina Villegas Godoy

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios ya que él está guiando siempre mi camino y ha permitido que me encuentre en esta nueva etapa de mi vida; también a mis padres que me han apoyado incondicionalmente y han sido una gran motivación, ya que gracias a sus buenos consejos he logrado ser una persona de valores.

Marina Navarrete Ronquillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo lo que me ha brindado por unir mi camino con mis amigas de tesis, con las cuales nos hemos integrado de la mejor manera, encontrando en ellas una verdadera amistad; también le agradezco por nuestro tutor de tesis que día a día se esfuerza por llegar a nosotros y ayudarnos para concluir esto de la mejor manera. Le agradezco a Dios por regalarme una familia amorosa y unida, que sin su apoyo no hubiera podido concluir nada en mi vida.

Angie Maruri Correa

Agradezco a todas las personas que con su apoyo nos ayudaron a culminar este trabajo; un agradecimiento especial para Dios por su iluminación constante, a la familia Maruri que nos abrieron las puertas de su casa cuidándonos y apoyándonos para avanzar un escalón más del peldaño. A mis profesores del colegio que fueron un pilar importante, para estar hoy en donde me encuentro. A nuestros padres por la comprensión necesaria y sus esperanzas depositadas en nosotras. A ustedes mis Papis por haber logrado esculpir con sus esfuerzos a la señorita en que me he convertido los amo por educarnos de la mejor manera.

Irina Villegas Godoy

Agradezco a toda mi familia ya que por ellos estoy alcanzando uno de mis objetivos y por la confianza que me han brindado siempre, también a mis amigas de tesis que gracias a ellas hemos cumplido con nuestro trabajo y a toda su familia que nos han recibido en su hogar para la realización de ello, así mismo agradezco a mis profesores por compartir todos sus conocimientos y en especial a nuestro tutor que nos ha guiado para la realización de la tesis.

Marina Navarrete Ronquillo

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Presidente del Tribunal

Eco. Santiago Pozo

Director del Proyecto

Eco. Pablo Soriano

Vocal del Tribunal

Msc. Isis Feraud

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Angie Kerly Maruri Correa

Marina Isabel Navarrete Ronquillo

Irina Isabel Villegas Godoy

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	GENERALIDADES DEL PROYECTO Y LA EMPRESA	1
1.1	INTRODUCCIÓN	1
1.2	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	5
1.3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.4	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	10
1.5	OBJETIVO GENERAL	11
1.5.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.6	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	13
1.7	JUSTIFICACIÓN	14
CAPÍTULO 2	ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LA COMPAÑÍA	22
2.	ANÁLISIS DE CONSTITUCIÓN	22
2.1	RAZÓN SOCIAL	22
2.2.	SLOGAN	23
2.3.	MISIÓN	24
2.4.	VISIÓN	24
2.5.	NUESTROS VALORES	24
2.6.	ORGANIGRAMA	25
2.7.	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL CENTRO PRIMAVERA	26
2.8.	ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO	32
2.9.	MATRIZ EFE-EFI.	34
2.10	CONTRATO DEL CENTRO PRIMAVERA PARA EL ADULTO MAYOR, HACIA SUS CLIENTES	37
2.11	CONTRATO A PLAZO INDEFINIDO	41
CAPÍTULO 3	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	45
3.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	45
3.2	PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.3	PASOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46
3.3.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	47

3.3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO _____	47
3.3.2.1 OBJETIVOS GENERALES _____	47
3.3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS _____	47
3.3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN _____	48
3.3.3.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO _____	48
3.4 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA _____	49
3.4.1 MUESTREO ALEATORIO SIMPLE _____	50
3.4.2 DEFINICIÓN _____	50
3.4.3 DATOS PARA LA REALIZACIÓN DEL MUESTREO. _____	51
3.4.3.1 MARGEN DE ERROR _____	51
3.4.3.2 GRADO DE NIVEL DE CONFIANZA _____	51
3.4.3.3 PROBABILIDAD ESTIMADA _____	51
3.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN _____	53
3.5.1 ENCUESTAS _____	54
3.5.2 ENTREVISTA _____	54
3.5.2.1 EMPLEO DE LA ENTREVISTA _____	54
3.6 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y LA ENTREVISTA _____	55
3.6.1 ENCUESTA A PERSONAS ADULTAS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL _____	55
3.6.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS _____	56
3.6.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS _____	56
CAPÍTULO 4 MARKETING _____	77
4.1. ANTECEDENTES _____	77
4.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING _____	78
4.2.1 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA _____	78
4.3 CICLO DE VIDA _____	79
4.4 MATRIZ BCG _____	80
4.5 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER _____	81
4.6 MARKETING MIX _____	85
4.6.1 PRODUCTO/SERVICIO _____	87

4.6.2 PRECIO _____	87
4.6.3 PLAZA _____	88
4.6.4 PROMOCIÓN _____	88
4.7 SEGMENTACIÓN DE MERCADO META _____	88
CAPÍTULO 5 ESTUDIO TÉCNICO _____	90
5.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO _____	92
5.2 DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN _____	93
CAPÍTULO 6 ESTUDIO FINANCIERO _____	101
6.1 INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO _____	102
6.1.1 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO _____	102
6.1.1.1 MÉTODO CONTABLE _____	102
6.1.1.2 MÉTODO DEL DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO _____	103
6.2 INVERSIONES EN ACTIVOS TANGIBLES _____	105
6.2.1 MUEBLES DE OFICINA _____	105
6.2.2 ACCESORIOS DE COCINA _____	106
6.2.3 ILUMINACIÓN DE PATIOS _____	106
6.2.4 UTENSILIOS DE OFICINA _____	107
6.2.5 MUEBLES DE SALA DE TERAPIA _____	107
6.2.6 MUEBLES DE HABITACIÓN _____	108
6.2.7 SALAS DE ESTAR _____	108
6.2.8 SALA HOSPITALARIA _____	109
6.2.9 LAVANDERÍA _____	109
6.2.10 PELUQUERÍA _____	110
6.2.11 BAÑOS DE SALAS DE TERAPIA _____	110
6.2.12 BAÑOS DE PISCINA _____	110
6.2.13 SALA DE VISITA _____	111
6.2.14 COMEDOR _____	111
6.2.15 EXTERIOR _____	112
6.2.16 MUEBLES DE OFICINA _____	112

6.2.17 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN _____	112
6.3 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES _____	113
6.4 INVERSIONES DURANTE LA OPERACIÓN _____	113
6.5 FINANCIAMIENTO _____	114
6.5.1 FINANCIAMIENTO POR CAPITAL PROPIO _____	114
6.5.2 FINANCIAMIENTO BANCARIO _____	114
6.5.2.1 BANCO NACIONAL DE FOMENTO _____	115
6.5.2.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN _____	116
6.6 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA _____	117
6.7 INGRESOS _____	118
6.7.1 INGRESOS OPERATIVOS _____	118
6.7.2 OTROS INGRESOS _____	118
6.7.2.1 MANEJO DE ACTIVOS A INVERTIR _____	118
6.7.2.2 FONDOS DE INVERSIÓN VS PÓLIZA DE ACUMULACIÓN _____	119
6.8 EGRESOS _____	120
6.8.2 COSTOS FIJOS Y VARIABLES _____	120
6.9 GASTOS DE CONSTITUCIÓN _____	122
6.9.1 PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES A TRABAJADORES _____	123
6.9.2 IMPUESTO A LA RENTA _____	124
6.9.3 INTERÉS PRÉSTAMO _____	124
6.10 VALOR DE DESECHO _____	124
6.11 ESTADO DE RESULTADOS _____	125
6.12 FLUJO DE CAJA _____	127
6.12.1 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO _____	127
6.12.2 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA _____	129
6.13 TASA DE DESCUENTO _____	131
6.13.1 COSTO DE LA DEUDA K_D _____	131
6.13.2 Costo del capital propio o patrimonial $K_e = T_{mar} = CAPM$ _____	131
6.13.3 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL $CPPC = K_0 = WACC$ _____	134

6.14 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS _____	135
6.14.1 VAN, VALOR ACTUAL NETO _____	135
6.14.2 TIR, TASA INTERNA DE RETORNO _____	136
6.14.3 OTROS CRITERIOS DE DECISIÓN _____	137
6.14.3.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN _____	137
6.14.3.2 TASA DE RETORNO CONTABLE, TRC _____	137
6.14.3.3 RAZÓN COSTO BENEFICIO _____	138
6.15 PUNTO DE EQUILIBRIO _____	138
6.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD _____	139
6.17 GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS _____	143
6.17.1 OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS _____	144
6.17.2 TIPOS DE RIESGOS _____	144
6.18 PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO _____	145
6.18.1 IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO _____	145
6.18.3 EVALUACIÓN DEL RIESGO _____	148
6.18.4 SELECCIÓN DE MÉTODOS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO _____	149
6.18.5 PLAN DE ACCIÓN _____	149
CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	151
7.1 Conclusiones _____	151
7.2 Recomendaciones _____	152
REFERENCIAS _____	153
ANEXOS _____	155

ÍNDICE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE POBLACIONAL DEL ECUADOR _____	4
GRÁFICO 1.2 DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DE ADULTOS MAYORES SEGÚN LA ESCALA DE DISCAPACIDAD POR SEXO _____	8
GRÁFICO 1.3. ESPERANZA DE VIDA _____	10
GRÁFICO 1.4. DIFERENTES GRUPOS DE EDAD DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES _____	15
GRÁFICO 1.5. PORCENTAJE DE ADULTOS MAYORES POR GRUPO ÉTNICO _____	16
GRÁFICO 1.6. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO _____	18
GRÁFICO 1.7. PORCENTAJE DE ADULTOS MAYORES CUBIERTOS POR SISTEMAS DE SEGUROS DE SALUD POR SEXO _____	21
GRÁFICO 2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL _____	25
GRÁFICO 3.2. CICLO DE VIDA FAMILIAR _____	48
GRÁFICO 3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN _____	53
GRÁFICO 3.3. SEXO _____	56
GRÁFICO 3.4. EDAD _____	57
GRÁFICO 3.5. ACEPTACIÓN DEL CENTRO PARA EL ADULTO MAYOR _____	58
GRÁFICO 3.6. UBICACIÓN DEL CENTRO ASISTENCIAL _____	59
GRÁFICO 3.7. TERAPIA OCUPACIONAL _____	60
GRÁFICO 3.8. MÚSICO TERAPIA _____	61
GRÁFICO 3.9. BAILO TERAPIA _____	62
GRÁFICO 3.10. AROMA TERAPIA _____	63
GRÁFICO 3.11. GIMNASIA ACUÁTICA _____	64
GRÁFICO 3.12. TAI CHI _____	65
GRÁFICO 3.13. PELUQUERÍA _____	66
GRÁFICO 3.14. SERVICIOS MÉDICOS _____	67
GRÁFICO 3.15. PAGOS ACUMULATIVOS _____	68
GRÁFICO 3.16. ESTADÍA EN EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR _____	69
GRÁFICO 3.17. ACEPTACIÓN DE PLANES HABITACIONALES _____	70
GRÁFICO 3.18. PRECIO _____	72
GRÁFICO 3.19. MEDIOS DE COMUNICACIÓN _____	73
GRÁFICO 4.1. CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO (CVP) _____	79
GRÁFICO 4.2. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) _____	80
GRÁFICO 4.3. FUERZAS DE PORTER _____	82
GRÁFICO 6.1. RIESGO PAÍS-ECUADOR _____	133
GRÁFICO 6.2. PRECIO VS TIR _____	140
GRÁFICO 6.3. PRECIO VS VAN _____	141
GRÁFICO 6.4. VARIACIÓN CF VS VAN _____	142
GRÁFICO 6.5. VARIACIÓN CF VS TIR _____	143
GRÁFICO 6.6. MATRIZ DE RIESGO _____	148

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA I. PORCENTAJE DE PERSONAS ADULTAS MAYORES ASEGURADAS Y ECONÓMICAMENTE ACTIVAS. ECUADOR	7
TABLA II. ESPERANZA DE VIDA POR SEXO	9
MAPA I. DE PROVINCIAS QUE TIENE MAYOR CANTIDAD DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES	19
TABLA III. PERSONAS ADULTAS MAYORES Y ASEGURAMIENTO	20
TABLA IV. MATRIZ FODA	33
TABLA V. MATRIZ EFI	34
TABLA VI. MATRIZ EFE	35
TABLA VII. MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	36
TABLA V. MATRIZ EFI	34
TABLA VI. MATRIZ EFE	35
TABLA VII. MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	36
TABLA VIII. SEXO	56
TABLA IX. EDAD	57
TABLA X. ACEPTACIÓN DEL CENTRO PARA EL ADULTO MAYOR	58
TABLA XI. UBICACIÓN DEL CENTRO ASISTENCIAL	59
TABLA XII. TERAPIA OCUPACIONAL	60
TABLA XIII. MÚSICO TERAPIA	61
TABLA XIV. BAILO TERAPIA	62
TABLA XV. AROMA TERAPIA	63
TABLA XVI. GIMNASIA ACUÁTICA	64
TABLA XVII. TAI CHI	65
TABLA XVIII. PELUQUERÍA	66
TABLA XIV. SERVICIOS MÉDICOS	67
TABLA XX. PAGOS ACUMULATIVOS	68
TABLA XXI. ESTADÍA EN EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR	69
TABLA XXII. ACEPTACIÓN DE PLANES HABITACIONALES	70
TABLA XXIII. PRECIO	71
TABLA XXIV. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	72
TABLA XXV. TIPO DE TÉCNICA A EMPLEAR	74
TABLA XXVI. VINCULACIÓN DE OBJETIVOS ALCANZADOS CON LA ENTREVISTA A EXPERTOS.	75
TABLA XXVII. VINCULACIÓN DE OBJETIVOS ALCANZADOS CON LA ENTREVISTA A EXPERTOS.	76
TABLA XXVIII. ANÁLISIS MARKETING MIX	86
TABLA XXIX. SEGMENTACIÓN DE MERCADO META	89
TABLA XXX. TIPOS DE PLANES DE DORMITORIOS	96
TABLA XXXI. ÁREAS DE CADA TIPO DE DORMITORIO	96
TABLA XXXII. MUEBLES DE OFICINA	105
TABLA XXXIII. ACCESORIOS DE COCINA	106
TABLA XXXIV. ILUMINACIÓN DE PATIOS	106

TABLA XXXV.UTENSILIOS DE OFICINA _____	107
TABLA XXXVI.MUEBLES DE SALA DE TERAPIA _____	107
TABLA XXXVII.MUEBLES DE HABITACIÓN _____	108
TABLA XXXVIII. SALAS DE ESTAR _____	108
TABLA XXXIX. SALA HOSPITALARIA _____	109
TABLA XL. LAVANDERÍA _____	109
TABLA XLI. PELUQUERÍA _____	110
TABLA XLII. BAÑOS DE SALAS DE TERAPIA _____	110
TABLA XLIII. BAÑOS DE PISCINA _____	110
TABLA XLIV. SALA DE VISITA _____	111
TABLA XLV. COMEDOR _____	111
TABLA XLVI. EXTERIOR _____	112
TABLA XLVII. MUEBLES DE OFICINA _____	112
TABLA XLVIII. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN _____	112
TABLA XLIX. TABLA DE INTERÉS _____	115
TABLA L. TABLA DE AMORTIZACIÓN _____	116
TABLA LI. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA _____	117
TABLA LII. FONDOS DE INVERSIÓN VS PÓLIZA DE ACUMULACIÓN _____	119
TABLA LIII. TABLA DE COSTOS FIJOS _____	121
TABLA LIV. TABLA DE COSTOS VARIABLES _____	121
TABLA LV. TABLA DE SUELDOS _____	122
TABLA LVI. TABLA DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN _____	123
TABLA LVII.VALOR RESIDUAL Y AÑOS DE DEPRECIACIÓN _____	125
TABLA LVIII. ESTADO DE RESULTADO _____	126
TABLA LIX. TABLA DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO _____	127
TABLA LX.TABLA DEL FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA _____	129
TABLA LXI. TABLA DE CAPM _____	133
TABLA LXII. TABLA DELWACC _____	135
TABLA LXIII. TABLA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO _____	139
TABLA LXIV. OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS _____	144
TABLA LXV. TIPOS DE RIESGOS _____	144
TABLA LXVI. POSIBLES RIESGOS A ENFRENTAR _____	147
TABLA LXVII. TRANSFERENCIA DEL RIESGO _____	150

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. ETAPAS DEL ENVEJECIMIENTO _____	5
ILUSTRACIÓN 5.1. CENTRO PRIMAVERA _____	91
ILUSTRACIÓN 5.2. CENTRO PRIMAVERA ÁREA TOTAL _____	92
ILUSTRACIÓN 5.3. UBICACIÓN DEL PROYECTO _____	93
ILUSTRACIÓN 5.4. CAMA HOSPITALARIA _____	95
ILUSTRACIÓN 5.5. DORMITORIO PLAN AMIGOS 2 _____	97
ILUSTRACIÓN 5.6. CÁMARA FRIGORIFICA _____	98
ILUSTRACIÓN 5.7. COCINA INDUSTRIAL _____	98
ILUSTRACIÓN 5.8. CUARTO DE LAVANDERÍA _____	99
ILUSTRACIÓN 5.9. COMEDOR _____	100

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA _____	156
ANEXO 2. FORMATO DE ENTREVISTA _____	159
ANEXO 3. VIDEO DE ENTREVISTA AL DECANO LEONARDO ESTRADA _____	160
ANEXO 4. TRIPTICO DE SERVICIOS DEL CENTRO PARA EL ADULTO MAYOR _____	161
ANEXO 5. PLANOS DEL TERRENO 1RA PLANTA Y 2DA PLANTA _____	162
ANEXO 6. DIAGRAMA DE GANTT _____	163
ANEXO 7. GASTOS DE CONSTITUCIÓN _____	164
ANEXO 8. MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA LIMITADA _____	165
ANEXO 10. FORMULARIO DEL SRI SOLICITUD DE RUC _____	169

CAPÍTULO 1

GENERALIDADES DEL PROYECTO Y LA EMPRESA

1.1 INTRODUCCIÓN

Los Adultos Mayores son aquellos que pertenecen a un grupo de personas que tienen más de 65 años de edad, por tener este rango de edad son denominados tercera edad o ancianos.

El adulto mayor trata de sobrellevar su última etapa de vida, la mayoría de ellos han realizado sus proyectos y de ahí en adelante desean tener una vida tranquila llena de armonía.

Por consecuencia de las condiciones de vida que incurre el adulto mayor en el país, y el aumento de la falta de atención de parte de los familiares y extraños hacia el adulto mayor, buscamos crear un centro de vivienda donde se incluya a las personas de la tercera edad y sea cuidado de la manera que se merece y se cumplan sus derechos.

A causa de estos motivos existen asilos que están destinados al cuidado del adulto mayor, en diferentes partes del país, tratando de brindarles un mejor estilo de vida, aunque la mayoría está enfocada a las personas con escasos recursos. De acuerdo a la información censal (INEC. Censo de Población y Vivienda 2010),

las condiciones socioeconómicas en las que viven los adultos mayores en nuestro país son, en su mayoría, deficitarias. Se estima que el 57,4%, correspondiente a 537.421 personas, se encuentra en condiciones de pobreza y extrema pobreza.

Tomando en cuenta que el adulto mayor merece una vejez digna; es decir respeto, una vida decorosa y que no dependa económicamente ni en salud, pudiendo vivir de sus rentas por lo cual estas personas buscarán un lugar que les brinde servicios que continúen con su calidad de vida.

En el Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, se busca dar a estas personas una estabilidad emocional, brindándole un espacio físico en el cual cuente con cuidados personalizados, terapias ocupacionales y un ambiente recreativo, dándole el beneficio de relacionarse con personas de su misma edad, ayudándoles a que sigan siendo activos y productivos.

El Centro de Salud y Vida buscará formas de financiamiento para que el adulto mayor pueda acceder a una facilidad de pago antes y durante su estadía en el centro.

Este proyecto estará enfocado en los ciclos de vida familiar del ser humano que mencionaremos a continuación: Nido Vacío I (parejas mayores sin hijos en el hogar), Nido Vacío II (marido jubilado), Superviviente I (Si trabaja), Superviviente II (No trabaja, dependiente de hijos). Atraeremos a las personas de la etapa de Nido Vacío I y II, brindando planes en las que ellos podrán pagar de forma anticipada para que aseguren su vida en la etapa de Supervivencia.

El Centro de Salud y Vida del Adulto mayor, contará con un grupo profesional, preparado especialmente para las personas de esta edad. Los programas efectuados en el centro para los adultos mayores, será medido por la satisfacción y evolución que tengan estos.

Teniendo en cuenta la magnitud de cuidados que deben tener estas personas, el grupo profesional contará con conocimientos, actitudes y responsabilidad que ellos ameritan para tener una vida digna.

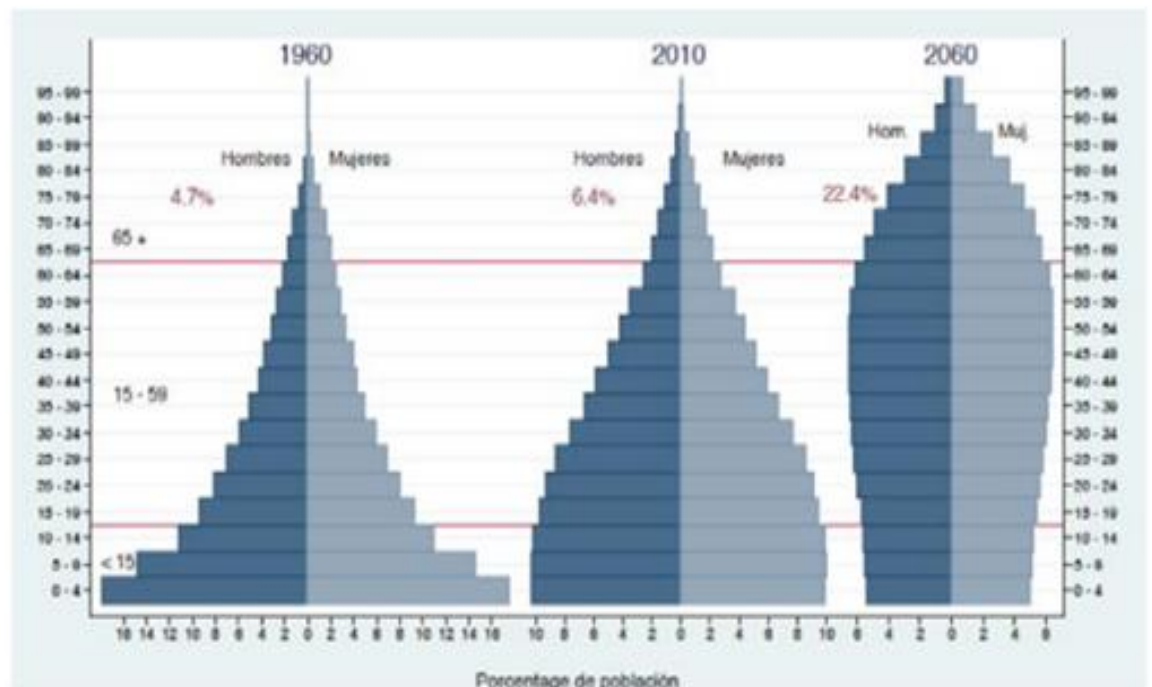
Para llevar a cabo, nuestro proyecto hemos considerado diferentes formas para financiarnos, para lograr poco a poco los objetivos planteados, a continuación mencionaremos nuestra forma de financiamiento:

- Capital Propio.
- Préstamo Inmobiliario Banco Nacional de Fomento.
- Pre financiamiento con nuestros futuros clientes.

Trabajaremos con agentes fiduciarios, que garanticen el destino del dinero, y que este sea exclusivamente para la creación de este proyecto Centro de Salud y Vida para el adulto mayor.

Nuestro estudio va proyectado a la evolución de la vida poblacional de los ecuatorianos en el país, que se puede observar mediante el siguiente gráfico.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA PIRÁMIDE POBLACIONAL DEL ECUADOR



*Fuente: CEPAL. Proyecciones de población.
Elaboración: INIGER MIES 2011*

Mediante el gráfico 1, podemos observar que reducirá el número de personas jóvenes e incrementará la cantidad de adultos mayores, debido al sueño de autorrealización personal y profesional, comienza una reducción en la fecundidad. Por lo que notamos que existe un mercado objetivo en el Ecuador que va en aumento, logramos ver que las personas viven muchos más años de vida que en años anteriores. Se pronostica que en el 2060 tendremos un aumento del 22.4% de adultos mayores, podemos concluir que tendríamos un amplio mercado y una perspectiva positiva de las personas que podemos ofrecerles nuestros servicios para que garantice su vejez.

1.2 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

El envejecimiento es un proceso que no sólo afecta a las personas, sino que también ocurre en las poblaciones, y es lo que se llama el envejecimiento demográfico. Se produce por el aumento en la importancia relativa del grupo de adultos mayores y la disminución en la importancia porcentual de los menores, como consecuencia de la caída de la natalidad. Este proceso de cambio en el balance entre generaciones está ocurriendo en América Latina y en Ecuador de una manera mucho más rápida que la ocurrida en países desarrollados. Latinoamérica debe enfrentar los retos de este proceso con menos recursos y más premura de la que tuvieron los países ricos.(MIES, Agenda de Igualdad para adultos mayores, 2012)

ILUSTRACIÓN 1. ETAPAS DEL ENVEJECIMIENTO



Fuente: Ariza(2008)

Al ser el envejecimiento un proceso multidimensional que tiene incidencia en la persona, la familia y la comunidad–, implica la puesta en marcha de acciones integrales, solidarias, que contribuyan a revalorizar el rol de las personas adultas mayores en la sociedad. La acción a favor de las personas mayores es un desafío para el Estado en sus niveles nacional y local. Lo es también para el sector privado, las organizaciones sociales y los ciudadanos en general. El trabajo mancomunado asegura el logro de cambios a favor de la igualdad y equidad social a nivel del país.

El Ecuador se muestra como un país en plena fase de transición demográfica, este fenómeno demuestra que los adultos/as mayores al 2010 representan el 7% de la población del Ecuador y al 2050 representarán el 18% de la población. El envejecimiento poblacional es uno de los fenómenos de mayor impacto de nuestra época lo que ocasiona un aumento de personas de 65 y más años de edad y el aumento de los índices de enfermedades crónico degenerativas e incapacidades. Se han invertido recursos para conocer, pensar y proponer acciones tendientes a preparar a la población para llegar a esta edad, incorporar a los adultos mayores a la sociedad y finalmente ofrecer posibilidades de una vejez digna, tranquila y saludable.(MIES, Agenda de Igualdad para Adultos Mayores, 2012-2013)

En la segunda mitad del siglo pasado, la población ecuatoriana mejoró su esperanza de vida, pues pasó de 48,3 años en 1950-55 a 75,6 años en 2010-15 (CEPAL, 2012). Esto permitió que muchos ecuatorianos aumentaran su calidad de vida y alcanzaran edades mayores.

El envejecer bien es el ideal de todos, pero una vejez positiva solamente puede ser el resultado de una vida enmarcada en los parámetros que encierra el bienestar social. El proceso de envejecimiento difiere de acuerdo a la condición social. Debido a ello es necesario continuar desarrollando propuestas con

alternativas y espacios que permitan mejorar las condiciones de vida a través de planes, programas y proyectos donde las personas adultas mayores sean entes activos en un proceso de inclusión social con la familia y la sociedad.

Para el periodo 2012-2013 se genera la prioridad de construir la Agenda de igualdad para Adultos Mayores, donde se presentan propuestas de estrategias que abarquen un mejoramiento de la calidad de vida en las personas adultas mayores. Todo esto, debido a que, como ya se mencionó antes, el envejecimiento es un proceso que no sólo afecta a las personas, sino también a la población en su conjunto.

En su gran mayoría, las personas adultas mayores no conocen o tienen acceso limitado a programas del Estado, por lo que se promueve el desarrollo de nuevas estrategias para la atención de sus necesidades de salud, trabajo, cuidados, protección social y convivencia intergeneracional, entre otras.(MIES, Agenda de Igualdad para Adultos Mayores, 2012-2013)

TABLA I. PORCENTAJE DE PERSONAS ADULTAS MAYORES ASEGURADAS Y ECONÓMICAMENTE ACTIVAS. ECUADOR 2010.

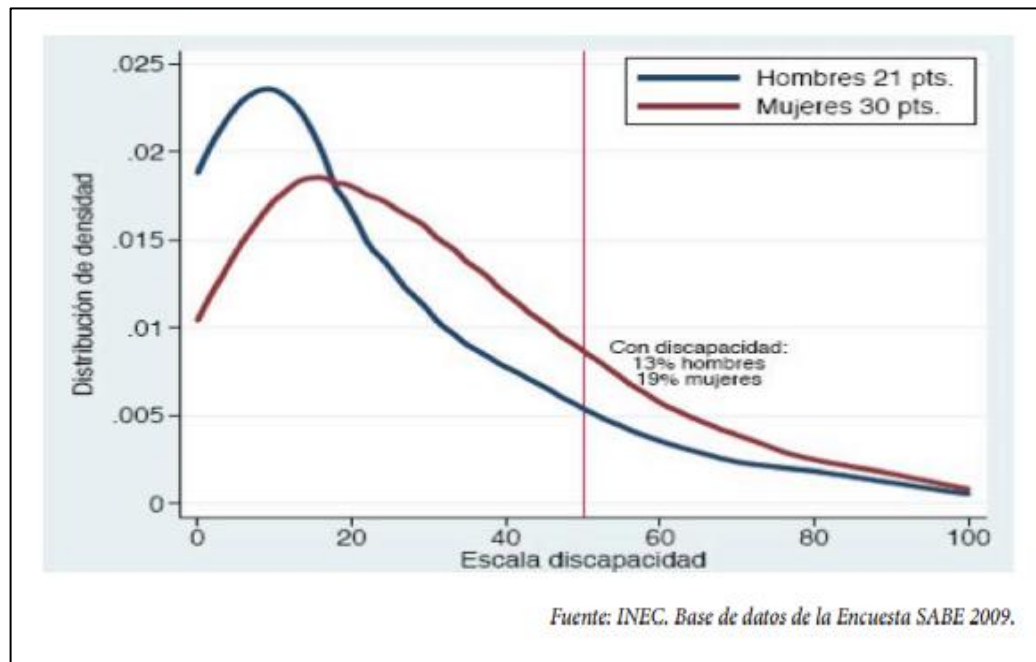
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
PAM aseguradas (%)	26.0	33.2	19.4
Económicamente activas (%)	33.2	49.4	18.6

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda 2010.

A las dificultades socio-económicas de las personas mayores se suman, en muchos casos, las inequidades de género y étnicas, que repercuten en el ejercicio de los derechos (de primera y segunda generación).(MIES, Agenda de Igualdad para Adultos Mayores, 2012-2013)

El gráfico nos indica las personas activamente económicas dentro del país, el cual nos da una visión de nuestro mercado para la creación del Centro.

GRÁFICO 1.2 DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DE ADULTOS MAYORES SEGÚN LA ESCALA DE DISCAPACIDAD POR SEXO. E 2009.



La población del Ecuador cuenta con deficiencias físicas y mentales, siendo un 19% en mujeres y 13% en hombres, que el Centro contara con personas profesionales que les brinde terapias físicas y ayuda psicológica, enfocándonos en las necesidades de nuestro mercado potencial.

1.3PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, en el país hay 896.401 personas mayores de 65 años. Marco Freire, director provincial de Salud, señaló que la cifra va en aumento pues “antes los casos de maltrato al adulto mayor eran aislados”.

Los registros de la Comisaría de la Mujer, de julio a septiembre se registraron 22 denuncias por maltrato a personas de la tercera edad, 15 fueron presentadas por mujeres y siete por hombres. Según los archivos de esta entidad en la mayoría de casos los agresores son los hijos, ocupando el segundo lugar los cónyuges y en tercero nietos y sobrinos.

Conociendo que la esperanza de vida es el tiempo promedio de vida útil de la edad en el ser humano, según las investigaciones hechas por el CEPAL en el 2010-2015 ha estimado que la esperanza de vida al nacer en el Ecuador llega a los 75,6 años de edad: 72,7 para los hombres y 78,7 años para las mujeres (CEPAL, 2012). Esta esperanza de vida, que es de casi un año mayor a la de Latinoamérica, en su conjunto denota una mejora extraordinaria, ya que a mediados del siglo anterior los ecuatorianos esperaban vivir tan sólo 48,3 años. En seis décadas este indicador fundamental de las condiciones de vida de la población aumentó en cerca de 30 años. Esto nos ayuda a conocer un estimado de vida para nuestro mercado potencial.

TABLA II. ESPERANZA DE VIDA POR SEXO

Esperanza de Vida	Hombres	Mujeres
75,6	72,7	78,7

Fuente: CEPAL, 2012

GRÁFICO1.3. ESPERANZA DE VIDA



Por todas estas razones, creemos que el adulto mayor debe tener un estilo de vida diferente y satisfactoria, en el cual posea tranquilidad que obtendrá en el Centro de Salud y Vida.

1.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Nuestro Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, es un hogar asistencial que está enfocado en brindarle un buen vivir a las personas de la tercera edad, dándole satisfacción duradera, como: distracción y ocupación continua donde ellos se sientan activos, también recibirán terapias físicas y psicológicas para ayudarlos a tener una vejez digna.

1.5 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad financiera y económica para invertir en la construcción de un Centro de Salud y Vida, generando y aplicando un procedimiento adecuado para el manejo eficaz de los recursos, para poder funcionar de la mejor manera por un tiempo indefinido. Buscando con la ejecución de este procedimiento tener niveles altos de rentabilidad para conseguir el interés de inversionistas.

Analizar y aplicar procedimientos adecuados para conseguir y manejar recursos financieros para poder crear y mantener a largo plazo un Centro de Salud dedicado al adulto mayor.

Cuando nos referimos al manejo adecuado de recursos hablamos de utilizar estrategias óptimas para que sea destinado para el fin establecido, no sólo nos referimos a recursos financieros sino también a recursos ambientales siempre trataremos de precautelar y promover al confort de los recursos naturales brindados por la naturaleza.

1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Nuestro objetivo inmediato es crear un Centro para personas mayores.**

Se trata de un establecimiento de acogida residencial, con una estructura funcional compensatoria del hogar y con alternativas de distracción, con una función socio-asistencial destinada a la atención de personas mayores, para satisfacer sus necesidades.

- **Facilitar formas de pagos para asegurar una vida digna en su vejez.**
Las personas pagarán mensualmente cuotas que se acumularán hasta el día en que ellos ocuparán el servicio, en la que contarán un buen confort de vida durante la permanencia en el Centro de Salud y Vida para el adulto mayor.
- **Crear convenios con Fondos de Jubilación para su estadía en el Centro de Salud.**
Otra forma de financiamiento sería buscar convenios y alianzas con el IESS, Fondos de Jubilación de la ESPOL, entre otros.
- **Contar con convenios con hospitales o clínicas en caso de emergencias o cuando se requieran servicios especializados.**
Trataremos de lograr de hacer contratos con el hospital o clínica más cercana que cuente con todos los equipos y personal necesario. Con transportación del Centro hacia los lugares antes mencionados y viceversa.
- **Realizar estrategias de ventas.**
Para captar la atención de nuestros futuros clientes realizaremos técnicas de marketing como puerta a puerta o venta masiva, para proyectar nuestros servicios e instalaciones del Centro de Salud y Vida.

1.6 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor contará con una gama de implementos para saciar las necesidades del consumidor, tales como físicos, financieros y operativos, los cuales se describen a continuación.

Amplio espacio físico de cinco hectáreas, alejado del centro de la Ciudad en donde las personas puedan desenvolverse libremente, que posea áreas verdes, dormitorios con acabado, comedores, previa hospitalización.

Contaremos con atención especializada las 24 horas del día:

Terapias Ocupacionales: ayuda al aprendizaje cognitivo, al trabajo motriz.

Terapia Física: ayuda a las personas con discapacidades a tener una mejor circulación y movimiento de su cuerpo.

Gimnasia Acuática: contará con agua temperada, para que el adulto mayor pueda relajar sus músculos siendo está una de las terapias más completas para el cuerpo.

Médicos geriatras, cardiólogo: revisarán a los internos mínimo dos veces al mes, elaborando una ficha médica que nos permita establecer un plan de acción debido.

Psicólogo: encargado de elevar la autoestima y ánimo del adulto mayor.

Enfermeros: administración de medicación y temperatura.

Personas voluntarias al cuidado de los adultos

Alimentación: dependiendo de las diferentes enfermedades de nuestros clientes, se procederá a realizar dietas que ayuden a mejorar el metabolismo y ayudarlos a controlar el colesterol, diabetes, etc.

Control de Higiene: las habitaciones, comedor y el centro en su conjunto estará debidamente desinfectado para prevenir cualquier tipo de afecciones en la piel y enfermedades en nuestros clientes.

Nuestros clientes potenciales realizarán pagos acumulativos en su vida adulta que aseguren su estancia en nuestro Centro. O los adultos mayores que deseen ingresar directamente en su etapa de jubilación sin realizar los pagos previos, también podrán acceder a este servicio.

1.7 JUSTIFICACIÓN

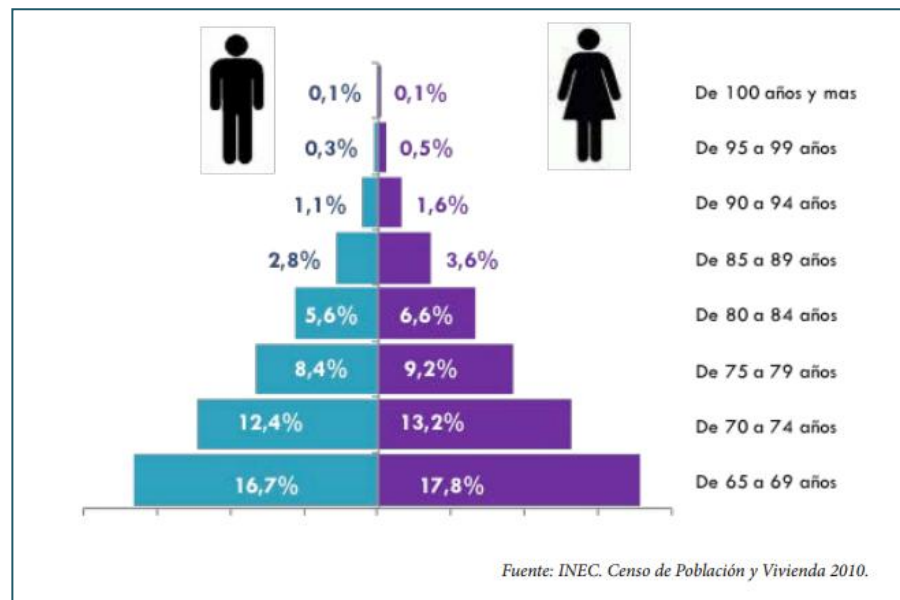
Nuestro proyecto está encaminado a la creación de un centro asistencial para personas de la tercera edad, hoy en día existe una gran cantidad de personas mayores que desean tener un lugar en el cual puedan compartir con personas de la misma edad, sus experiencias y gustos.

El centro brindará a estas personas el cuidado de su salud; con atención prioritaria, especializada y garantizada, además de una alimentación sana.

Nuestro Centro de Salud y Vida tendrá muchos programas de utilidad en donde se sentirá capaz de realizar muchas actividades.

Considerando nuestro mercado objetivo, encontramos las edades del adulto mayor dentro del país. Superviviente I y II.

GRÁFICO 1.4. DIFERENTES GRUPOS DE EDAD DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES

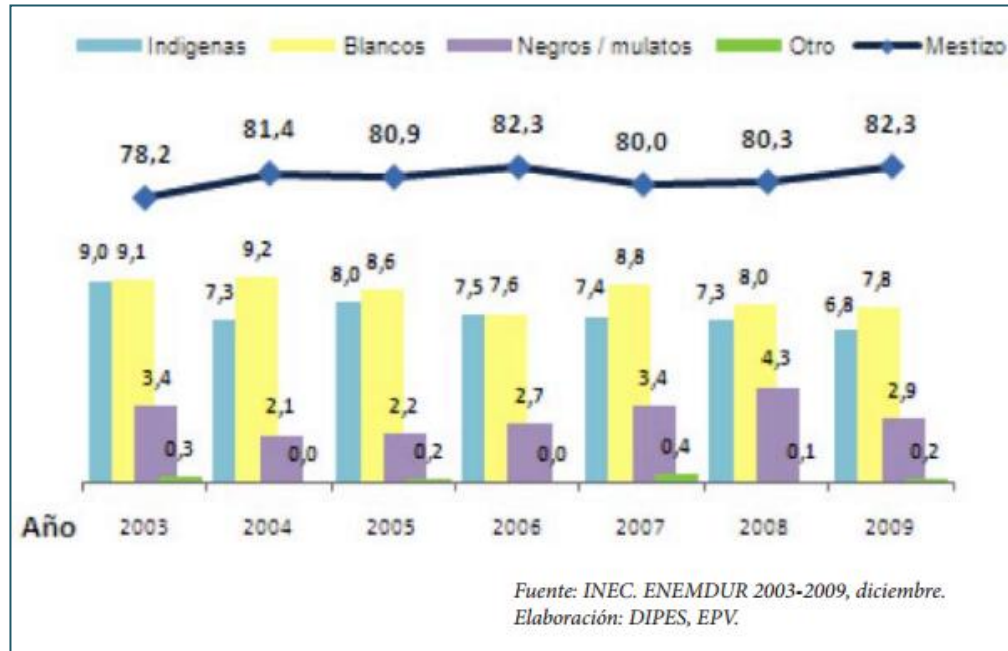


Este gráfico nos indica que el promedio de vida de las personas en el Ecuador más significativo es hasta los 79 años de edad, siendo las mujeres las que viven más.

Los adultos mayores hoy en día, tienen falta de atención, respeto y carecen de recreación, esto reduce su autoestima sintiéndose cada vez menos importantes en el hogar, entrando en una depresión diaria.

Nuestro Centro contará con ayuda psicológica que les brinde una estabilidad familiar y emocional, haciéndoles saber que son importantes y que pertenecen a una etapa generacional en la cual sus experiencias aportan mucho al país.

GRÁFICO 1.5. PORCENTAJE DE ADULTOS MAYORES POR GRUPO ÉTNICO (2003-2009)



Un adulto mayor necesita un espacio en el cual le represente armonía, paz, seguridad. Buscaremos un sitio adecuado que les brinde la tranquilidad que requieren, en donde no sean discriminados ni por raza, sexo, etnia, etc. y sean aceptados por todos los ámbitos. El Centro de Salud y Vida procurará darle a los adultos mayores un lugar donde sea prioridad su bienestar y esperanza de vida lejos de maltratos de todo tipo.

Hemos analizado formas de financiamiento más óptimas que se utilizará para la construcción del Centro de Salud y Vida, por la cual este dinero será destinado

para la compra del terreno, edificación y equipamiento del mismo, tanto físico como profesional.

Puntualizaremos las formas de costear este proyecto:

- Capital propio
- Préstamo Inmobiliario Banco Nacional de Fomento.
- Pre financiamiento con nuestros futuros clientes.

Esperamos poseer efectivo mínimo para operaciones diarias, para la atención de adultos mayores, teniendo cuentas por cobrar a corto y largo plazo.

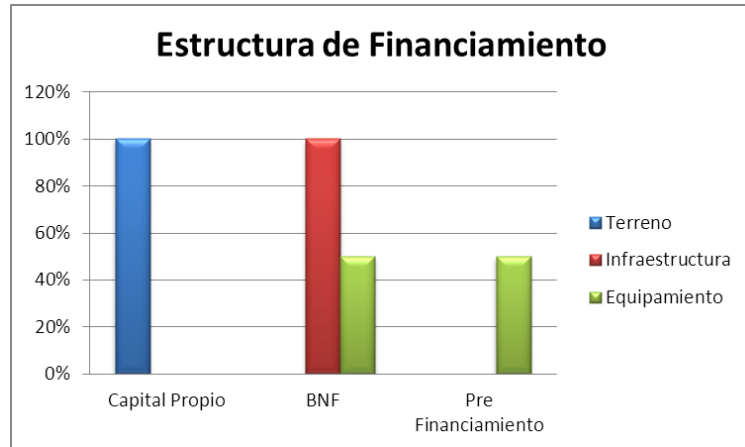
Puntualizaremos la inversión de activos:

BNF correspondería deuda a largo plazo, que será devengado en un período de diez años, el valor del préstamo será del sesenta por ciento del total del proyecto, el cual el treinta por ciento será para el pago del terreno y el setenta por ciento para la edificación.

Capital propio, contaremos con recursos necesarios que invertirá cada socio de la compañía, el cien por ciento del terreno es pagado con este tipo de financiamiento.

Con el aporte obtenido con los años de aportaciones de nuestros clientes potenciales, se cubrirá al equipamiento de cuartos, comedores, fisioterapia, honorario a profesionales, alimentación.

GRÁFICO 1.6. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO



Fuente: Elaborado por autoras

¿CÓMO SE EFECTUARÁ EL PRE FINANCIAMIENTO?

Buscaremos nuestros clientes potenciales que serán personas pertenecientes a Nido I, Nido II y Nido Completo III personas de treinta y cinco a sesenta y cinco años de edad, para que realicen pagos mensuales por todo este período antes del uso del servicio.

Se fijará un monto mensualmente, el cual podría cambiar dependiendo la inflación que se podría presentar en los años siguientes, contamos que nuestro proyecto es riesgoso debido a la credibilidad que las personas posean con respecto al Centro y el compromiso de pago.

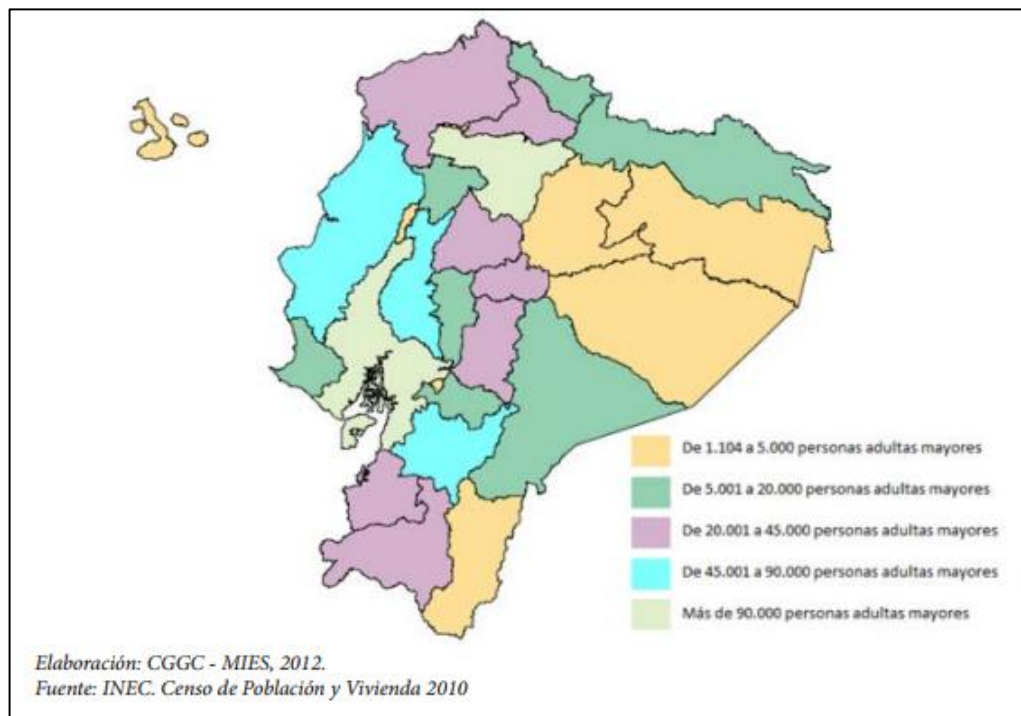
Nuestra visión es lograr hacer alianzas estratégicas con fondos de jubilación y algunos seguros médicos, para cualquier caso de emergencia, contando con el servicio adecuado para estas situaciones. Contando con convenio con hospitales especializados.

Utilizaremos una anualidad futura para analizar el dinero de las personas que aportarán y conocer cuánto dinero han acumulado las personas desde el primer pago hasta el día del ingreso más el interés, y así con esto se preverá los servicios futuros que se le brindará al cliente.

Los servicios de nuestro Centro de Salud y Vida para el adulto mayor, está dirigido principalmente para lograr que estas personas lleguen a obtener una vida saludable, energética, creativa y productiva en su última etapa, así le brindamos su autorrealización y trabajamos en su autoestima.

Análisis de adultos mayores en las diferentes provincias del país, para poder enfocar la provincia en la cual nos queremos manejar.

MAPA I. DE PROVINCIAS QUE TIENE MAYOR CANTIDAD DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES



Los adultos mayores que viven en las diferentes provincias del país, como nos hemos percatado en el mapa 1, encontrado en INEC, que en la provincia de Guayas y Pichincha cuenta con la mayor presencia de adultos mayores. No nos localizamos en el Pichincha porque esta región ya cuenta con estos servicios de casas de retiro privadas, lo contrario ocurre en el Guayas, carecemos de un asilo de primera para el cuidado de estas personas, solo existen centros dirigidos para personas pobres y de extrema pobreza que sufren abandonos.

A continuación se encontrará el número de adultos mayores asegurados en el país a través de distintas entidades.

TABLA III. PERSONAS ADULTAS MAYORES Y ASEGURAMIENTO

Tipo de aseguramiento	No. P.A.M	% de P.A.M
IESS	212722	22.6
ISFFA	13.394	1.4
ISPOL	6.492	0.7
Jubilación no contributiva	536185	57,0
Sin aseguramiento	172112	18.3
Total	940905	100

Fuente: INEC. Censo de población y vivienda 2010.

De los fondos de jubilación la que posee mayor rubro contamos con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) es donde las empresas públicas y privadas afilian a sus trabajadores, para que cuenten con estos fondos cuando lleguen a su tercera edad. Seguido por el Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (ISFFA), estas personas se jubilan antes de los sesenta y cinco años de edad, y cuentan con este fondo por el resto de su vida por el servicio prestado a la patria.

El tabla III presenta el porcentaje de adultos mayores cubiertos por sistemas de seguros de salud, aquí observaremos la cuantía de hombre y mujeres que cuentan con estos.

GRÁFICO 1.7. PORCENTAJE DE ADULTOS MAYORES CUBIERTOS POR SISTEMAS DE SEGUROS DE SALUD POR SEXO



Este gráfico pertenece al año 2009, se puede observar que los hombres registran un mayor incremento en tener seguros médicos en comparación a las mujeres, se puede establecer que la mayoría de hombres son los jefes de hogar y las mujeres no contaban con un trabajo. En la actualidad gracias a las nuevas reformas gubernamentales contamos con una equidad de género más visible, en el que existe la afiliación voluntaria, la afiliación a las trabajadoras domésticas, más mujeres laboran día a día, mujeres se convierten en jefes de hogar por lo cual esta cifras de personas aseguradas pueden lograr igualarse.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LA COMPAÑÍA

En este capítulo se describirá a la empresa a crear con este proyecto de tesis; mostrando el nombre de la misma, los objetivos, la misión, visión y descripción del personal con el que se contara. Así también se ilustra el análisis FODA, con sus respectivos aspectos internos y externos con pesos en la matriz EFI, matriz EFE, para luego facilitar una estrategia mediante la matriz interna y externa. Además del contrato del Centro Primavera y requisitos para el ingreso de los adultos mayores.

2. ANÁLISIS DE CONSTITUCIÓN

2.1 RAZÓN SOCIAL

Primavera Cía. Ltda.

Primavera

Olor de la primavera
en el huerto de mi casa.

Olor de frutas maduras
y olor de miel de la caña.

Olor de la rosa nueva
y olor del jazmín de plata.

Olor de tierra con lluvia
y olor de brisa que pasa.

Todos los voy percibiendo
en la luz de la mañana.

De Manuel Felipe Rugeles, venezolano (1908-1959).

Del libro Canta, Pirulero (1950).

Añoranzas de juventud, unidas en un solo núcleo, creando su nueva etapa de vida, que produzca su mayor resplandor de alegrías.

2.2. SLOGAN

“Envejecer es el único medio que conocemos para prolongar la vida”

El slogan lo escogimos con el objetivo que los adultos mayores, vivan placentemente su vejez, todos tienen derecho a tener todas las etapas de su vida activa y digna. Por eso el slogan es impulsador de energía y de vida, nuestro principal fin es poder llegar hacia ello.

2.3. MISIÓN

Optimizar los recursos financieros y de capital humano para ofrecer a los adultos mayores, con profesionales altamente calificados el cuidado que requieren en un ambiente saludable, con lugares recreativos, logrando obtener ancianos que puedan auto-valerse, en donde también puedan interactuar con personas de su edad.

2.4. VISIÓN

Ser un Centro de Salud y Vida para el adulto mayor, reconocida a nivel nacional por los cuidados y actividades integrales que les ofrecemos a nuestros usuarios y categorizada como Institución de Asistencia Privada.

2.5. NUESTROS VALORES

Pensado en las necesidades del adulto mayor e impulsando a continuar un estilo de vida óptimo, nuestro Centro Primavera contará con valores que contribuyan a un progreso constante.

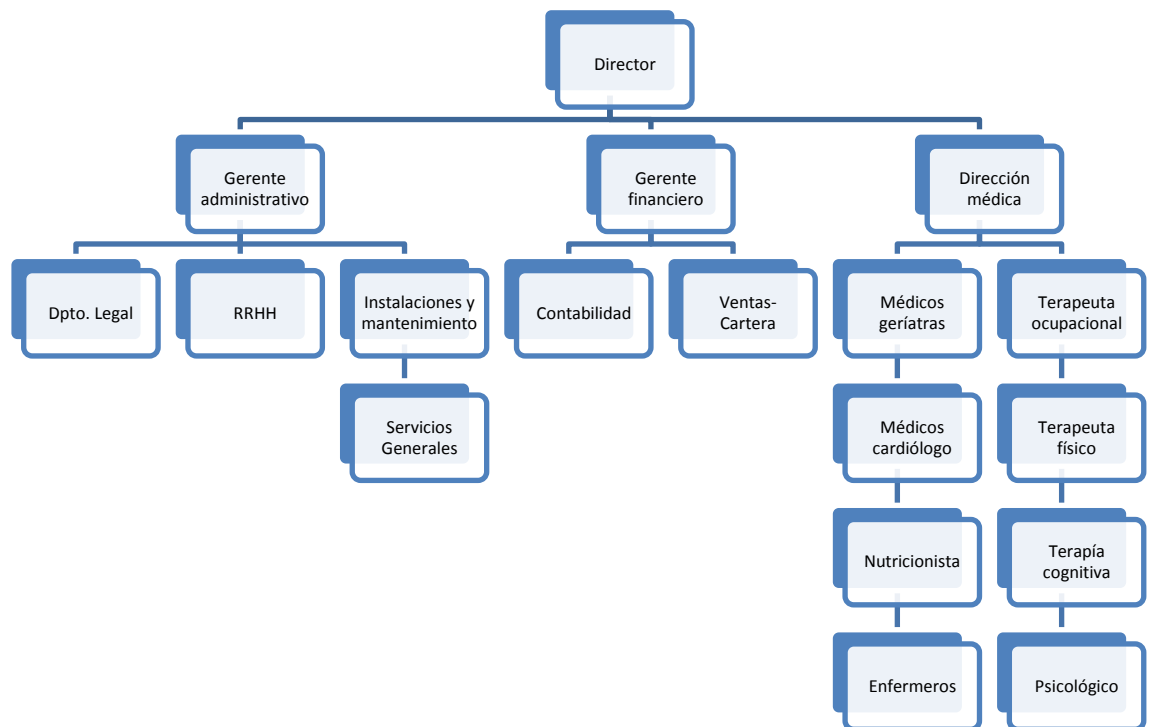
Estos valores brindarán al adulto mayor seguridad y confianza con el personal para sentirse complacidos.

- Amor
- Alegría
- Comprensión
- Humanismo
- Lealtad

- Pasión
- Responsabilidad
- Respeto
- Ternura

2.6. ORGANIGRAMA

GRÁFICO 2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Elaborado por autoras

2.7. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DEL CENTRO PRIMAVERA

Nombre del cargo: Director

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Director General

Director: Tendrá la responsabilidad de supervisar todas las áreas del Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones eficientes, se encargará de las estrategias específicas para manejar las áreas financieras, operativas y administrativas que mejoren la situación de ésta.

Nombre del cargo: Gerente Administrativo

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Administrativo

Gerente Administrativo: Administrará los recursos humanos, materiales de uso, Dpto. Legal y Área Operativa tanto internas como externas de la empresa, diseñando las políticas y procedimientos para lograr un buen manejo de recursos a seguir en materia presupuestal.

Nombre del cargo: Abogado

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Legal

Departamento legal: Es el ente encargado de brindar asesoría en materia legal a los clientes y dependencias del Instituto, responsable del resguardo y defensa

de los intereses institucionales, mediante las acciones pertinentes dentro del ordenamiento jurídico vigente. También está a cargo de realización de convenios con entidades pertinentes.

Nombre del cargo: Analista de Recursos Humanos

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: RRHH

Talento Humano: Se encarga de buscar y contratar a los trabajadores de la empresa, determinará cuál es la necesidad de profesionales que va a tener la empresa en una época determinada.

Medirá y realizará los contratos según su capacidad y sueldos que estén estipulados en la ley.

Nombre del cargo: Jefe del manejo de operaciones

No. de empleados en el cargo: 2

Departamento: Instalaciones y mantenimiento

Instalaciones y Mantenimiento: Controlar la ejecución de las actividades de mantenimiento y reparaciones en dependencias de la Institución, distribuyendo, coordinando y supervisando los trabajos del personal a su cargo, para garantizar el buen funcionamiento y conservación de los bienes muebles e inmuebles.

Nombre del cargo: Supervisor de servicios Generales

No. de empleados asu cargo: 4 personas de limpieza

3 personas de lavandería

4 personas de cocina

Departamento: Servicios Generales

Servicios Generales: Encargado de administrar el área de alimentación, coordinar las actividades de limpieza, planificando y controlando el área de lavandería, a fin de satisfacer los requerimientos de los usuarios y garantizar las óptimas condiciones de las instalaciones.

Nombre del cargo: Gerente Financiero

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Financiero.

Gerente Financiero: Elaborar y ejecutar de manera permanente el plan financiero estratégico de la institución mediante la implementación y supervisión del registro adecuado de las operaciones financieras y contables.

Coordinando y participando en la elaboración de estados e informes financieros, en la elaboración del presupuesto general anual de ingresos y egresos. Controlar las finanzas de la institución y mejorar sus rendimientos, obtener el mayor beneficio de los fondos patrimoniales, apoyando en la toma de decisiones económicas y presentar los resultados de la gestión administrativa.

Nombre del cargo: Contador

No. de empleados a su cargo: 1

Departamento: Financiero.

Contabilidad: Registros de todas las actividades y movimientos de la empresa. Encargado de la planificación, organización y coordinación del área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización. Con la finalidad de cumplir con los principios de contabilidad que rijan en las NIIF y el país

Nombre del cargo: Jefe de Cobranzas

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Financiero.

Ventas – Cartera: Encargado del cobro a los diferentes clientes, y valiéndose de una fuerza de ventas, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes al servicio que se desea vender.

Nombre del cargo: Director Médico

No. de empleados en el cargo: 1

Departamento: Médico

Dirección Médica: Designa al personal a cargo para que atiendan y cumplan con el número de pacientes que tienen establecidos. Para así obtener óptimos resultados y conformidad de los clientes. Manejando eficazmente los recursos obtenidos y responsables de la comunicación interna.

Nombre del cargo: Médico Geriatra

No. de empleados en el cargo: 2

Departamento: Médico

Médico Geriatra: Persona especializada para el cuidado del adulto mayor, encargado de realizar las acciones de prevención, diagnóstico y tratamiento con el conocimiento del proceso del envejecimiento, la historia natural y fisiopatología de las enfermedades y síndromes geriátricos.

Nombre del cargo: Doctor Cardiólogo

No. de empleados en el cargo: 2

Departamento: Médico

Cardiólogo: Médico delegado a las enfermedades del corazón, las arterias y venas que componen el sistema cardiovascular. Ellos se encargarán de la evaluación de los pacientes y recomendar planes de tratamiento.

Nombre del cargo: Doctor Nutricionista

No. de empleados en el cargo: 2

Departamento: Médico

Nutricionista: Persona especializada en diagnosticar la situación alimentario nutricional y establecer prioridades para tomar decisiones de intervención para dar una adecuada alimentación a sus pacientes debido a la enfermedad que se estén tratando o previniendo.

Nombre del cargo: Enfermeros

No. de empleados en el cargo: 15

Departamento: Médico

Enfermeros: Se encargarán del cuidado y la salud de las personas mayores que se encuentren en el centro. Deben estar capacitados para dar atención de calidad, siendo humana y ética, con poder de decisión y participación en la solución de los problemas de salud del cliente.

Nombre del cargo: Terapeuta Ocupacional

No. de empleados en el cargo: 4

Departamento: Médico

Terapia Ocupacional: Encargada de realizar actividades terapéuticas, está dirigido a incrementar la calidad de vida de las personas de la tercera edad mediante herramientas que mejoren su salud, ya que según recientes investigaciones se ha demostrado que dicha etapa no tiene por qué ser un período en el que predomine o se haga inevitable un deterioro fatal de las capacidades físicas e intelectuales. Ello se consigue favoreciendo experiencias de aprendizaje, así como estimulando esfuerzos por alcanzar determinados logros, en cuanto a participación en actividades tendentes a demorar en lo posible los síntomas de la senectud. (Ocupacional, 2012)

Nombre del cargo: Terapeuta Físico

No. de empleados en el cargo: 4

Departamento: Médico

Terapeuta Físico: Se encarga de la prevención y el manejo de desórdenes que impliquen complicaciones en el movimiento humano. (Terapia-Física™.com, 2007)
El cual ayudará al paciente al no deterioro de las articulaciones del cuerpo.

Nombre del cargo: Terapeuta Cognitivo

No. de empleados en el cargo: 3

Departamento: Médico

Terapia Cognitiva: Es un procedimiento activo, directivo, estructurado y de tiempo limitado que se utiliza para tratar distintas alteraciones psiquiátricas (por

ejemplo, ansiedad, depresión, fobias, problemas relacionados con el dolor, etc.). (Beck, Rush, & Emery, 1983)

Con el trabajo mental constante para evitar la muerte de las neuronas, y así conservar sus capacidades mentales.

Nombre del cargo: Doctor Psicólogo

No. de empleados en el cargo: 2

Departamento: Médico

Psicólogo: Se encarga del diagnóstico o tratamiento de problemas o trastornos psicológicos o conducta anormal, dedicándose al bienestar humano.

2.8. ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

El análisis FODA describe las características del negocio de la organización y del mercado en el cual opera, obteniendo como resultado tomar decisiones pertinentes que ayuden al crecimiento del negocio y permite detectar las Fortalezas de nuestra organización, las Oportunidades del mercado, las Debilidades de nuestra empresa y las Amenazas en el entorno.

Se divide en dos tipos de factores tanto internos como externos; encontramos en los internos las Fortalezas – Debilidad y en el Externo las Oportunidades – Amenazas

Fortalezas: Es un conjunto de componentes positivos y destrezas que tiene la organización con relación a la competencia.

Debilidades: Son aquellos limites que ponen en una posición desfavorable ante la competencia y el entorno.

Oportunidades: Son factores externos positivos que permiten tener ventaja competitiva para ser aprovechados a bien para el negocio.

Amenazas: Son factores externos negativos que pueden poner en peligro a la organización.

TABLA IV. MATRIZ FODA

Internos	Externos
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Personal especializado• Infraestructura adecuada para el usuario.• Ubicación en un lugar lejos de la contaminación• Primera residencia, que cuenta con hospitalización interna• Convenios con seguros• Pagos acumulados en su adultez.	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Carencia de atención del Adulto mayor• Esperanza de vida• Evolución de la edad poblacional• Estilo de vida del ser humano
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de confiabilidad• Reconocimiento público• Riesgo monetario• Costo diferenciado de las enfermedades	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Inflación• Asilos Públicos y privados• Nuevos competidores• Reforma Tributaria o políticas

Fuente: Elaborado por autoras

2.9. MATRIZ EFE-EFI.

Para la elaboración de esta matriz primero se procederá a crear la matriz de fuerzas internas así como la matriz de fuerzas externas, las cuales se describirán a continuación:

Matriz de fuerzas internas (EFI)

TABLA V. MATRIZ EFI

FORTALEZAS	EFI	MC KENSEY	CALIFICACIÓN
•Personal especializado	10%	4	0,40
•Infraestructura adecuada para el usuario.	20%	4	0,80
•Ubicación en un lugar lejos de la contaminación	5%	3	0,15
•Primera residencia, que cuenta con hospitalización interna	5%	3	0,15
•Convenios con seguros	15%	4	0,60
•Pagos acumulados en su adultez.	15%	4	0,60
DEBILIDADES	EFI	MC KENSEY	CALIFICACIÓN
•Falta de confiabilidad	5%	4	0,20
•Reconocimiento público	8%	3	0,24
•Riesgo monetario	10%	2	0,20
•Costo diferenciado de las enfermedades	7%	2	0,14
TOTAL DE FACTORES INTERNOS			3,48

Fuente: Elaborado por autoras

En este caso el peso ponderado total de las fortalezas es de 2,70 y de las debilidades es 0,78 lo cual establece que el ambiente es favorable a la organización. Así mismo se evaluará la matriz de Fuerzas Internas (EFE), a continuación:

TABLA VI. MATRIZ EFE

OPORTUNIDADES	EFE	MC KENSEY	CALIFICACIÓN
•Carencia de atención del Adulto mayor	20%	4	0,80
•Esperanza de vida	10%	3	0,30
•Evolución de la edad poblacional	15%	4	0,60
•Estilo de vida del ser humano	5%	3	0,15
AMENAZAS	EFE	MC KENSEY	CALIFICACIÓN
•Inflación	10%	4	0,40
•Asilos Públicos y privados	17%	3	0,51
•Nuevos competidores	15%	3	0,45
•Reforma Tributaria o políticas	8%	2	0,16
TOTAL DE FACTORES EXTERNOS			3,37

Fuente: Elaborado por autoras

Luego del análisis de la matriz de fuerzas externas se ha determinado que dichas fuerzas son favorables a la organización con un peso ponderado total de 1.85 contra 1.52 de las amenazas.

Además el total de la ponderación es de 3.37 lo que supera a la media indicando que la posición externa es fuerte.

TABLA VII. MATRIZ DE ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

THE INTERNAL EXTERNAL MATRIX					
		INTERNAL SCORE			
		4.0	Strong 3.0	Average 2.0	Weak 1.0
EXTERNAL SCORE	High 3.0 - 4.0	3.0	I Grow	II And	III Build
	Med. 2.0 - 2.99	2.0	IV Hold	V And	VI Maintain
	Low 1.0 - 1.99	1.0	VII Harvest	VIII Or	IX Divest

Fuente: Fred R. David(Fred)

CRECER Y CONSTRUIR

Estrategias intensivas (penetración en el mercado, desarrollo del mercado o desarrollo del producto); En esta matriz nos indica que estrategias debemos tomar para llegar a los objetivos planteados, Centro Primavera debe hacer una fuerte penetración de mercado, alcanzar al mayor número de cliente, para ir desarrollando día a día nuestro servicio.

Estrategias integrativas (integración hacia atrás, integración hacia delante e integración horizontal), Centro Primavera, en un futuro de crecimiento empezará a diversificarse en otra provincia principal, donde se vea la necesidad de nuestros servicios.

En la integración vertical, Centro Primavera incrementará al personal especializado que genere más actividades para los adultos mayores y así ganamos en su conjunto, para un progreso óptimo.

Se presenta el formato de Contrato de Centro Primavera, el cual es un acuerdo entre las partes contratadas, con derecho de hacer cumplir con lo estipulado en lo siguiente, también presentamos el Contrato indefinido el cual es el que los trabajadores se comprometen con la compañía.

2.10 CONTRATO DEL CENTRO PRIMAVERA PARA EL ADULTO MAYOR, HACIA SUS CLIENTES

Ente Centro Primavera, Sociedad anónima, legalmente constituida y con domicilio principal en la provincia del Guayas, ubicado en el kilómetro 24 vía Daule, lleva como responsabilidad con sus contratantes, hacer un contrato legal, el cual las partes, se comprometan a cumplir a cabalidad, con lo que se estipule en el presente escrito.

El Centro Primavera, representado legalmente por el Sr. Milton Maruri, identificado como aparece al pie de su firma, según certificado de la Cámara de Comercio de Guayaquil, y por otra parte _____(persona natural o jurídica), quien se identifica como aparece al pie de su firma y en adelante se denominará CONTRATANTE, hemos convenido en celebrar un contrato de servicios, que se regulará por las cláusulas que a se expresan. Se manejará con los códigos ético y morales del manejo eficiente y eficaz del dinero adquirido para su fin.

El CONTRATANTE, pagará mensualmente la cantidad de _____ dólares americanos, desde la fecha que desea adquirir el servicio, hasta el día en que empiece a gozar de él, recibiendo un interés anual del 6%, que cubrirá sus servicios a recibir.

Ejemplo: Si firma el contrato a la edad de 45 años pagará la cantidad acordada hasta los 64 años de edad, es decir que su aportación fue de 19 años, más el interés acumulable.

El CONTRATANTE, según el plan habitacional que adquiriera puede gozar de descuentos brindados por el Centro Primavera.

Ejemplo: Si llegará escoger el plan habitacional amigos dos, contará con un descuento del 0,25% mensual, así habrá ahorrado en el futuro. Y podrá compartir con sus seres queridos u amigos.

El CONTRATANTE, gozará al momento de ingresar al Centro Primavera, con los siguientes servicios que ayudará a un desarrollo motriz y mental para así prolongar una vida digna y auto-valentes. Estos servicios serán nombrados a continuación:

Terapia física

Terapia ocupacional

Gimnasia acuática

Peluquería

TAI-CHI

Entre otros

Dentro del Centro Primavera, periódicamente se harán chequeos médicos de distintas especialidades, para prevenir o tratar a tiempo alguna enfermedad, los médicos con los que contará el Centro, son: Médicos Geriatras, Cardiólogos, Nutricionista y Psicólogos.

El CONTRATANTE, puede acceder al Centro Primavera, a través de sus propios ingresos, o por medio de fondos de jubilación en el cual se encuentre o desee hacer un traspaso de dinero directo, o convenios realizados con ESPOL, IESS, entre otros.

Como precaución y obligación de esta entidad, tiene como responsabilidad, que el Contratante tenga un beneficiario, al cual cederá sus derechos con cláusulas correspondientes, que se estipulan a continuación:

CLÁUSULAS DEL CONTRATO

Primera: El CONTRATANTE, de manera independiente, sin exigencia ni obligación, elegirá el plan y los servicios que recibirá una vez que haya ingresado al Centro Primavera.

Segunda: El tiempo de aportación del CONTRATANTE, será manejado dicha aportación como póliza de acumulación, recibiendo un 6% de interés anual.

Tercera: En caso de muerte del cliente, será dado al primer beneficiario el 50% del valor acumulado proporcional de lo que ya ha sido consumido, del cliente en vida y el rendimiento del 6% del mismo.

Cuarta: En caso de que el beneficiario no desee el dinero puede hacer uso de los servicios del Centro de Salud y vida durante el tiempo que pueda devengar la cantidad de dinero acumulada del fallecido.

Quinta: Si algún cliente en el periodo de pago desea retirarse, recibirá un descuento del 30% del total acumulado con intereses incluido.

Sexta: Centro Primavera, no incurrirá en gastos de medicina, cada cliente debe comprar su medicina recetada, existirá un mensajero que podrá coger la orden para comprar sus medicamentos.

Séptima: En caso de emergencias el Centro Primavera, contará con los servicios de primeros auxilios, en caso de una transportación por gravedad a una clínica el cliente cubre esos gastos médicos.

REQUERIMIENTOS

Al ingresar al centro Primavera, el cliente deberá realizarse una ficha médica, la cual contenga, un electrocardiograma, examen de sangre, heces y orina.

Para así obtener un historial médico y conocer en las condiciones que recibimos al adulto mayor. Estos exámenes serán realizados por INTERLAB, un laboratorio de confianza.

Los adultos mayores, deben ir con unos artículos que se mencionarán a continuación:

Ropa de día

Pijamas

2 Juegos de sábanas

2 Juegos de toallas

Accesorios Personales

Adjuntar a la hoja de vida que el Centro Primavera les proveerá, las personas autorizadas a visitarlo y pueda tener el acceso de sacarlo del Centro, por motivos de paseos u otros, para sí cuidar su integridad.

En prueba de conformidad de las cláusulas anteriores, se firman dos ejemplares de un mismo tenor y un solo efecto, en la ciudad de _____, a los _____ días del mes _____, año _____.

Firma del Representante Legal

Sr. Milton Maruri

C.I: 0926534728

Firma del Contratante

Sr.(a) _____

C.I : _____

2.11 CONTRATO A PLAZO INDEFINIDO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal, .Sr. Milton Maruri (en caso de personas jurídicas); en su calidad de EMPLEADOR y por otra parte el señor Gabriel Godoy portador de la cédula de ciudadanía # 0928671486 su calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Guayaquil y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de Enfermero (Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria), revisados los antecedentes del (de la) señor(a) Gabriel Godoy, éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- OBJETO.

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de Enfermero(Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria) con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes

e instrucciones que imparta EI EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por EI EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de EI EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

CUARTA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de Trescientos cincuenta DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$ 350,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en Kilometro 24 vía a Daule, en la ciudad de Guayaquil, en la provincia del Guayas para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de Guayaquil el día ____ del mes de _____ del año _____

EL EMPLEADOR

C.I 0926534728

EL TRABAJADOR (a)

C.I 0928671486

CAPÍTULO 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En esta parte del proyecto se establece que recursos fueron utilizados para recolectar información, para lograr los objetivos planteados, facilitando tablas que vinculen las técnicas con los objetivos logrados. Los recursos utilizados fueron la encuesta y la entrevista, la primera se analizaron los datos a través del programa SPSS, y la entrevista fue realizada al PHD. Leonardo Estrada, quien nos comento acerca de los Fondos de Jubilación de ESPOLE el cual está a su cargo.

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es un proceso sistemático. Las tareas de este proceso comprenden diseñar métodos para recopilar información, administrar la recolección de información, analizar e interpretar los resultados para comunicarlos a quienes toman las decisiones.

Esta información facilita la identificación, definición de oportunidades y problemas de mercado, así como el desarrollo y la evaluación de acciones de mercadotecnia; también permite vigilar el desempeño del mercado y mejorar la

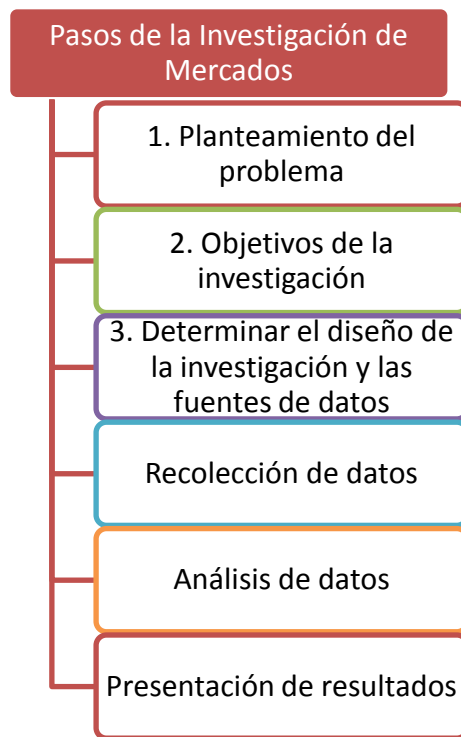
comprensión de la mercadotecnia como un proceso de negocio. (Hair, Bush, & Ortinau, 2004)

3.2 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercado es para obtener información muy relevante para nuestro proyecto en la cual podremos identificar los clientes y plantear estrategias eficaces para el manejo de las necesidades principales de las diferentes áreas del Centro Primavera (Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor).

3.3 PASOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

GRÁFICO 3.1. PASOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



Fuente: Kinnear& Taylor, (2003).

3.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática analizada en el primer capítulo, encontramos el gráfico 2 esperanza de vida de población del Ecuador hallado en el INEC. Se encuentra un incremento de edad en el adulto mayor y una reducción en la tasa de fecundidad.

3.3.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.3.2.1 OBJETIVOS GENERALES

- Realizar un estudio de mercado, con el propósito de determinar la demanda que pueda generar este proyecto tanto cualitativo como cuantitativo.
- Identificar el mercado meta.
- Citar el perfil de las personas que requieren nuestro servicio.

3.3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el mercado potencial de nuestro servicio.
- Segmentar el mercado real del servicio.
- Conocer la aceptación de ubicación del Centro Primavera.
- Establecer costos y precios del servicio.
- Medir la aceptación del servicio.
- Establecer formas de pago que el cliente estaría dispuesto a acceder.

3.3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes. El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. (Hair, Bush, & Ortinau, 2004)

3.3.3.1 DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Nuestro Centro Primavera tiene como clientes potenciales, aquellas personas que se encuentran en la vida adulta en la provincia del Guayas, a continuación detallaremos su categoría:

GRÁFICO 3.2. CICLO DE VIDA FAMILIAR



Fuente: Solomon(1997)

Nido Vacío I: Parejas mayores sin hijos en el hogar. Son las parejas que han vivido una etapa intermedia y tienen hijos independientes que forman su propia familia.

Nido Vacío II: Marido jubilado. Es cuando uno de los conyugues deja de trabajar, y pasa tiempo en casa, viviendo su vida de abuelo.

El promedio de edad de las personas de los Nidos Vacíos se encuentra en el rango de 45-65 años de edad.

Nido Completo III: Matrimonios mayores con hijos dependientes o sin hijos estas son personas de los 35 años de edad, que tienen un hogar y son económicamente activas.(Solomon, 1997)

3.4 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

Estimaremos un tamaño de muestra, que la obtendremos en base a conocimientos estadísticos de muestreo aleatorio irrestricto, para determinar el número de encuestas a realizar.

Para la encuesta estimaremos un grado de confianza, número de población y margen de error.

3.4.1 MUESTREO ALEATORIO SIMPLE

3.4.2 DEFINICIÓN

Si un tamaño de muestra n es seleccionado de una población de tamaño N de tal manera que cada muestra posible tiene la misma probabilidad de ser seleccionada, el procedimiento de muestreo se denomina Muestreo Aleatorio Simple (M.A.S). A la muestra así obtenida se le llama muestra aleatoria simple (M.A.S.). (Hair, Bush, & Ortinau, 2004)

El M.A.S puede ser de dos formas, sin reposición (muestreo irrestricto aleatorio) y muestreo con reposición.

Procedimiento de Selección

El procedimiento de selección de una M.A.S. consiste en:

Enumerar las unidades de la población, desde 1 hasta N .

Usando la tabla de números aleatorios seleccionar la primera unidad para la muestra.

Continuar la selección excluyendo las unidades repetidas (si es sin reposición) o incluyendo las unidades repetidas (si es con reposición), hasta completar el tamaño de muestra n .

Recomendaciones para el uso de M.A.S

Generalmente, el M.A.S está orientado a encuestas de pequeña escala y raras veces a encuestas de gran escala, debido a que otros diseños proporcionan mayor precisión a menor costo. En las encuestas por muestreo de gran escala, el M.A.S es usado como parte de un diseño de muestreo mucho más complejo.

Teóricamente, el M.A.S sin reposición es mucho mejor que el M.A.S. con reposición y es el de mayor uso en la selección de la muestra. Sin embargo, cuando el tamaño de la población es bastante grande ambos esquemas de muestreo son bastante equivalentes. El M.A.S es muy eficiente cuando la población es homogénea. (Busto, pág. 8)

3.4.3 DATOS PARA LA REALIZACIÓN DEL MUESTREO.

3.4.3.1 MARGEN DE ERROR

Este error ha sido definido con un margen del 5%. El error que se puede aceptar con base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza.

3.4.3.2 GRADO DE NIVEL DE CONFIANZA

Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal. Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%.

3.4.3.3 PROBABILIDAD ESTIMADA

Esta probabilidad es un fenómeno de frecuencia en la población, para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de (Walpole, Myres, & Myres, 2007) población infinita para (n mayor a 100,000 unidades), la fórmula de muestreo aleatorio irrestricto es la siguiente:

$$n = \frac{(p \times q)}{e^2} z^2 \quad (3.1)$$

Donde:

$$P=0,5$$

$$Q= (1-p)=(1-0,5) = 0,5$$

N=Tamaño de la muestra

$$Z=1,96 \text{ para } e=5\%, 1.67$$

Para una tabla z=10%

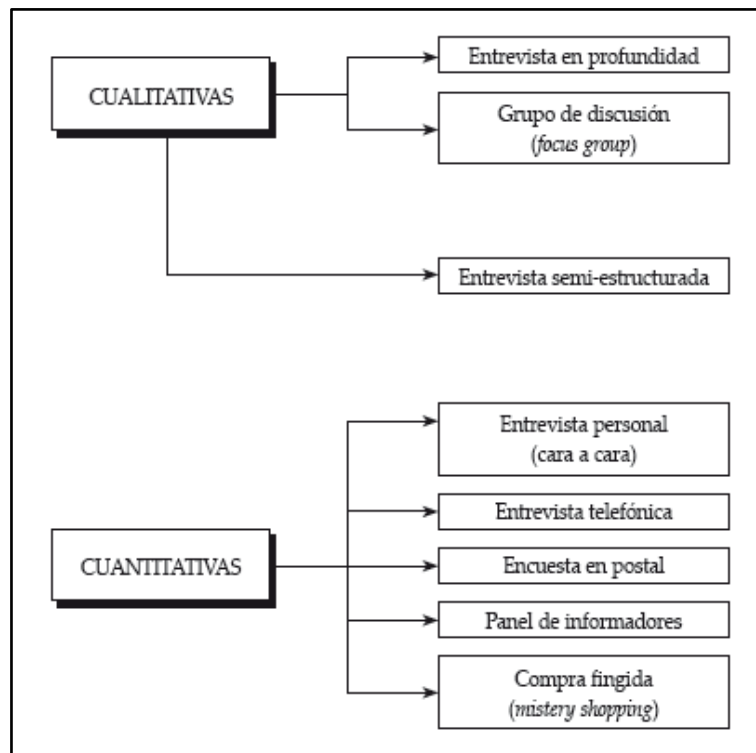
$$n = \frac{1,96^2(0,5 \times 0,5)}{0,0025} = 384,16$$

$$n = 384,16$$

$$n \cong 385$$

3.5 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

GRÁFICO 3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Marketing en el siglo XXI, 3ra Edición

Para la obtención de información, usaremos los métodos que creemos pertinentes para la elaboración de nuestro proyecto, estos son:

- Encuestas
- Entrevistas.

3.5.1 ENCUESTAS

La encuesta recoge datos más o menos limitados de un número relativamente extenso de sujetos. Su finalidad es conseguir información sobre las variables y no sobre los individuos. Intentan medir lo que existe sin preguntar por qué existe. Si la encuesta cubre la población entera de estudio se llama censo. La que estudia sólo una parte se llama encuesta muestral. Las encuestas se dedican no sólo a medir objetos tangibles(Kinnear & Taylor, 2003)

3.5.2 ENTREVISTA

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

3.5.2.1 EMPLEO DE LA ENTREVISTA

Cuando se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona.

Cuando la población o universo es pequeño y manejable.(Kinnear & Taylor, 2003)

Procedimos a realizar dos entrevistas a expertos en ámbitos financieros y administrativos; entrevistamos al Decano de nuestra Facultad Ph. D. Leonardo Estrada, encargado del Fondo de Jubilación de ESPOL.

3.6ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y LA ENTREVISTA

3.6.1 ENCUESTA A PERSONAS ADULTAS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Para el desarrollo de la investigación de mercado se realizó durante la semana del 16 al 23 de julio del 2013, a 385 personas adultas en un rango de 35 a 75 años una encuesta en la ciudad de Guayaquil, con los resultados obtenidos se procederá a la determinación de estrategias de marketing y financiera para la toma de decisiones del proyecto. Las opciones de respuestas son de opción múltiple, escalas y dicotómicas.

3.6.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.6.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

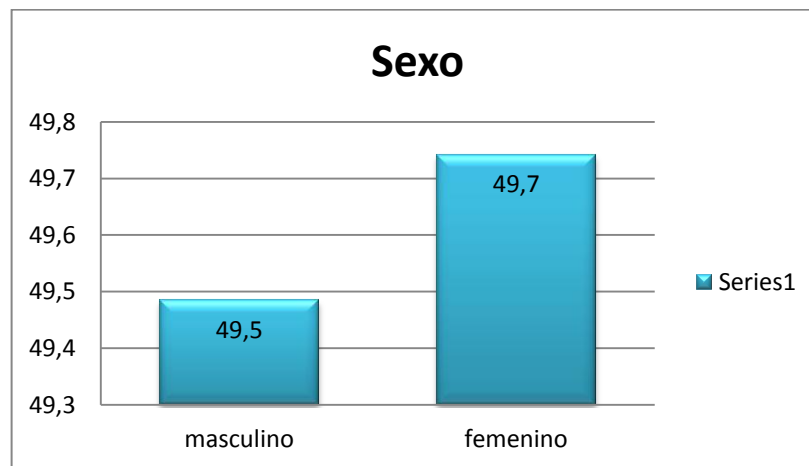
TABLA VIII. SEXO

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	192	49,5	49,9	49,9
	femenino	193	49,7	50,1	100,0
	Total	385	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	,8		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Del 100% de la muestra, es decir, de 385 adultos, el 49,9% representa a los hombres de Guayaquil seguido por el 50,10% de mujeres en Guayaquil.

GRÁFICO 3.3. SEXO



Fuente: Elaborado por autoras

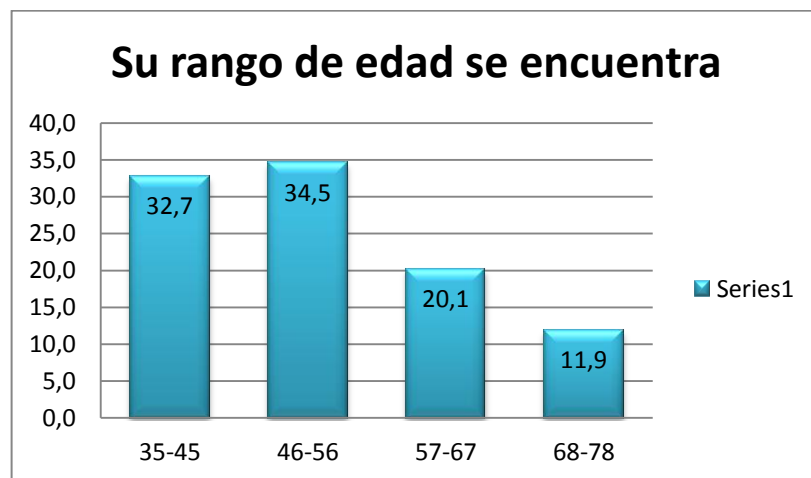
TABLA IX. EDAD

		Su rango de edad se encuentra			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	35-45	127	32,7	33,0	33,0
	46-56	134	34,5	34,8	67,8
	57-67	78	20,1	20,3	88,1
	68-78	46	11,9	11,9	100,0
	Total	385	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	,8		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

El rango de edad comprendido entre 46 y 56 posee el mayor porcentaje, esto nos indica que será el mercado en el que tendremos mayor acogida, seguido por el rango de 35 a 45 que posee el 33%.

GRÁFICO 3.4. EDAD



Fuente: Elaborado por autoras

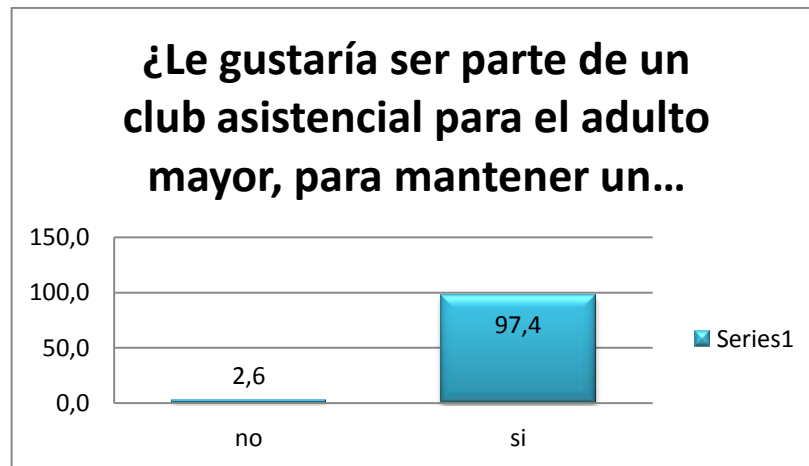
TABLA X. ACEPTACIÓN DEL CENTRO PARA EL ADULTO MAYOR

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no	10	2,6	2,6	2,6
	si	375	96,6	97,4	100,0
	Total	385	99,2	100,0	
Perdidos	Sistema	3	,8		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Estos resultados nos dan a entender que tendremos una gran acogida, por el 97,4% de 385 personas encuestadas y de negación obtuvimos el 2,6%.

GRÁFICO 3.5. ACEPTACIÓN DEL CENTRO PARA EL ADULTO MAYOR



Fuente: Elaborado por autoras

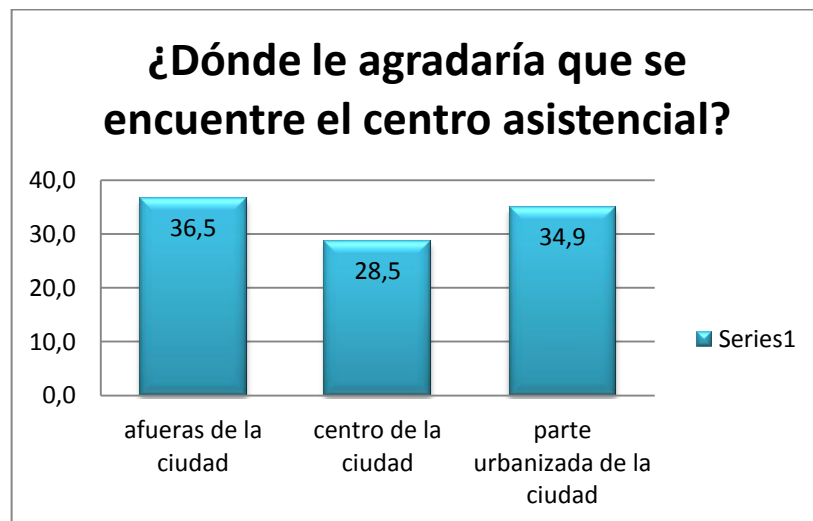
TABLA XI. UBICACIÓN DEL CENTRO ASISTENCIAL

		Dónde le agradecería que se encuentre el centro asistencial?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	afueras de la ciudad	137	35,3	36,5	36,5
	centro de la ciudad	107	27,6	28,5	65,1
	parte urbanizada de la ciudad	131	33,8	34,9	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

En cuanto a la ubicación la mayoría de personas encuestadas prefieren en las afueras de la ciudad denotada por el 36,5%.

GRÁFICO 3.6. UBICACIÓN DEL CENTRO ASISTENCIAL



Fuente: Elaborado por autoras

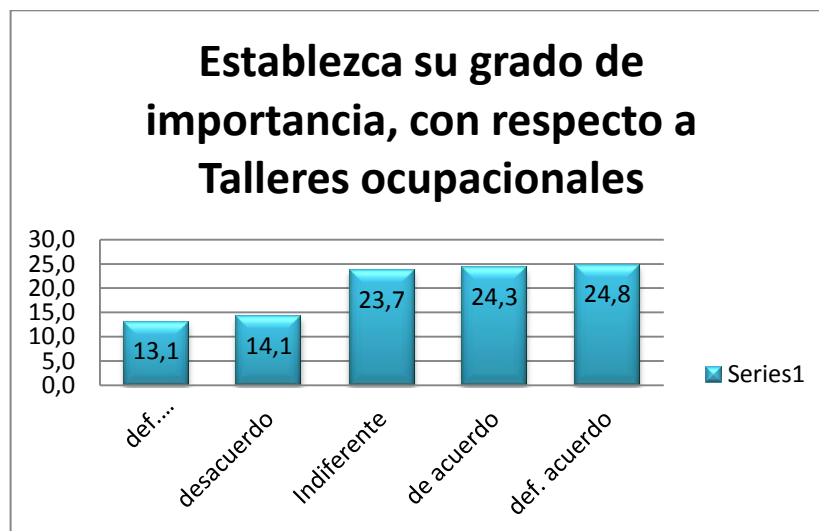
TABLA XII. TERAPIA OCUPACIONAL

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	49	12,6	13,1	13,1
	desacuerdo	53	13,7	14,1	27,2
	Indiferente	89	22,9	23,7	50,9
	de acuerdo	91	23,5	24,3	75,2
	def. acuerdo	93	24,0	24,8	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Esta tabla nos muestra que el 24,8% se encuentra definitivamente de acuerdo con que se realicen terapias ocupacionales dentro del Centro, seguido por el 24,3% que se encuentran de acuerdo. Por esto se puede decir que si hemos acertado con lo ofrecido.

GRÁFICO 3.7. TERAPIA OCUPACIONAL



Fuente: Elaborado por autoras

TABLA XIII.MÚSICO TERAPIA

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	27	7,0	7,2	7,2
	desacuerdo	21	5,4	5,6	12,8
	Indiferente	136	35,1	36,3	49,1
	de acuerdo	120	30,9	32,0	81,1
	def. acuerdo	71	18,3	18,9	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

El 36,3% es indiferente a la Música terapia, seguido del 32% que está de acuerdo con esta terapia, esto podría deberse al desconocimiento de la actividad.

GRÁFICO 3.8. MÚSICO TERAPIA



Fuente: Elaborado por autoras

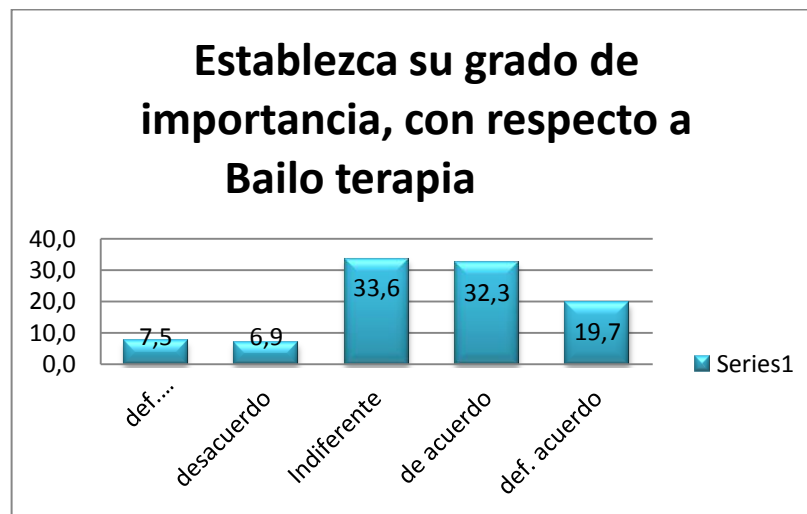
TABLA XIV. BAILO TERAPIA

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def.	28	7,2	7,5	7,5
	desacuerdo	26	6,7	6,9	14,4
	Indiferente	126	32,5	33,6	48,0
	de acuerdo	121	31,2	32,3	80,3
	def. acuerdo	74	19,1	19,7	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

En cuanto a la actividad de bailo terapia, muy conocida por las personas y fomentada en la actualidad aun así la mayoría de personas son indiferentes.

GRÁFICO 3.9.BAILO TERAPIA



Fuente: Elaborado por autoras

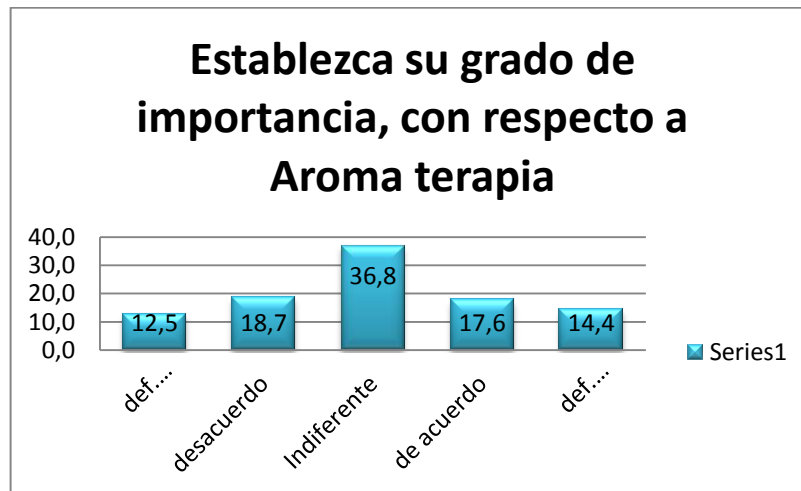
TABLA XV.AROMA TERAPIA

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	47	12,1	12,5	12,5
	desacuerdo	70	18,0	18,7	31,2
	Indiferente	138	35,6	36,8	68,0
	de acuerdo	66	17,0	17,6	85,6
	def. acuerdo	54	13,9	14,4	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Referente al servicio de Aroma terapia, a los encuestados les es indiferente esta actividad en un 36,8%, seguido por 18,7% de desacuerdo, por lo cual pensaremos en la omisión de este servicio.

GRÁFICO 3.10.AROMA TERAPIA



Fuente: Elaborado por autoras

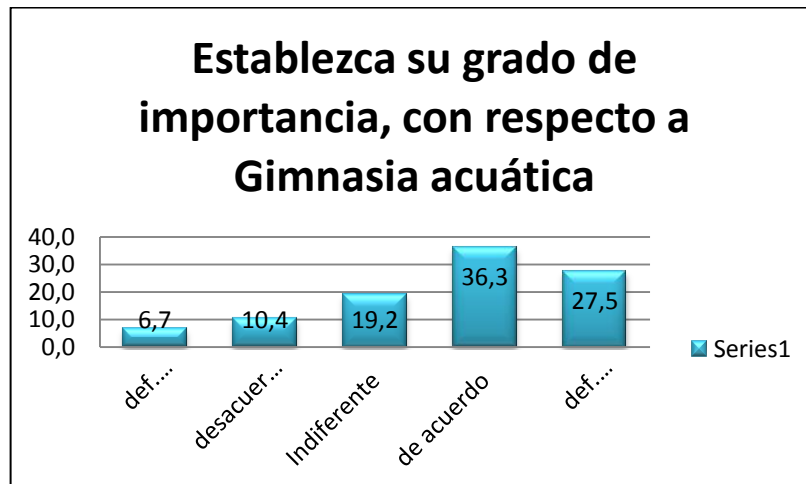
TABLA XVI.GIMNASIA ACUÁTICA

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	25	6,4	6,7	6,7
	desacuerdo	39	10,1	10,4	17,1
	Indiferente	72	18,6	19,2	36,3
	de acuerdo	136	35,1	36,3	72,5
	def. acuerdo	103	26,5	27,5	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Según el presente cuadro del servicio de gimnasia acuática, las personas encuestadas tuvieron una aceptación del 36,3%, y una aceptación definitiva del 27,5%, de un total de encuestados de 385 personas.

GRÁFICO 3.11.GIMNASIA ACUÁTICA



Fuente: Elaborado por autoras

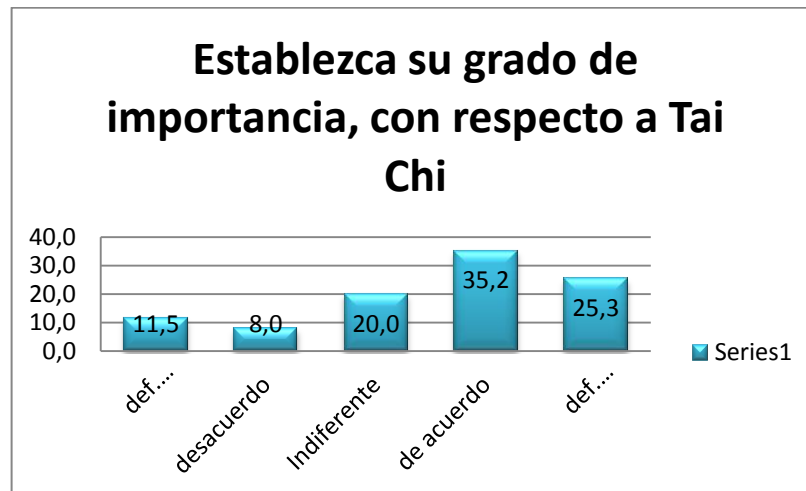
TABLA XVII. TAI CHI

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	43	11,1	11,5	11,5
	desacuerdo	30	7,7	8,0	19,5
	Indiferente	75	19,3	20,0	39,5
	de acuerdo	132	34,0	35,2	74,7
	def. acuerdo	95	24,5	25,3	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

El 35,2% se encuentra de acuerdo con el servicio que pensamos brindar, y definitivamente de acuerdo el 25,3%, lo cual demuestra que a estas personas prefieren actividades que relajen su cuerpo y alma.

GRÁFICO 3.12.TAI CHI



Fuente: Elaborado por autoras

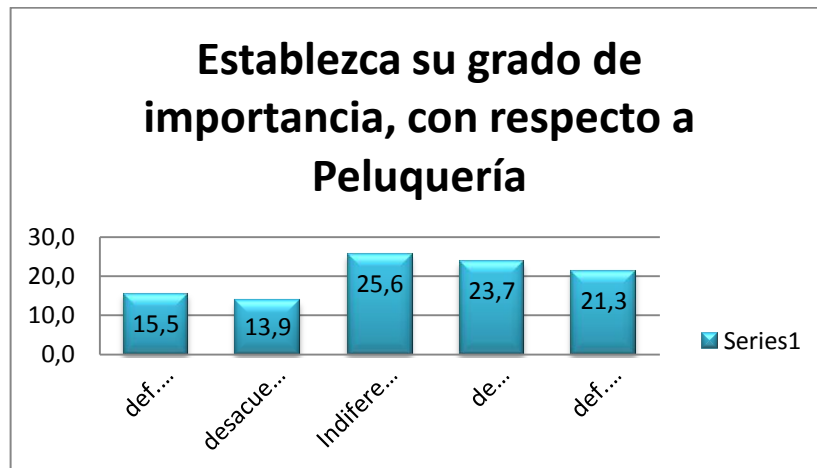
TABLA XVIII.PELUQUERÍA

		Establezca su grado de importancia, siendo 1 el más bajo y el 5 el más alto			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	def. desacuerdo	58	14,9	15,5	15,5
	desacuerdo	52	13,4	13,9	29,3
	Indiferente	96	24,7	25,6	54,9
	de acuerdo	89	22,9	23,7	78,7
	def. acuerdo	80	20,6	21,3	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

En cuanto a la peluquería es un servicio que para los encuestados es parejo la indiferencia con el acuerdo, por esto decidimos aplicar este servicio para el cuidado estético de nuestros clientes.

GRÁFICO 3.13.PELUQUERÍA



Fuente: Elaborado por autoras

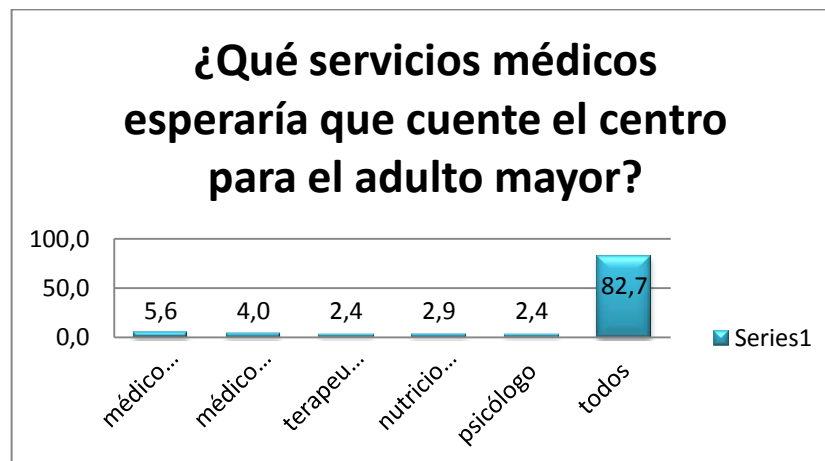
TABLA XIV. SERVICIOS MÉDICOS

Qué servicios médicos esperarías que cuente el centro para el adulto mayor?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	médicos geriatras	21	5,4	5,6	5,6
	médico cardiólogo	15	3,9	4,0	9,6
	terapeuta físico	9	2,3	2,4	12,0
	nutricionistas	11	2,8	2,9	14,9
	psicólogo	9	2,3	2,4	17,3
	todos	310	79,9	82,7	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
	Perdidos	Sistema	13	3,4	
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

De 385 encuestados, nos determinaron el 82,7% que prefieren recibir servicios completos de salud, dentro del Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, esto ayudará a tener una salud preventiva de nuestros interesados.

GRÁFICO 3.14. SERVICIOS MÉDICOS



Fuente: Elaborado por autoras

TABLA XX. PAGOS ACUMULATIVOS

Cómo le gustaría realizar los pagos acumulativos hasta el día de su ingreso?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	efectivo	178	45,9	47,5	47,5
	convenio IESS	193	49,7	51,5	98,9
	convenio fondo jubilación ESPOL	1	,3	,3	99,2
	otros	3	,8	,8	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
	Perdidos	Sistema	13	3,4	
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

El 51,5% de las personas encuestadas optaron por la alternativa de convenio IESS, siendo el efectivo una opción atractiva para el 47,5% de encuestados que es un porcentaje significativo para nosotros.

GRÁFICO 3.15. PAGOS ACUMULATIVOS



Fuente: Elaborado por autoras

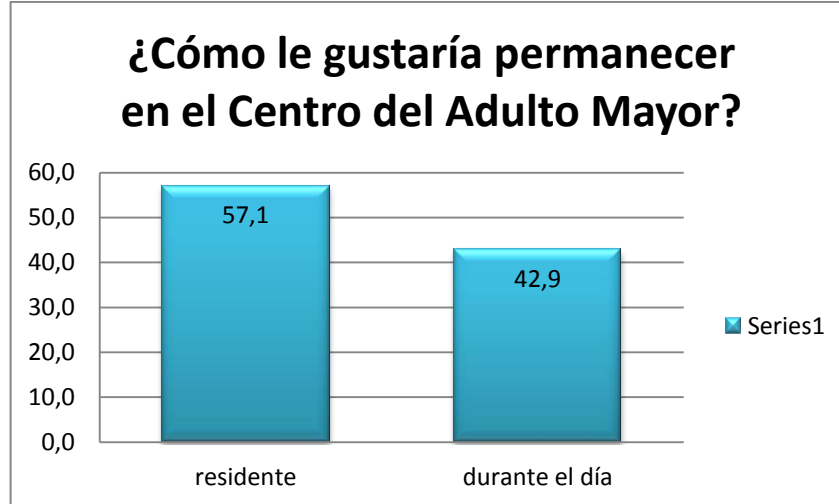
TABLA XXI. ESTADÍA EN EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR

Cómo le gustaría permanecer en el Centro del Adulto Mayor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	residente	214	55,2	57,1	57,1
	durante el día	161	41,5	42,9	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

La presente tabla nos demuestra el porcentaje de personas encuestadas que prefieren pertenecer a nuestro Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor como residente el 57,1% y el 42,9% durante el día.

GRÁFICO 3.16. ESTADÍA EN EL CENTRO DEL ADULTO MAYOR



Fuente: Elaborado por autoras

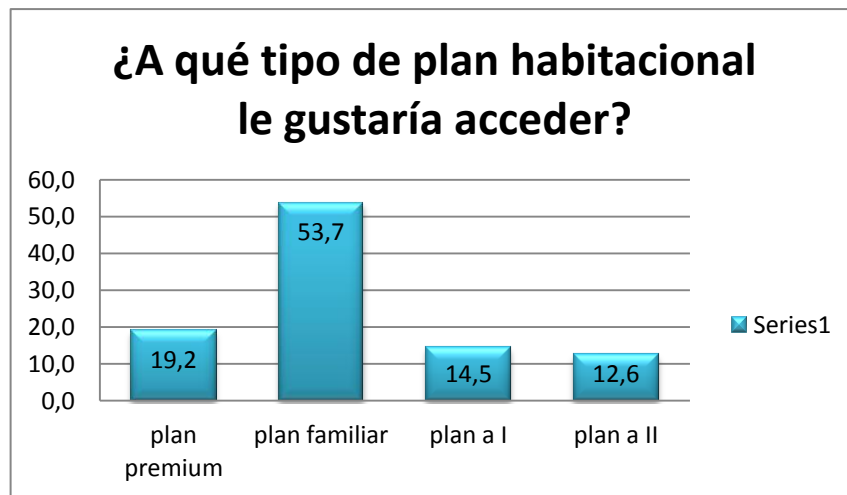
TABLA XXII. ACEPTACIÓN DE PLANES HABITACIONALES

		A qué tipo de plan habitacional le gustaría acceder?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	plan premium	41	10,6	19,2	19,2
	plan familiar	115	29,6	53,7	72,9
	plan a I	31	8,0	14,5	87,4
	plan a II	27	7,0	12,6	100,0
	Total	214	55,2	100,0	
Perdidos	Sistema	174	44,8		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Los encuestados han optado por un plan habitacional familiar con el 53.7%, plan Premium de 19,2%, plan amigos I de 14,5% y Plan amigos II de 12,6%, lo cual podemos concluir que los encuestados van a preferir compartir su vejez junto a un familiar.

GRÁFICO 3.17. ACEPTACIÓN DE PLANES HABITACIONALES



Fuente: Elaborado por autoras

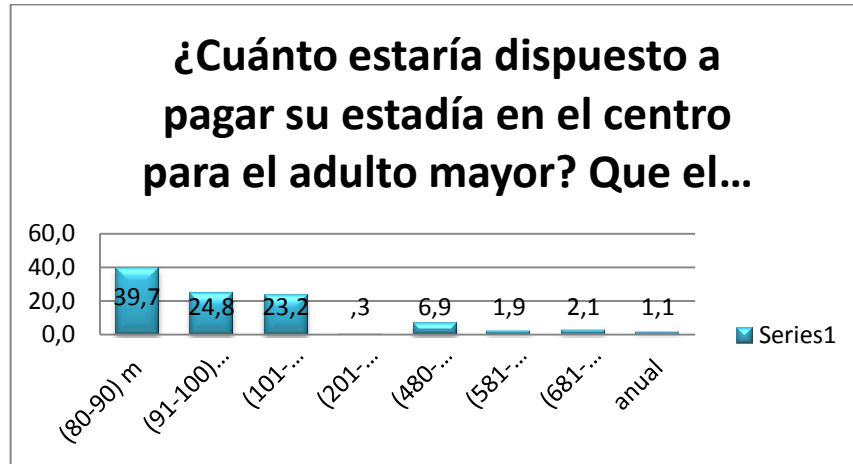
TABLA XXIII. PRECIO

Cuánto estaría dispuesto a pagar su estadía en el centro para el adulto mayor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	(80-90) m	149	38,4	39,7	39,7
	(91-100) m	93	24,0	24,8	64,5
	(101-200) m	87	22,4	23,2	87,7
	(201-300) m	1	,3	,3	88,0
	(480-580) s	26	6,7	6,9	94,9
	(581-680) s	7	1,8	1,9	96,8
	(681-780) s	8	2,1	2,1	98,9
	anual	4	1,0	1,1	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

En esta tabla nos permite visualizar que el valor que las personas están dispuestas a pagar por los servicios del centro se encuentra entre 80 y 200 dólares ya que estos valores poseen las mayores frecuencias.

GRÁFICO 3.18. PRECIO



Fuente: Elaborado por autoras

TABLA XXIV. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

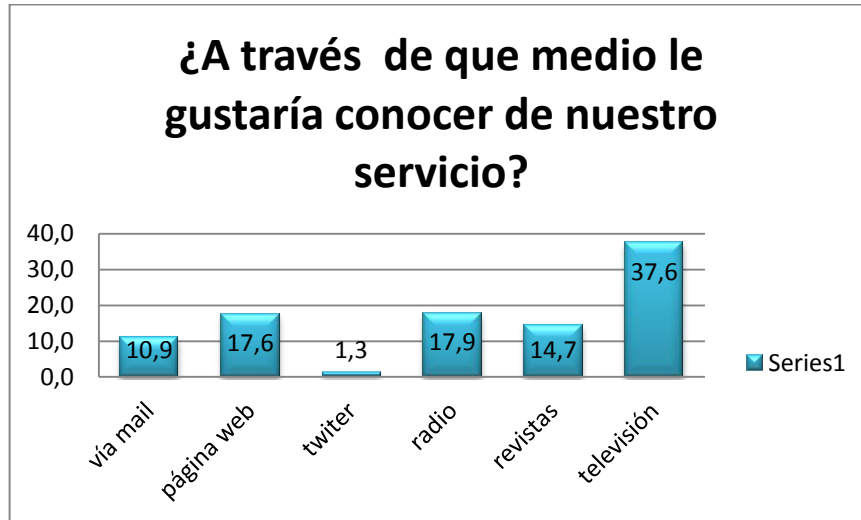
A través de que medio le gustaría conocer de nuestro servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	vía mail	41	10,6	10,9	10,9
	página web	66	17,0	17,6	28,5
	twiter	5	1,3	1,3	29,9
	radio	67	17,3	17,9	47,7
	revistas	55	14,2	14,7	62,4
	televisión	141	36,3	37,6	100,0
	Total	375	96,6	100,0	
Perdidos	Sistema	13	3,4		
Total		388	100,0		

Fuente: Elaborado por autoras

Para las personas encuestadas las variables más significativas al momento de conocer un nuevo producto o servicio son: televisión (37,6%), radio (17,9%) y página web (17,6%) siendo estas premisas importantes para darnos a conocer.

GRÁFICO 3.19. MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Elaborado por autoras

En la siguiente tabla se procederá a explicar el tipo de técnica a emplear en este estudio de mercado, la cual permite identificar con mayor claridad que técnica se va a emplear para cumplir cada objetivo de la investigación de mercado los cuales fueron mencionadas al comienzo del capítulo.

TABLA XXV. TIPO DE TÉCNICA A EMPLEAR

Objetivo/Técnica empleada		Encuesta	Entrevista
1	Identificar el mercado potencial de nuestro servicio.	x	
2	Segmentar el mercado real del servicio.	x	
3	Conocer la aceptación de ubicación del Centro Primavera.	x	
4	Establecer costos y precios del servicio.	x	x
5	Medir la aceptación del servicio.	x	
6	Establecer formas de pago que el cliente estaría dispuesto a acceder.	x	x
7	Conocer el manejo del dinero		x
8	Proveer falencias futuras		x

Fuente: Elaborado por autoras

A continuación la siguiente tabla permite visualizar cuales de los ocho objetivos específicos que lograron ser cubiertos mediante la encuesta, que de acuerdo a la tabla anterior del presente capítulo serían los objetivos 1, 2, 3, 4,5 y 6.

TABLA XXVI. VINCULACIÓN DE OBJETIVOS ALCANZADOS CON LA ENTREVISTA A EXPERTOS.

Pregunta efectuadas en las encuestas		Objetivos					
		1	2	3	4	5	6
1	Su rango de edad se encuentra	x	x				
2	Sexo	x	x				
3	¿Le gustaría ser parte de un club asistencial para el adulto mayor, para mantener un buen estilo de vida?	x					
4	¿Dónde le agradecería que se encuentre el centro asistencial?			x			
5	¿Qué tipo de actividades desearía recibir dentro del centro para el adulto mayor, establezca su grado de importancia siendo 1 el más bajo y 5 el más alto?					x	
6	¿Qué servicios médicos esperaría que cuente el centro para el adulto mayor?					x	
7	¿Cómo le gustaría realizar los pagos acumulativos hasta el día de su ingreso?						x
8	¿Cómo le gustaría permanecer en el Centro del Adulto Mayor?					x	
9	¿A qué tipo de plan habitacional le gustaría acceder?					x	
10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar su estadía en el centro para el adulto mayor? Que el valor sea \geq a (\$80 mensuales)						x
11	¿A través de que medio le gustaría conocer de nuestro servicio?				x		

Fuente: Elaborado por autoras

La siguiente tabla permite visualizar los objetivos cubiertos Mediante la técnica de la Entrevista que de acuerdo a la tabla del presente capítulo, serían 4, 6, 7 y 8.

TABLA XXVII. VINCULACIÓN DE OBJETIVOS ALCANZADOS CON LA ENTREVISTA A EXPERTOS.

Preguntas efectuadas en la entrevista		# de objetivos			
		4	6	7	8
1	¿Qué porcentaje de dinero, los profesores aportan al fondo de jubilación?	x			
2	¿Cuáles son los beneficios que el fondo de jubilación ofrece a los maestros?	x			
3	¿Cuántos profesores forman parte de este fondo?	x			
4	¿Cuál es el procedimiento para invertir los recursos de efectivo y como evalúan el riesgo?			x	
5	¿Qué roles de tipo financiero, administrativo y operativo encontró en el manejo del fondo?			x	
6	¿Qué soluciones planteó para que el fondo sea sustentable en el tiempo?				x
7	¿Cuáles serían los factores de éxito claves para cumplir con la misión del fondo?				x
8	¿Qué recomendaciones en base a esta experiencia nos puede indicar para el correcto manejo de financiamiento, administrativo y financiero para el fondo de jubilación?				x

Fuente: Elaborado por autoras

CAPÍTULO 4 MARKETING

Se muestra a continuación las herramientas que nos facilita el marketing, así como también sus respectivos análisis, para visualizar las ventajas y desventajas que tiene nuestro proyecto, además de plantearnos diferentes estrategias de marketing para lograr las ventas esperadas.

4.1. ANTECEDENTES

Es necesario que un nuevo producto o como en este caso, un nuevo servicio este respaldado por un plan de marketing que proporcione beneficios por toda la inversión que este requiere.

El objetivo de utilizar un adecuado plan comercial es lograr relaciones sostenibles con los clientes, por facilitar o brindar valores agregados que ofrezcan mayor satisfacción. Para conseguir que los clientes hablen positivamente de la empresa, generando más clientes esto se conoce como marketing boca a boca; y fidelidad de los clientes por periodos más largos.

4.2. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

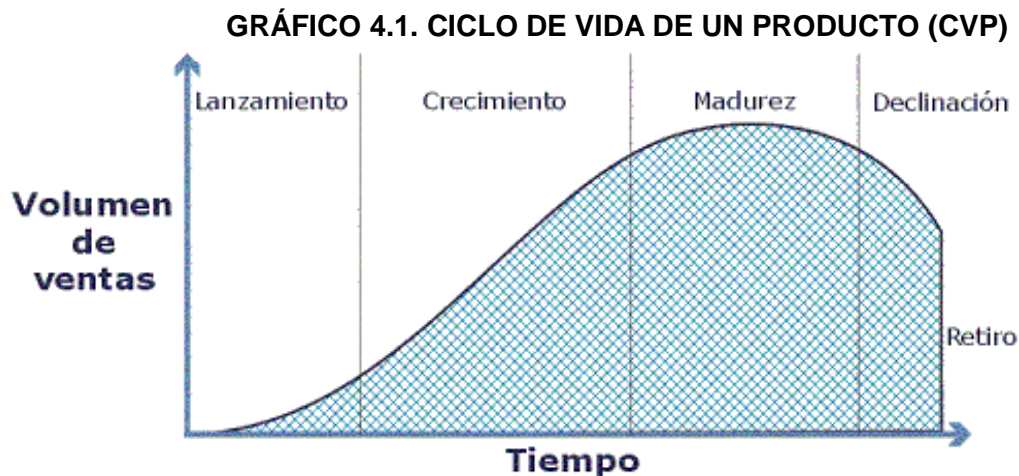
4.2.1 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Lograr una buena participación en el mercado
- Lograr un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida del producto: lograr un crecimiento sostenido en las ventas (en unidades y valores).
- Brindar el servicio en los lugares y momentos precisos en el que los adultos mayores lo necesitan o desean.
- Fijar un precio que los clientes estén dispuestos a pagar y tengan la capacidad económica para hacerlo
- Captar nuevos clientes: logrando que aquellos clientes meta que nunca compraron los servicios, lo hagan en un momento determinado.
- Fidelizar a los clientes actuales: logrando la simpatía y la preferencia de los clientes actuales para que elijan las marcas de la empresa en lugar de otras de la competencia.
- Lograr la satisfacción de los clientes: Es decir, lograr que las expectativas de los clientes sean cubiertas e incluso superadas con el producto y/o servicio.
- Entregar valor a los clientes

4.3 CICLO DE VIDA

El ciclo de vida de la prestación de servicio o producto, durante el tiempo que permanece en el mercado. Entender en qué etapa está cada producto o servicio ayudará a enfocar mejor los esfuerzos de marketing.

Los productos o servicios siguen un ritmo de ventas variable con el tiempo, como el de la figura, y pasan por cuatro fases: introducción, crecimiento, madurez y declive. (Cohen, 1988)



Fuente: (Marketing para saber, 2012)

El servicio que brindaremos a los adultos mayores en el Centro de Salud y Vida se encuentra en la etapa de lanzamiento, ocurre justo después del momento en que un nuevo servicio se introduce en el mercado.

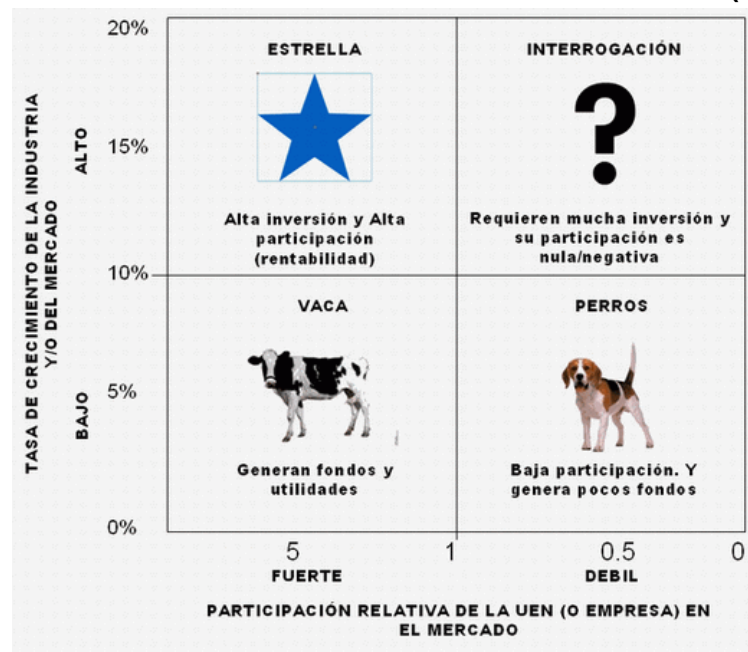
Las ventas están a niveles bajos porque todavía no hay una amplia aceptación del producto en el mercado. La disponibilidad del servicio (para el comprador) es limitada. La competencia es limitada o nula. (Cohen, 1988).

El Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, poco a poco al ir introduciéndose al mercado y alcance a sus clientes potenciales, avanzara a la etapa de crecimiento para lograr ser un servicio reconocido.

4.4 MATRIZ BCG (BOSTON CONSULTING GROUP)

Es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por The Boston Consulting Group en la década de 1970 y publicada por el presidente de la citada consultora Henderson en 1973.

GRÁFICO 4.2. MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)



Fuente: (Carreto, 2008)

De acuerdo a esta matriz El Centro Primavera por ser una nueva empresa se situará en el cuadrante de interrogación requiriendo una cuantiosa inversión para

comenzar con sus operaciones, además de la adquisición de activos, capital humano y la formación de capital de trabajo.

Esto se transforma en un reto para nosotros dada la participación del servicio en el mercado, al ser nueva la empresa no estamos en la capacidad de detener una gran participación de clientes ya sea por renuencia a este nuevo servicio, desconocimiento o falta de promoción para llegar a nuestro segmento objetivo.

La aversión de las empresas a un nuevo servicio de asilos o la masificación de Centros de día asequibles para los adultos mayores serian inconvenientes para posicionarnos en el mercado sin embargo de este innovador servicio con el paso del tiempo se espera que se convierta a “estrella” cuando exista un mayor nivel de ventas.

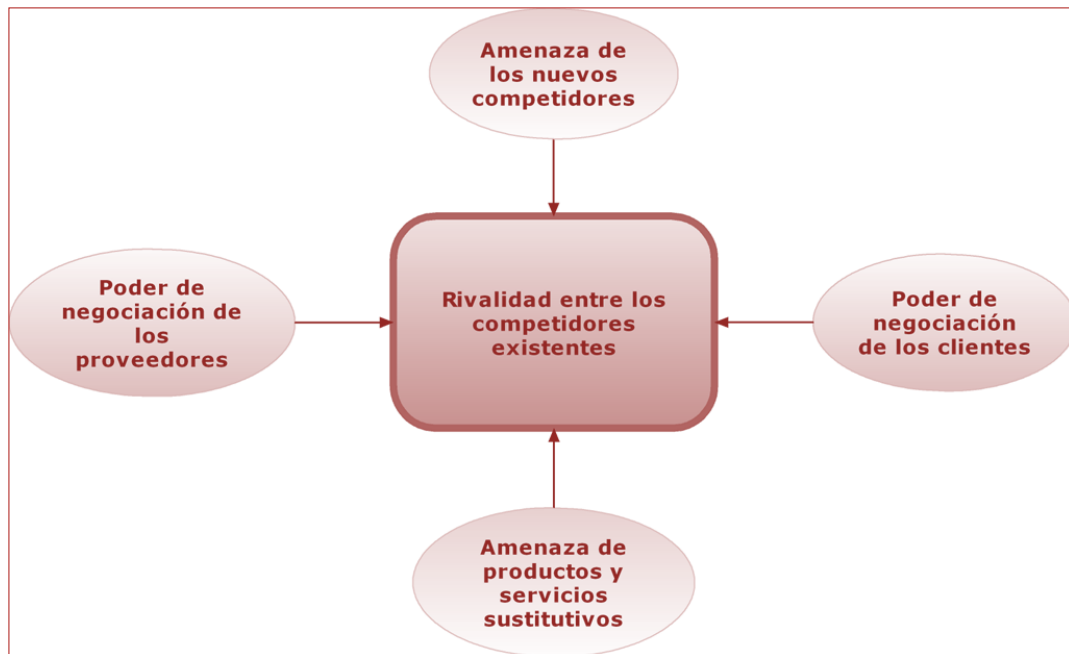
Con el paso del tiempo se espera que El Centro Primavera se situé en el cuadrante estrella dado que es un servicio innovador que acopla a personas que requieren de un lugar de retiro y a las personas que solo acceden a estos por distracción, teniendo un porcentaje de aceptación del 97% de la muestra encuestada.

4.5 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

(Porter Michael E. en 1979). Utiliza conceptos desarrollados en organización industrial y en economía identificando cinco fuerzas que determinan la intensidad competitiva y por lo tanto, el atractivo de un mercado. Porter se refiere a estas fuerzas como el micro entorno, para contrastarlo con el término más general de exploración del entorno macroeconómico. Se refieren a las fuerzas cercanas a la

empresa que afectan a su capacidad para ofertar a sus clientes y obtener un beneficio.

GRÁFICO 4.3. FUERZAS DE PORTER



Fuente: (Competitivos, 2003)

Poder de negociación de los clientes:

Si el volumen de venta a un cliente dado constituye una proporción muy alta del negocio de la empresa, existirá una gran capacidad de negociación, lo mismo sucede si para el comprador los productos de la empresa suponen un porcentaje muy grande de sus compras totales.

Por el contrario, si el volumen de compra del cliente de los productos de la empresa es un porcentaje pequeño de sus compras y de las ventas de la compañía, su capacidad de negociación será más reducida. (J. Walker & Stanton, 1996)

Para El Centro Primavera, el poder de negociación con los clientes es alto, ya que le brinda opciones de planes habitacionales, el cual según el plan que escoja el cliente obtiene un descuento. Y con estas opciones afianzamos una venta y una satisfacción a nuestro cliente en el futuro.

Poder de negociación de los proveedores:

Los proveedores pueden ejercitar su poder de negociación mediante las subidas de precios o reduciendo la calidad o el nivel de servicio ofrecido. Los proveedores que se encuentran en una situación de poder, pueden fijar sus condiciones a los clientes y dañar seriamente su rentabilidad.(J. Walker & Stanton, 1996)

El Centro cuenta con proveedores que nos brindan productos de calidad, con precios razonables, estos productos varían según las diferentes actividades que se realizarán en el Centro para el Adulto Mayor. Los proveedores que se obtendrán serán muy bien escogidos para así brindar seguridad a nuestros clientes.

Se necesitará proveedores para la alimentación, materia prima, productos de limpieza, entre otros.

Amenaza de nuevos competidores o nuevos entrantes:

La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada. Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.(J. Walker & Stanton, 1996)

Actualmente no hemos encontrado leyes o políticas que afecten al desarrollo de nuestro servicio, ya sean ambientales, tributarias o para la conformación de la compañía. Porque el servicio que brindaremos, se basa al cuidado del Adulto Mayor, y a que obtenga una vida digna en su vejez, por el cual no arremetemos a una barrera por el momento.

Amenaza de productos sustitutos:

Hoy en día es común que se batallen con la competencia, esta puede ser por precio, publicidad o cartera de clientes al ingresar un nuevo servicio en el mercado se pueden sentir amenazados los competidores.

Para las personas adultas mayores de la ciudad de Guayaquil existen lugares que acogen a personas de la tercera edad como los Centros de Día que les ofrece actividades por tiempos determinados en el día, pero son entidades públicas estos llegan a ser los servicios sustitutos para el adulto mayor.

Rivalidad entre competidores:

La rivalidad entre competidores aparece cuando alguno de ellos se siente amenazado por la competencia o ve la oportunidad de mejorar su posición. Las empresas son mutuamente dependientes, de manera que, cuando uno de los competidores en un determinado mercado inicia un movimiento competitivo, se produce una reacción del resto de competidores con la intención de contrarrestar los efectos del primero.(Marketing para saber, 2012)

Nuestra competencia es indirecta ya que no hay alguna empresa privada que ofrezca pagos acumulativos para asegurar una vejez tranquila, brindando un servicio de cuidado y diversión al Adulto Mayor que vamos a implementar, la

competencia indirecta son los asilos, y centros gerontológicos que el gobierno y municipio tienen en la provincia del Guayas, estos son gratuitos y financiados por ellos a personas de bajos recursos y no cuentan con recursos completos, siendo esta la diferencia entre su servicio y el nuestro.

COMPETIDORES

- Monte Paraíso Casa De Reposo
- Fundación Clemencia Al Cuidado De Los Ancianos
- Asilo De Ancianos Sagrado Corazón De Jesús
- Hogar De Ancianos Corazón De María
- La Casa De Los Abuelos
- Girasol Hogar Del Anciano
- Asilo Bien Público
- Hospicio Corazón De Jesús
- Asilo Sotomayor Y Luna
- Asilos De Ancianos En Guayaquil Del Estado Ecuatoriano
- Asilo San José

4.6 MARKETING MIX

Es un plan estratégico donde se utiliza las cuatro variables controlables, Producto, Precio, Plaza y Promoción, con las cuales se determinará todas las características o beneficios que ofreceremos, el precio óptimo para posicionarse en el mercado teniendo en cuenta la competencia y el costo de oportunidad, los lugares más apropiados para ganar mercado, y la publicidad que se debe hacer para llegar al cliente.

TABLA XXVIII. ANÁLISIS MARKETING MIX

SERVICIO	<p>Este servicio lo proporcionaremos mediante pagos anticipados que aseguren una vida decorosa para su vejez.</p> <p>El Centro Primavera ofrecerá a sus miembros, residencia; un área de salud, encargado de llevar el control de cada uno de ellos.</p>
PRECIO	<p>El método de observación por medio de encuestas, el cual nos guio a la colocación de un precio módico, para nuestro cliente potencial de \$85 Dólares. Este precio variará dependiendo al plan que se acojan tendrá su determinado descuento. El precio también lo fijamos por el nivel socioeconómico al cual vamos a enfocarnos que es C-, C+, B.</p>
PLAZA	<p>Se ubicará en la provincia del Guayas en el Km 24 vía a Daule, según encuestas realizadas a una muestra 385 personas, ellos prefieren un lugar alejado de la ciudad por tranquilidad.</p>
PROMOCIÓN	<p>Para empezar a dar a conocer nuestro Centro Primavera para el Adulto Mayor, iniciaremos en busca de auspiciantes, seremos promocionados, a través de los medios de radio y televisión, además de páginas web.</p>

Fuente: Elaborado por autoras

4.6.1 PRODUCTO/SERVICIO

Nuestra actividad empresarial es ofrecer un servicio de distracción, recreación, salud y bienestar para el adulto mayor. Además, de ofrecerles una residencia en caso que lo deseen.

Trabajamos con calidad asegurando la completa satisfacción del cliente por ser una empresa de confianza y tener empleados con discreción.

Este servicio lo proporcionaremos mediante pagos anticipados que aseguren una vida decorosa para su vejez.

El Centro Primavera ofrecerá a sus miembros, residencia; un área de salud, encargado de llevar el control de cada uno de ellos, para el mantenimiento o mejoramiento de la salud. Así también, pondrá a disposición diferentes actividades de recreación a fin de que se sientan en un lugar agradable y seguro.

4.6.2 PRECIO

La estrategia del Centro Primavera para el Adulto Mayor, fue realizar el método de observación por medio de encuestas, el cual nos guio a la colocación de un precio, módico para nuestro cliente potencial de \$85 Dólares. El precio también lo fijamos por el nivel socioeconómico al cual vamos a enfocarnos que es C-, C+, B. Este precio variará dependiendo al plan que se acojan tendrá su determinado descuento.

4.6.3 PLAZA

Para la localización es muy importante seleccionar lugares que sean accesibles para los consumidores del mercado objetivo y coherente con el posicionamiento de la empresa.

El Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, se ubicará en la provincia del Guayas en el Km 24 vía a Daule, según encuestas realizadas a una muestra 385 personas, ellos prefieren un lugar alejado de la ciudad por tranquilidad.

4.6.4 PROMOCIÓN

Para empezar a dar a conocer nuestro Centro Primavera para el Adulto Mayor, iniciaremos en busca de auspiciantes, seremos promocionados, a través de los medios de radio y televisión.

Realizaremos páginas web, y redes sociales para que las personas tengan un medio más para conocer del servicio que vamos a brindar y puedan compartir y dar consejos de este servicio.

4.7 SEGMENTACIÓN DE MERCADO META

La segmentación de mercados es una parte clave de la estrategia de marketing que consiste en dividir el mercado en una serie de subgrupos o segmentos homogéneos respecto a una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, con el fin de poder aplicar a cada uno de ellos programas específicos de marketing que permitan satisfacer de forma más efectiva las necesidades de sus miembros y los objetivos de la empresa.

TABLA XXIX. SEGMENTACIÓN DE MERCADO META

<i>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</i>	<i>SEGMENTOS DE NUESTRO MERCADO</i>
Criterio Geográfico	Ecuador, Guayaquil
Criterios Demográficos	Edad: 35 – 78 años Sexo: Femenino y Masculino Estado: casado, soltero, viudo.
Criterios Socioeconómicos	Clase Social: media alta y alta
Criterios psicológicos	Personalidad: preocupadas por su última etapa y dispuestas a pagar de manera anticipada por este servicio.
Criterios Específicos	Estilo de vida: Trabajadores auto - realizados en el ámbito laboral, personal y/o emocional, que deseen descansar sin preocupaciones en el futuro.

Fuente: Elaborado por autoras

Localización: Los consumidores finales a quienes ofreceremos nuestro servicio serán aquellos que se encuentran entre los 35 y 60 años de edad, de la ciudad de Guayaquil.

Género: Masculino y femenino.

Actividad: Trabajadores auto - realizados en el ámbito laboral.

Intereses: Personas dispuestas a acceder de manera anticipada a un plan de retiro, y preocupadas por su última etapa.

CAPÍTULO 5 ESTUDIO TÉCNICO

En el presente capítulo se trata de visualizar el proyecto, mediante ilustraciones del Centro de Salud y Vida para el Adulto Mayor, al principio de manera general para luego ir especificando las áreas que tendrá este proyecto. También se expondrá los recursos financieros a utilizar para su construcción.

El Centro Primavera se proyecta con espacios físicos adecuados para los adultos mayores, tiene conexión directa con las áreas habitacionales, comedor y la pileta a través de rampas en que el adulto mayor pueda bajar o moverse sin mucho esfuerzo.

ILUSTRACIÓN 5.1. CENTRO PRIMAVERA



Fuente: Elaborado para proyecto Centro Primavera.

Podemos en la siguiente imagen, proyectada desde una perspectiva superior la construcción del Centro Primavera, donde podremos observar el vivero, los pabellones laterales de las habitaciones y el área verde del contorno del Centro.

El área total construida es de 45000 mts²

ILUSTRACIÓN 5.2. CENTRO PRIMAVERA ÁREA TOTAL



Fuente: Elaborado para proyecto Centro Primavera.

5.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

El Centro Primavera para el Adulto Mayor, ubicado en el suroeste del país Ecuador, en la provincia del Guayas, en el kilómetro 24 vía Daule, contará con un terreno de 5 hectáreas valorado en 50.000 dólares americanos, con un valor de 10 dólares americanos el metro cuadrado.

Contendrá áreas verdes, tecnología, espacio físico construido que ayude a la estabilidad del adulto mayor, de esta manera así poder satisfacer a los clientes y la demanda esperada.

ILUSTRACIÓN 5.3. UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Google Maps.

5.2 DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA ADMINISTRACIÓN

Oficina 1: Se encuentran el Director General, con sus respectivos equipos de computación y oficina.

Oficina 2: Se encuentra el Gerente Administrativo, con cubículos divididos en las áreas de Abogado, Analista de RRHH, Jefe de Operaciones. Estos cuentan con los implementos necesarios para su trabajo.

Oficina 3: Se encuentra el Gerente financiero, con cubículos divididos en el siguiente personal, Contador, Auxiliar Contable, Jefe de Cobranzas y Auxiliar Contable. Estos cuentan con los implementos necesarios para su trabajo.

Baños: En las primeras 3 oficinas se contará con 2 baños respectivos para hombre y mujer. Con los artículos correspondientes del aseo personal.

Oficina 4: En esta oficina se ubicarán los médicos, 6 cubículos para su respectivo doctor especialista, tenemos los cardiólogos, geriatras, nutricionistas y psicólogo. Cuentan con Tensiómetros entre otros artículos que les facilite a su trabajo.

Baños: Contamos con 1 baño para los médicos y otro para los pacientes.

Sala de espera: Lugar donde se atiende a todos nuestros visitantes y pueden distraerse ya que contamos con televisores para que su visita sea satisfactoria. En esta sala contamos con muebles confortantes, para que los clientes puedan permanecer siempre de forma cómoda en nuestras instalaciones.

Sala de Terapia de Baile: Encuentran un lugar espacioso donde contamos con un terapeuta que guíe movimientos y ritmos de baile en el cual el adulto mayor se sienta feliz de compartir con otros.

Sala ocupacional: las salas ocupacionales se dictaran diferentes talleres que ayuden al adulto mayor a desarrollar sus habilidades.

Sala Terapia Física: Cuenta con poleas, barandas, y otros artículos que ayuden a las personas con algún tipo de problema físico a tratar de recuperar la movilidad afectada.

Sala Hospitalaria: Esta sala posee 3 camas hospitalarias, con una central de oxígeno y aire acondicionado a la temperatura de que prevean las bacterias.

ILUSTRACIÓN 5.4. CAMA HOSPITALARIA



Fuente: <http://guayaquil.olx.com.ec/camas-electricas-hospitalarias-iid-513665661>

Sala de cine: Tiene un proyector en el cual pasará las películas actuales y épocas pasadas, que el adulto mayor soliciten.

Sala de piscina: Contamos con 4 Piscinas divididas en dos salas, para poder desarrollar las terapias de Gimnasia Acuática. Estas piscinas cuentan con un sistema de calefacción a una temperatura de agua que ayude al relajamiento de los músculos. Cuenta con pasamanos que logra la seguridad del adulto mayor.

Baños de sala de Piscina: Son 2 baños para mujeres y hombres con vestidores y duchas, para que el adulto mayor pueda tener comodidad a la salida de las piscinas.

Cuartos: Por el momento el Centro Primavera contará con 201 cuartos, con sus respectivos baños con barandas de seguridad, divididos en los diferentes planes:

TABLA XXX. TIPOS DE PLANES DE DORMITORIOS

Plan Premium	40
Plan Familiar	121
Plan Amigos 1	24
Plan Amigos 2	17

Fuente: Elaborado por autoras

TABLA XXXI. ÁREAS DE CADA TIPO DE DORMITORIO

Dormitorio simple	21,10 m ²
Dormitorio doble	23,40 m ²
Dormitorio triple	29,50 m ²

Fuente: Elaborado por autoras

ILUSTRACIÓN 5.5. DORMITORIO PLAN AMIGOS 2



Fuente: Elaborado para proyecto Centro Primavera.

Sala de juegos: En cada bloque de habitaciones, encontramos una sala amplia de juegos, para que nuestro adulto mayor pueda compartir y distraerse junto a sus amigos, estas salas contienen muebles, juego de mesa, billar entre otros y televisores.

Área de cocina: Podemos encontrar una cámara frigorífica de 2,50 m x 3,50, en donde las carnes tendrán su debida conservación.

ILUSTRACIÓN 5.6. CÁMARA FRIGORIFICA



Fuente: www.labolsanet.com.ar

Contamos con cocina industrial de 6 quemadores tipo isla, mesón para chef, lavaderos con plateras para la distribución correcta de los accesorios de cocina, un horno industrial, para la preparación de distintos alimentos dependiendo de las dietas que el nutricionista recomiende.

ILUSTRACIÓN 5.7. COCINA INDUSTRIAL



Fuente: www.turismocastillalamancha.com

Cuarto de Lavandería: En este cuarto hay 7 lavadoras y 7 secadoras, en las cuales diariamente se lavara la ropa de nuestros clientes, mandiles de los médicos. Cuenta con un baño interno.

ILUSTRACIÓN 5.8. CUARTO DE LAVANDERÍA



Fuente: www.tuavismo.com

Comedor: Espacio en el cual cuenta con mesas y butacones para que los adultos mayores se sientan seguros al momento de ingerir sus alimentos, salubre, irá un carro repartiendo los alimentos por mesa, este espacio es confortable porque pueda divisar los alrededores del centro.

ILUSTRACIÓN 5.9. COMEDOR



Fuente: Elaborado para proyecto Centro Primavera.

Vivero: en este lugar sembraremos con ayuda de nuestros adultos mayores, plantas y flores que ellos les agraden para si en un futuro resembrar en las áreas verdes del Centro Primavera.

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

En el presente capítulo se procederá a realizar el análisis competente, acerca de los ingresos y egresos operativos para conocer el potencial económico del proyecto.

Además de presentar estados financieros, los flujos esperados que genere este proyecto de la Creación del Centro primavera para el adulto mayor, en un horizonte de diez años con el objeto de visualizar la rentabilidad, el tiempo que pasará para recuperar lo invertido, el valor actual neto, la tasa interna de retorno, entre otras herramientas, para poder tomar las mejores decisiones.

Se realizará un análisis de sensibilidad considerando cambios en las variables que influyen de manera significativa en la rentabilidad del proyecto, para tener una visión más amplia de los resultados económicos futuros.

6.1 INVERSIONES PREVIAS A LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en 3 tipos: capital de trabajo, activos tangibles y activos intangibles.

6.1.1 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son el contable, y el del déficit acumulado máximo.

No aplicamos el periodo de desfase o ciclo productivo, porque no existe la elaboración de algún producto, nosotros brindamos servicios para el bienestar de los adultos mayores, y esto no aplica a la producción de productos.

6.1.1.1 MÉTODO CONTABLE

Proyecta los niveles promedios de activos corrientes o circulantes y de pasivos corrientes o circulantes y la calcula la inversión en capital de trabajo como la diferencia entre ambos.

6.1.1.2 MÉTODO DEL DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO

Es el más exacto de los tres disponibles para calcular la inversión en capital de trabajo, al determinar el máximo déficit que se produce entre la ocurrencia de los egresos y los ingresos.

Considera la posibilidad real de que durante el periodo de desfase se produzcan tanto estacionalidades en la producción como ingresos que permitan financiar parte de los egresos proyectados. Elabora un presupuesto de caja donde detalla, para un periodo de 12 meses, la estimación de los ingresos y egresos de caja mensuales.

TABLA 7. CAPITAL DE TRABAJO

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESO DE PLANES	67.214,09	100.821,13	134.428,18	201.642,26	268.856,35	336.070,44	403.284,53	470.498,62	571.319,75	672.140,88		
INGRESO CLIENTE 6%	4032,85	6049,27	8065,69	12098,54	16131,38	20164,23	24197,07	28229,92	34279,18	40328,45		
INGRESO MENSUAL	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35	11.202,35
COSTOS F	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)	\$ (16.065,62)
COSTOS V	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)	\$ (3.055,00)
NETO	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)	(7.918,27)
ACUMULADO	(7.918,27)	(15.836,53)	(23.754,80)	(31.673,07)	(39.591,34)	(47.509,60)	(55.427,87)	(63.346,14)	(71.264,41)	(79.182,67)	(87.100,94)	(95.019,21)
MIN ACUMULADO	(95.019,21)											

Fuente: Elaborado por autoras

6.2 INVERSIONES EN ACTIVOS TANGIBLES

Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Las inversiones en activos fijos para la ejecución de este proyecto se dan para la oficina administrativa del Centro de Salud y Vida en sus diferentes áreas, como cocina, medicina y recreación en la ciudad de Guayaquil. A continuación se muestra un detalle de los insumos que se requieren:

6.2.1 MUEBLES DE OFICINA

TABLA XXXII.MUEBLES DE OFICINA

MUEBLES DE COCINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
1	COCINA 6 QUEMADORES TIPO ISLA	1100	1100
2	MESA TIPO CHEFF MEDIDA 1.50 LARGO	750	1500
1	HORNO DE 3 LATAS 45X65	490	490
1	LAVADERO DE 2 POZOS CON ESCURRIDERA	870	870
1	LICUADORA DE 25 LITROS	1060	1060
1	REFRIGERADORA 2 P	3500	3500
		TOTAL	\$ 8.520,00

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.2 ACCESORIOS DE COCINA

TABLA XXXIII.ACCESORIOS DE COCINA

ACCESORIOS DE COCINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
1	CONGELADOR	650	650
1	AIRE ACONDICIONADO	655,76	655,76
1	CAFETERA 42 TAZAS	46,85	46,85
1	BIDON LECHERO	117,88	117,88
7	CUCHILLOS TIPO CHEFF	6,93	48,51
3	OLLAS CALDERA	53	159
3	PAILA	27,38	82,14
320	PLATO ONDO	0,83	265,6
320	PLATO TENDIDO	1	320
320	PLATO PEQUENO	0,15	48
320	TAZAS CON PLATO	0,66	211,2
320	CUCHILLOS	0,78	248
320	CUCHARA	0,78	248
320	CUBIERTOS	0,15	48
320	VASOS	0,52	166,4
320	COPAS	1,06	339,2
320	COPA HELADO	0,74	236,8
4	ESPUMADOR	2,3	9,2
4	CUCHARETA PUNEX	8,5	34
4	CUCHARA PEQUENA PUNEX	5	20
4	COLADORES	3,2	12,8
35	JARRAS	3	105
3	FILTRO DE AGUA	28	84
1	SISTEMA DE DETECTORES DE HUMO	1200	1200
		TOTAL	\$ 5.356,34

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.3 ILUMINACIÓN DE PATIOS

TABLA XXXIV.ILUMINACIÓN DE PATIOS

ILUMINACION DE PATIOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
20	REFLEX 400 META LAY LUZ BLANCA	58	1160
15	LAMPARAS DE EMERGENCIA	240	3600
		TOTAL	\$ 4.760,00

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.4 UTENSILIOS DE OFICINA

TABLA XXXV.UTENSILIOS DE OFICINA

UTENSILIOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
18	GRAPADORA	2,98	53,64
18	PERFORADORA	2	36
18	SACAGRAPA	0,59	10,62
10	DISPENSADOR DE CINTA	1,2	12
9	CLIP MARIPOSA	0,93	8,37
9	CLIP	0,6	5,4
2	BORRADOR 20 UNID	1,85	3,7
8	SACAPUNTAS	4,43	35,44
8	SELLADOR DE FECHA	1,55	12,4
10	ALMOHADILLA	0,66	6,6
18	PORTA ESFEROS DE MALLA	2,34	42,12
20	REXMAX	3,76	75,2
18	TELEFONO	20	360
50	LEITZ	2	100
2	FOTOCOPIADORA RICOH	400	800
		TOTAL	\$ 1.561,49

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.5 MUEBLES DE SALA DE TERAPIA

TABLA XXXVI.MUEBLES DE SALA DE TERAPIA

MUEBLES DE SALA DE TERAPIA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
3	PIZARRA ACRILICA	63,04	189,12
18	MESAS DE TRABAJO	75	1350
3	AIRE ACONDIONADO	655,76	1967,28
36	SILLAS DE TRABAJO	25	900
1	TELEVISOR	800	800
3	MINI COMPONENTES	400	1200
		TOTAL	\$ 6.406,40

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.6 MUEBLES DE HABITACIÓN

TABLA XXXVII.MUEBLES DE HABITACIÓN

MUEBLES DE HABITACION			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
300	CAMA PLAZA 1/2	90	27000
201	MUEBLE	55	11055
300	CLOSET	60	18000
201	SERVICIO SANITARIO	62	12462
300	COLCHONES	70	21000
201	ACCESORIOS DE BAÑO	10,62	2134,62
201	ESPEJO	8	1608
201	SESTO DE BASURA	6,2	1246,2
201	LAMPARA DE CUARTO	22,5	4522,5
201	LAMPARAS DE PASILLOS	10,26	2062,26
201	LAMPARA DE BAÑO	12,95	2602,95
		TOTAL	\$ 35.176,53

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.7 SALAS DE ESTAR

TABLA XXXVIII. SALAS DE ESTAR

SALAS DE ESTAR			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
8	LAMPARAS DE SALA	12,26	98,08
8	JUEGO DE MUEBLE	500	4000
8	TELEVISORES	598,69	4789,52
100	MUEBLES PASILLO	90	9000
8	JUEGOS	30	240
		TOTAL	\$ 18.127,60

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.8 SALA HOSPITALARIA

TABLA XXXIX. SALA HOSPITALARIA

SALA HOSPITALARIA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
3	CAMAS HOSPITALARIA	997,77	2993,31
4	MANDILES	14,57	58,28
4	BAJALENGUA X 300	3,62	14,48
7	CAJA DE GUANTES X 100	14,14	98,98
20	VIDELES	7,29	145,8
20	PATOS URINARIO	2,29	45,8
10	TENSIOMETROS	16,77	167,7
100	TERMOMETRO	0,54	54
3	PORTA SUERO	38,92	116,76
1	OXIGENO CENTRAL	150	150
3	COLLARIN	2,8	8,4
4	SILLAS DE RUEDA	88,54	354,16
4	ESCALERA DE CAMILLA	47,43	189,72
4	SHAILON	50	200
3	CAMILLAS	35	105
4	UTENSILIOS DE PRIMEROS AUXILIOS	40	160
4	GASAS	30	120
	TOTAL		\$ 4.982,39

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.9 LAVANDERÍA

TABLA XL. LAVANDERÍA

LAVANDERIA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
7	LAVADORAS	450	3150
7	SECADORAS	525	3675
3	REPISAS 1,50M	33	99
	TOTAL		\$ 6.924,00

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.10 PELUQUERÍA

TABLA XLI. PELUQUERÍA

PELUQUERIA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
3	SILLAS DE BELLEZA	203,76	611,28
2	SILLA DE ESPERA	190	380
1	UTENSILIOS	100	100
		TOTAL	\$ 1.091,28

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.11 BAÑOS DE SALAS DE TERAPIA

TABLA XLII. BAÑOS DE SALAS DE TERAPIA

BAÑOS DE SALAS DE TERAPIA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
12	SERVICIOS SANITARIO	62	744
4	DISPENSADOR DE PAPEL	24,95	99,8
4	DISPENSADOR DE JABON	14,83	59,32
12	SESTOS DE BASURA	7,32	87,84
		TOTAL	\$ 990,96

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.12 BAÑOS DE PISCINA

TABLA XLIII. BAÑOS DE PISCINA

BAÑOS DE PISCINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
8	RETRETE	58	464
2	DISPENSADOR DE PAPEL	24,95	49,9
2	DISPENSADOR DE JABON	14,83	29,66
8	SESTOS DE BASURA	7,32	58,56
		TOTAL	\$ 602,12

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.13 SALA DE VISITA

TABLA XLIV. SALA DE VISITA

SALA DE VISITA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
4	SERVICIO SANITARIO	62	248
2	DISPENSADOR DE JABON	14,83	29,66
1	DISPENSADOR DE PAPEL	24,95	24,95
4	SESTO DE BASURA	7,32	29,28
2	TELEVISORES	598,69	1197,38
		TOTAL	\$ 1.529,27

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.14 COMEDOR

TABLA XLV. COMEDOR

COMEDOR			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
35	MESAS	75	2625
70	SILLAS	40	2800
10	LAMPARA	14,83	148,3
3	CARRITO SERVIDOR	134,5	403,5
3	DISPENSADORES DE AGUA	45	135
		TOTAL	\$ 6.111,80

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.15 EXTERIOR

TABLA XLVI. EXTERIOR

EXTERIOR			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
20	BANQUETAS	90	1800
3	PILETAS	247	741
		TOTAL	\$ 2.541,00

Elaborado por: Autoras

6.2.16 MUEBLES DE OFICINA

TABLA XLVII. MUEBLES DE OFICINA

MUEBLES DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
21	ESCRITORIO DE OFICINA	75	1575
42	SILLAS DE OFICINA	58	2436
8	ARCHIVADORES	70	560
			\$ 4.571,00

Fuente: Elaborado por autoras

6.2.17 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

TABLA XLVIII. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
18	PROCESADOR I3 4GB, 1T	339	6102
18	MONITOR LG 18.5"	110	1980
18	LICENCIA	150	2700
		TOTAL	\$ 10.782,00

Fuente: Elaborado por autoras

6.3 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS TANGIBLES

Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Vamos a depreciar los Activos Fijos Tangibles apegándose a la Ley de Régimen Tributario.

➤ Depreciaciones

Inmuebles

(Excepto terrenos). ----- 5% anual

Instalaciones, maquinarias,

Equipos y muebles. ----- 10% anual

Vehículos, equipos de transporte,

Equipo de computación. ----- 3,3% anual

Además se depreciarán por el método de línea recta, según el tipo de rubro.

6.4 INVERSIONES DURANTE LA OPERACIÓN

Además de las inversiones previas a la puesta en marcha, es importante incluir aquellas que deben realizarse durante la operación para mantener el funcionamiento normal de la empresa.

Las inversiones durante la operación del proyecto serán de activos tangibles específicamente de los activos necesarios para el funcionamiento del Centro pero sólo actividades de recreación durante el día, y luego del segundo año invertir en la adecuación de los planes habitacionales.

6.5 FINANCIAMIENTO

6.5.1 FINANCIAMIENTO POR CAPITAL PROPIO

Este tipo de financiamiento debe considerar fondos propios suficientes para la realización del proyecto. Centro primavera se financiará con EL 29% por capital propio con los aportes de los cinco accionistas del proyecto.

La constitución del Centro Primavera será de una sociedad de COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

El Centro Primavera se constituirá con 5 socios que generarán un Aporte Individual de Capital de \$20,000 para la adquisición de los diferentes activos de inversión del proyecto. El financiamiento por parte del capital de los socios asciende a un total de \$100, 000,00 dólares.

6.5.2 FINANCIAMIENTO BANCARIO

Son los créditos concedidos por el sistema bancario en el Ecuador a las familias, empresas privadas y sector público.

Centro Primavera se financiará en un 71% por medio de un préstamo bancario, para este crédito se consideró a 3 entidades financieras que realizan préstamos para proyectos nuevos como son Banco del Pacífico, Banco Nacional de Fomento y Corporación Financiera Nacional, se escogió al banco que proporciona mejores condiciones de préstamo en este caso al Banco Nacional de Fomento.

6.5.2.1 BANCO NACIONAL DE FOMENTO

Ofrece facilidades del mercado para la obtención de créditos para capital de trabajo, compra de activos fijos o cualquier otro proyecto que emprenda tu empresa.

- Tasa de interés aplicada de acuerdo al segmento del crédito.
- Plazos dependerán del destino del crédito.
- Se deben presentar garantías reales.
- Sólo para clientes del Banco.

La tasa de interés a pagar del préstamo a solicitar será del 10% efectiva anual.

TABLA XLIX. TABLA DE INTERÉS

SEGMENTO: EMPRESARIAL											
TODOS LOS SECTORES CLIENTES A Y B CALIFICACIÓN/ PLAZO (HASTA)	0 - 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TASA BASE DE REAJUSTE	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%	4.5300%
TASA ANUAL	9.0000%	9.2500%	9.2500%	9.4500%	9.4500%	9.4500%	9.5000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%	10.0000%
NOMINAL SEMESTRAL	8.8061%	9.0454%	9.0454%	9.2367%	9.2367%	9.2367%	9.2845%	9.7618%	9.7618%	9.7618%	9.7618%
NOMINAL TRIMESTRAL	8.7113%	8.9454%	8.9454%	9.1325%	9.1325%	9.1325%	9.1792%	9.6455%	9.6455%	9.6455%	9.6455%
NOMINAL MENSUAL	8.6488%	8.8796%	8.8796%	9.0638%	9.0638%	9.0638%	9.1098%	9.5690%	9.5690%	9.5690%	9.5690%

LA TASA BASE PARA REAJUSTE ES LA TASA PASIVA REFERENCIAL Y TIENE VIGENCIA MENSUAL

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

El préstamo a solicitar de acuerdo al monto de operación de crédito, se sitúa en el segmento empresarial porque es la categoría que mejor nos califica por la constitución de la empresa.

6.5.2.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Se utilizará el método de amortización de pagos constantes:

TABLA L. TABLA DE AMORTIZACIÓN

c=	39.050,62
k=	239.949,18
i=	10%
n=	10

PERÍODO	SALDO ADEUDADO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA
0	239.949,18	0,00	0,00	0,00
1	224.893,47	39.050,62	23.994,92	15.055,71
2	208.332,20	39.050,62	22.489,35	16.561,28
3	190.114,79	39.050,62	20.833,22	18.217,40
4	170.075,65	39.050,62	19.011,48	20.039,14
5	148.032,59	39.050,62	17.007,56	22.043,06
6	123.785,22	39.050,62	14.803,26	24.247,37
7	97.113,12	39.050,62	12.378,52	26.672,10
8	67.773,81	39.050,62	9.711,31	29.339,31
9	35.500,57	39.050,62	6.777,38	32.273,24
10	0,00	39.050,62	3.550,06	35.500,57

Fuente: Elaborado por autoras

El monto del préstamo concedido por el Banco Nacional de Fomento asciende a un plazo de 10 años, este valor será considerado para la compra de los diferentes activos que necesitará el Centro Primavera para iniciar operaciones.

6.6 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital.

TABLA LI. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CENTRO PRIMAVERA			
SITUACION FINANCIERA			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Circulante		Pasivo Diferido	
Efectivo	\$ 339.949,18	Préstamo a largo plazo	\$ 239.949,18
Total Activo Circulante	\$ 339.949,18	TOTAL PASIVOS	\$ 239.949,18
		PATRIMONIO	
		Inversionista 1	\$ 20.000,00
		Inversionista 2	\$ 20.000,00
		Inversionista 3	\$ 20.000,00
		Inversionista 4	\$ 20.000,00
		Inversionista 5	\$ 20.000,00
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 100.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 339.949,18	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 339.949,18

Fuente: Elaborado por autoras

El efectivo estará estructurado por el monto de inversión en capital de trabajo determinado por el método de déficit acumulado máximo, propiedad planta y equipo está formado por los activos tangibles necesarios para la operación.

6.7 INGRESOS

Constituyen todos los ingresos de operación de la empresa que representan las entradas reales de caja.

6.7.1 INGRESOS OPERATIVOS

Para poder determinar el ingreso que la empresa obtendrá en los siguientes años se analizará el gasto en atención médica y distracción que las personas en Ecuador han realizado.

6.7.2 OTROS INGRESOS

Se refiere a la proporcionalidad de los intereses que nos correspondan por el manejo del dinero en el tiempo. Siendo este del 5 % para la empresa y 5% para el cliente.

6.7.2.1 MANEJO DE ACTIVOS A INVERTIR

Centro Primavera, tomo mecanismos de inversión para el mejor manejo del dinero de nuestros clientes, el cual optará por los fondos de inversión y póliza de acumulación para así recibir rendimientos futuros, y el dinero no pierda valor en el tiempo.

6.7.2.2 FONDOS DE INVERSIÓN VS PÓLIZA DE ACUMULACIÓN

TABLA LII. FONDOS DE INVERSIÓN VS PÓLIZA DE ACUMULACIÓN

Fondo de Inversión	Póliza de Acumulación
Tiene plazos mínimos de permanencia, pero si permanece más tiempo adicional, sigue generando interés hasta que se retire.	Tiene un plazo fijo establecido, luego del cual la póliza deja de generar ganancias, aun cuando no se haya hecho efectiva.
Rendimiento se calcula y se genera diariamente, su variación está sujeta al interés que gana por sus tenencias y a la evolución del Patrimonio Autónomo.	Tasa fija, establecida al momento de adquirir la póliza.
Riesgo ponderado según sus tenencias, la diversificación hace que el riesgo se disminuya.	No tiene diversificación, pues todo el dinero está invertido en el emisor de la póliza, que es uno solo. Esto se interpreta como un riesgo mayor.
El inversionista se hace partícipe mediante un Contrato de Incorporación con una inversión inicial, que puede ir incrementando en la medida y frecuencia que estime conveniente.	El inversionista compra la póliza a un valor fijo, y si después desea invertir más, debe comprar otra póliza.

Fuente:(ZION, 2013)

El Centro Primavera utilizará estos métodos de inversión con el fin de generar frutos, del dinero de los clientes, y así ser sustentables en el tiempo, y el día que ingrese el cliente pueda gozar de todos los servicios y beneficios que brinda nuestro centro.

La póliza de acumulación la adquirimos para plazos cortos de tiempo en el cual el retorno de ese dinero, para trabajar operativamente con las primeras personas que ingresen al centro.

El fondo de inversión lo usaremos sustentables en el tiempo, porque al mayor tiempo de inversión se generara más interés, que es beneficiosos para el Centro y los clientes.

6.8 EGRESOS

Constituyen todos los desembolsos que incurrirá la empresa, los mismos que corresponden para el desarrollo de las actividades diarias del Centro Primavera por lo tanto se generarán los siguientes gastos y costos:

6.8.2 COSTOS FIJOS Y VARIABLES

TABLA LIII. TABLA DE COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS			
GASTOS	DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ASEO DEL EDIFICIO	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00
UTENSILIOS DE OFICINA	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
MANT. DE AIRE ACONDICIONADO	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 1.400,00
MANT. LAVADORAS Y SECADORAS	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 1.400,00
MANT. AREAS VERDES	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 1.380,00
MANT. PISCINA	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 2.100,00
MANT. VEHICULO	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 200,00
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES		\$ 25.771,23	\$ 351.343,77
S. ADMINISTRACION	\$ 3.970,00		
S. MEDICOS	\$ 13.360,00		
S. OPERATIVOS	\$ 5.607,00		
BENEFICIOS SOCIALES	\$ 42.089,00		
IECE-SECAP	\$ 233,27		
APORTES PATRONALES	\$ 2.600,96		
GASTOS DE PUBLICIDAD		\$ 1.500,00	\$ 18.300,00
PAGINA WEB	\$ 300,00		
PUBLICIDAD MASIVA	\$ 1.000,00		
RADIO	\$ 500,00		
TOTAL			\$ 377.923,77

Fuente: Elaborado por autoras

TABLA LIV. TABLA DE COSTOS VARIABLES

COSTOS MIXTOS		
GASTOS GENERALES	COSTOS MENSUALES	COSTO ANUAL
Agua (m ³)	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Alcantarillado (80% de agua pot.)	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Luz Electrica (kwh)	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Telefono	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Internet y Mantenimiento de Redes	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Combustible	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL	\$ 3.055,00	\$ 36.660,00

Fuente: Elaborado por autoras

TABLA LV. TABLA DE SUELDOS

DETALLE DE LA CUENTA SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES							
# EMPLEADOS	EMPLEADOS	SUELDOS	TOTAL SUELDO	13 Sueldo	14 Sueldo	Aporte Patronal	IECE/SECAP
1	Director General	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ 55,75	\$ 5,00
1	Gerente administrativo	\$ 485,00	\$ 485,00	\$ 485,00	\$ 318,00	\$ 54,08	\$ 4,85
1	Gerente Financiero	\$ 485,00	\$ 485,00	\$ 485,00	\$ 318,00	\$ 54,08	\$ 4,85
1	Abogado	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 50,18	\$ 4,50
1	Analista de RRHH	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 50,18	\$ 4,50
1	Jefe de manejo op.	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 318,00	\$ 43,49	\$ 3,90
2	Asistente de manejo op.	\$ 385,00	\$ 770,00	\$ 770,00	\$ 636,00	\$ 85,86	\$ 7,70
1	Supervisor de Servicio G.	\$ 385,00	\$ 385,00	\$ 385,00	\$ 318,00	\$ 42,93	\$ 3,85
6	Limpieza	\$ 318,00	\$ 1.908,00	\$ 1.908,00	\$ 1.908,00	\$ 212,74	\$ 19,08
4	Lavandería	\$ 318,00	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00	\$ 141,83	\$ 12,72
4	Cocina	\$ 318,00	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00	\$ 1.272,00	\$ 141,83	\$ 12,72
1	Contador	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 318,00	\$ 50,18	\$ 4,50
1	Auxiliar contable	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 318,00	\$ 44,60	\$ 4,00
1	Jefe de cobranzas	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 318,00	\$ 44,60	\$ 4,00
1	Auxiliar cobranzas	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 318,00	\$ 39,03	\$ 3,50
1	Director Médico	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ 55,75	\$ 5,00
2	Médicos Geriatras	\$ 485,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 636,00	\$ 108,16	\$ 9,70
2	Médicos Cardiólogos	\$ 485,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 636,00	\$ 108,16	\$ 9,70
2	Nutricionista	\$ 485,00	\$ 970,00	\$ 970,00	\$ 636,00	\$ 108,16	\$ 9,70
11	Terapeutas	\$ 450,00	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00	\$ 3.498,00	\$ 551,93	\$ 49,50
12	Enfermeros	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 3.816,00	\$ 468,30	\$ 42,00
2	Doctor Psicólogo	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 636,00	\$ 89,20	\$ 8,00
	TOTAL	\$ 9.239,00	\$ 23.327,00	\$ 23.327,00	\$ 18.762,00	\$ 2.600,96	\$ 233,27

Fuente: Elaborado por autoras

6.9 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

De acuerdo con las NIIF, los gastos de constitución y de primer establecimiento se deben registrar como gastos, puesto que el desembolso realizado no ha servido para adquirir ni crear ningún activo que pueda ser reconocido como tal.

TABLA LVI. TABLA DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Gastos De Constitución	
Detalle	Valor
Costos de Cuenta Patrimonio	\$ 10,00
Derechos Notariales	\$ 500,00
Registro Mercantil	\$ 150,00
Publicación en Diario	\$ 40,00
Solicitud RUC	\$ 4,00
Certificado Sanitario de Empleados	\$ 20,00
Inscripción en el Registro Mercantil	\$ 150,00
Tasa de Habilitación del Establecimien	\$ 30,00
Permisos de Bomberos	\$ 20,00
Permisos de Sanidad	\$ 50,00
Permisos Municipales	\$ 100,00
Otros Gastos	\$ 100,00
TOTAL	\$ 1.174,00

Fuente: Elaborado por autoras

De este rubro asciende a un monto de \$1.174,00 para la constitución del Centro Primavera como sociedad de responsabilidad limitada un desembolso único en el periodo 1, que se procederá a amortizar por cinco años.

6.9.1 PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES A TRABAJADORES

Según la legislación ecuatoriana se considera un porcentaje del 15% para trabajadores.

6.9.2 IMPUESTO A LA RENTA

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras.

El flujo de caja del proyecto se desarrolla desde el año 2014 en adelante a una tasa del 22%.

6.9.3 INTERÉS PRÉSTAMO

La tasa de interés efectiva anual del préstamo bancario dada por el Banco Nacional de Fomento de 10% utilizándola para el respectivo cálculo de la amortización.

6.10 VALOR DE DESECHO

Es la estimación del valor de un proyecto después de varios años de operación. Existen 3 métodos para calcular el valor remanente que tendrá la inversión en el horizonte de su evaluación que es:

TABLA LVII.VALOR RESIDUAL Y AÑOS DE DEPRECIACIÓN

DEPRECIACION CONGLOMERADO	Depreciacion Anual	Valor Residual	AÑOS
COMPUTADORA	\$ 3.234,60	\$ 2.156,40	3
FOTOCOPIADORA	\$ 240,00	\$ 80,00	3
COCINA	\$ 198,00	\$ 110,00	5
VEHICULO	\$ 2.761,20	\$ 1.534,00	5
MUEBLES DE TERAPIA	\$ 405,00	\$ 225,00	5
CAMAS	\$ 2.673,00	\$ 270,00	10
CAMAS HOSPITALARIAS	\$ 538,80	\$ 299,33	5
LAVADORA	\$ 945,00	\$ 315,00	3
SECADORA	\$ 1.102,50	\$ 367,50	3
MESAS Y SILLAS	\$ 488,25	\$ 542,50	10
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.371,30	\$ 457,10	3
JUEGOS	\$ 144,00	\$ 80,00	5
DEPRECIACION ANUAL TOTAL	\$ 13.957,65	\$ 6.356,83	

Fuente: Elaborado por autoras

6.11 ESTADO DE RESULTADOS

Es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

TABLA LVIII. ESTADO DE RESULTADO

PRIMAVERA ESTADO DE RESULTADOS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL DE INGRESO	\$ 67.214,09	\$ 100.821,13	\$ 134.428,18	\$ 201.642,26	\$ 268.856,35	\$ 336.070,44	\$ 403.284,53	\$ 470.498,62	\$ 571.319,75	\$ 672.140,88
INGRESO CLIENTE 6%	1920,70	2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04
Costos Variables			-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-36660,00	-36660,00	-36660,00
Costos Fijos			\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(377.923,77)	\$(377.923,77)	\$(377.923,77)
Amortización de Gasto de Constitución			\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)			
Dep. Construcción			-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750
Dep. Computadora			-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6
Dep. Fotocopiadoras			-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240
Dep. Cocina			-198	-198	-198	-198	-198	-198		
Dep. Vehículo			-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2			
Dep. Muebles de terapia			-405	-405	-405	-405	-405			
Dep. Cama			-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673
Dep. Camas Hospitalarias			-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80		
Dep. Lavadora			-3150	-3150	-3150					
Dep. Secadora			-1102,5	-1102,5	-1102,5					
Dep. Mesas y Sillas			-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25
Dep. Muebles de Oficina			-1371,3	-1371,3	-1371,3					
Valor residual 3 años					3.376,00			3.376,00		
valor residual 5 años							2.248,33			
Valor de mercado					7584,05			7584,05		
Utilidad Operativa	\$ 69.134,79	\$ 103.702,19	\$ (68.440,56)	\$ 694,24	\$ 74.037,08	\$ 144.587,62	\$ 211.474,08	\$ 62.643,19	\$ 162.676,12	\$ 266.378,31
INGRESO PATRONO 4%	1920,70	2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04
Intereses	-23.994,92	-22.489,35	-20.833,22	-19.011,48	-17.007,56	-14.803,26	-12.378,52	-9.711,31	-6.777,38	-3.550,06
Utilidad antes de PT. e Impuestos	\$ 47.060,58	\$ 84.093,90	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 64.712,33	\$ 139.387,88	\$ 210.619,79	\$ 66.376,80	\$ 172.224,73	\$ 282.035,30
15% PT	-7059,09	-12614,08	0,00	0,00	-9706,85	-20908,18	-31592,97	-9956,52	-25833,71	-42305,29
Utilidad antes de Impuestos	\$ 40.001,49	\$ 71.479,81	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 55.005,48	\$ 118.479,70	\$ 179.026,82	\$ 56.420,28	\$ 146.391,02	\$ 239.730,00
Impuesto 22%	-8800,33	-15725,56	0,00	0,00	-12101,21	-26065,53	-39385,90	-12412,46	-32206,02	-52740,60
Utilidad Neta	\$ 31.201,16	\$ 55.754,25	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 42.904,28	\$ 92.414,17	\$ 139.640,92	\$ 44.007,82	\$ 114.184,99	\$ 186.989,40

6.12 FLUJO DE CAJA

El proyecto del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

La información básica para la construcción de un flujo de caja proviene de los estudios de mercado, técnicos, organizacional y como también de los cálculos de los beneficios. Al realizar el flujo de caja, es necesario, incorporar a la información obtenida anteriormente, datos adicionales relacionados principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo normal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja se compone de 4 elementos básicos:

- Los egresos iniciales de fondos.
- Los ingresos y egresos de operación.
- El valor de desecho del proyecto.(Ross, Westerfield, & Jaffe, 1995)

El flujo de caja se expresa en momentos. El momento 0 reflejará todos los egresos previos a la puesta en marcha del proyecto. Además de tomar en cuenta el remplazo de activos tangibles como los equipos de computación tanto de la oficina administrativa como del Centro Primavera siendo un egreso por la adquisición de estos. El horizonte de evaluación del proyecto será de 10 años.

6.12.1 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Este flujo permite medir la rentabilidad de toda la inversión.

TABLA LIX. TABLA DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Tasa del impuesto	22%											
TMAR	8,29%											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
DEMANDA		60	90	120	180	240	300	360	420	510	600	
TOTAL DE INGRESO		\$ 67.214,09	\$ 100.821,13	\$ 134.428,18	\$ 201.642,26	\$ 268.856,35	\$ 336.070,44	\$ 403.284,53	\$ 470.498,62	\$ 571.319,75	\$ 672.140,88	
INGRESO CLIENTE 6%		1920,70	2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04	
Costos Variables				-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-36660,00	-36660,00	
Costos Fijos				\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(170.065,69)	\$(377.923,77)	\$(377.923,77)	
Amortización de Gasto de Constitución				\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)	\$(234,80)			
Dep. Construcción				-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	
Dep. Computadora				-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	
Dep. Fotocopiadoras				-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240	
Dep. Cocina				-198	-198	-198	-198	-198	-198			
Dep. Vehículo				-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2				
Dep. Muebles de terapia				-405	-405	-405	-405	-405				
Dep. Cama				-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	
Dep. Camas Hospitalarias				-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80			
Dep. Lavadora				-3150	-3150	-3150						
Dep. Secadora				-1102,5	-1102,5	-1102,5						
Dep. Mesas y Sillas				-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	
Dep. Muebles de Oficina				-1371,3	-1371,3	-1371,3						
Valor residual 3 años						3.376,00			3.376,00			
valor residual 5 años								2.248,33				
Valor de mercado						7584,05		7584,05				
Utilidad Operativa		\$ 69.134,79	\$ 103.702,19	\$ (68.440,56)	\$ 694,24	\$ 74.037,08	\$ 144.587,62	\$ 211.474,08	\$ 62.643,19	\$ 162.676,12	\$ 266.378,31	
INGRESO PATRONO 4%		1920,70	2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04	
Intereses		-23.994,92	-22.489,35	-20.833,22	-19.011,48	-17.007,56	-14.803,26	-12.378,52	-9.711,31	-6.777,38	-3.550,06	
Utilidad antes de PT. e Impuestos		\$ 47.060,58	\$ 84.093,90	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 64.712,33	\$ 139.387,88	\$ 210.619,79	\$ 66.376,80	\$ 172.224,73	\$ 282.035,30	
15% PT		-7059,09	-12614,08	0,00	0,00	-9706,85	-20908,18	-31592,97	-9956,52	-25833,71	-42305,29	
Utilidad antes de Impuestos		\$ 40.001,49	\$ 71.479,81	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 55.005,48	\$ 118.479,70	\$ 179.026,82	\$ 56.420,28	\$ 146.391,02	\$ 239.730,00	
Impuesto		-8800,33	-15725,56	0,00	0,00	-12101,21	-26065,53	-39385,90	-12412,46	-32206,02	-52740,60	
Utilidad Neta		\$ 31.201,16	\$ 55.754,25	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 42.904,28	\$ 92.414,17	\$ 139.640,92	\$ 44.007,82	\$ 114.184,99	\$ 186.989,40	
Amortización de Gasto de Constitución				234,80	234,80	234,80	234,80	234,80	234,80			
Dep. Construcción				3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	
Dep. Computadora				3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	
Dep. Fotocopiadoras				240	240	240	240	240	240	240	240	
Dep. Cocina				198	198	198	198	198				
Dep. Vehículo				2.761,20	2.761,20	2.761,20	2.761,20	2.761,20	2.761,20			
Dep. Muebles de terapia				405	405	405	405	405				
Dep. Cama				2.673,00	2.673,00	2.673,00	2.673,00	2.673,00	2.673,00	2.673,00	2.673,00	
Dep. Camas Hospitalarias				538,7958	538,7958	538,7958	538,7958	538,7958	538,7958			
Dep. Lavadora				3150	3150	3150						
Dep. Secadora				1102,5	1102,5	1102,5						
Dep. Mesas y Sillas				488,25	488,25	488,25	488,25	488,25	488,25	488,25	488,25	
Dep. Muebles de Oficina				1371,3	1371,3	1371,3						
Valor residual 3 años						3.376,00			3.376,00			
valor residual 5 años								2.248,33				
Valor de mercado						7584,05		7584,05				
Valor de desecho de construcción											123750	
Valor de desecho de terreno											50000	
Inversión terrenos		\$(50.000,00)										
Inversión infraest.		\$(150.000,00)										
Inversión		\$(139.949,18)										
Reinversión						-18407			-18407			
prestamo		339.949,18										
amortización de deuda		-15.055,71	-16.561,28	-18.217,40	-20.039,14	-22.043,06	-24.247,37	-26.672,10	-29.339,31	-32.273,24	-35.500,57	
Capital de trabajo		\$(95.019,21)										
Flujo neto efectivo		\$ (95.019,21)	\$ 16.145,46	\$ 39.192,98	\$ (83.502,33)	\$ (12.446,83)	\$ 33.561,71	\$ 82.690,45	\$ 129.740,79	\$ 18.146,20	\$ 92.297,60	
VAN		\$ 232.716,87										
TIR (TASA DE INTERES ACTIVA BC		26%										

6.12.2 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Para medir la rentabilidad de los recursos propios, deberá agregarse el efecto de financiamiento para incorporar el impacto del apalancamiento de la deuda.

TABLA LX.TABLA DEL FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Tasa de Impuesto	22%
TMAR	9,45%

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	60	90	120	180	240	300	360	420	510	600
DEMANDA										
TOTAL DE INGRESO	\$ 67.214,09	\$ 100.821,13	\$ 134.428,18	\$ 201.642,26	\$ 268.856,35	\$ 336.070,44	\$ 403.284,53	\$ 470.498,62	\$ 571.319,75	\$ 672.140,88
INGRESO CLIENTE 6%		2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04
Costos Variables			-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-16497,00	-36660,00	-36660,00	-36660,00
Costos Fijos			\$ (170.065,69)	\$ (170.065,69)	\$ (170.065,69)	\$ (170.065,69)	\$ (170.065,69)	\$ (377.923,77)	\$ (377.923,77)	\$ (377.923,77)
Amortización de Gasto de Constitución	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)	\$ (234,80)		
Dep. Construcción			-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750	-3750
Dep. Computadora			-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6	-3234,6
Dep. Fotocopadoras			-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240	-240
Dep. Cocina			-198	-198	-198	-198	-198			
Dep. Vehiculo			-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2	-2761,2			
Dep. Muebles de terapia			-405	-405	-405	-405	-405			
Dep. Cama			-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673	-2673
Dep. Camas Hospitalarias			-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80	-538,80		
Dep. Lavadora			-3150	-3150	-3150	-3150				
Dep. Secadora			-1102,5	-1102,5	-1102,5					
Dep. Mesas y Sillas			-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25	-488,25
Dep. Muebles de Oficina			-1371,3	-1371,3	-1371,3					
Valor residual 3 años										
valor residual 5 años										
Valor de mercado						7584,05		2.248,33		7584,05
Utilidad Operativa	\$ 66.979,29	\$ 103.467,39	\$ (68.440,56)	\$ 694,24	\$ 74.037,08	\$ 144.587,62	\$ 211.474,08	\$ 62.643,19	\$ 162.676,12	\$ 266.378,31
INGRESO PATRONO 4%		2881,06	3841,41	5762,11	7682,82	9603,52	11524,23	13444,93	16325,99	19207,04
Intereses	-23.994,92	-22.489,35	-20.833,22	-19.011,48	-17.007,56	-14.803,26	-12.378,52	-9.711,31	-6.777,38	-3.550,06
Utilidad antes de PT. e Impuestos	\$ 42.984,37	\$ 83.859,10	\$ (85.432,37)	\$ (12.555,13)	\$ 64.712,33	\$ 139.387,88	\$ 210.619,79	\$ 66.376,80	\$ 172.224,73	\$ 282.035,30
15% PT	-6447,66	-12578,86	12814,85	1883,27	-9706,85	-20908,18	-31592,97	-9956,52	-25833,71	-42305,29
Utilidad antes de Impuestos	\$ 36.536,71	\$ 71.280,23	\$ (72.617,51)	\$ (10.671,86)	\$ 55.005,48	\$ 118.479,70	\$ 179.026,82	\$ 56.420,28	\$ 146.391,02	\$ 239.730,00
Impuesto	-5480,51	-10692,03	0,00	0,00	-8250,82	-17771,96	-26854,02	-8463,04	-21958,65	-35959,50
Utilidad Neta	\$ 31.056,21	\$ 60.588,20	\$ (72.617,51)	\$ (10.671,86)	\$ 46.754,66	\$ 100.707,75	\$ 152.172,80	\$ 47.957,24	\$ 124.432,36	\$ 203.770,50
Amortización de Gasto de Constitución			\$ 234,80	\$ 234,80	\$ 234,80	\$ 234,80	\$ 234,80	\$ 234,80		
Dep. Construcción			\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00
Dep. Computadora			3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6	3234,6
Dep. Fotocopadoras			240	240	240	240	240	240	240	240
Dep. Cocina			198	198	198	198	198			
Dep. Vehiculo			\$ 2.761,20	\$ 2.761,20	\$ 2.761,20	\$ 2.761,20	\$ 2.761,20			
Dep. Muebles de terapia			405	405	405	405				
Dep. Cama			\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00	\$ 2.673,00
Dep. Camas Hospitalarias			538,7958	538,7958	538,7958	538,7958	538,7958	538,7958		
Dep. Lavadora			3150	3150	3150					
Dep. Secadora			1102,5	1102,5	1102,5					
Dep. Mesas y Sillas			\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25	\$ 488,25
Dep. Muebles de Oficina			1371,3	1371,3	1371,3					
Valor residual 3 años									3.376,00	
valor residual 5 años										
Valor de mercado						7584,05				
valor de desecho de construccion										123750
Valor de desecho de terreno										50000
inversion terrenos	\$ (50.000,00)									
inversion infraest.	\$ (150.000,00)									
Inversión	\$ (139.949,18)									
Reinversión										
capital de trabajo	(95.019,21)					-18407			-18407	
prestamo	239.949,18									
amortización de la deuda	-15055,71	-16561,28	-18217,40	-20039,14	-22043,06	-24247,37	-26672,10	-29339,31	-32273,24	-35500,56732
Flujo neto efectivo	-195019,2	16000,5	44026,9	-70687,5	-10563,6	37412,1	90984,0	142272,7	22095,6	102545,0
VAN	\$ 146.417,72									
TIR (TASA DE INTERES ACTIVA BC	17%									

6.13 TASA DE DESCUENTO

Esta tasa de descuento sirve para actualizar los flujos de caja de los próximos 10 años, representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto, según su riesgo. Por tanto se requiere del costo de la deuda (R_d), el costo de capital propio (R_e), la tasa libre de riesgo (R_f) y la rentabilidad del mercado (R_m).

6.13.1 COSTO DE LA DEUDA K_D

La medición del costo de la deuda, ya sea que la empresa utilice bonos o préstamo, se basa en el hecho de que estos deben reembolsarse en una fecha futura específica, en un monto por lo general mayor que el obtenido originalmente. La diferencia constituye el costo que debe pagarse por la deuda.

El costo de la deuda viene definido por la tasa de interés efectiva anual del Banco Nacional de Fomento incurrido para la puesta en marcha del Centro Primavera que es del 10%.

6.13.2 Costo del capital propio o patrimonial $K_e = T_{mar} = CAPM$

En la evaluación de un proyecto se considera como capital patrimonial a toda aquella parte de la inversión que debe financiarse con recursos propios.

Existen diversas maneras y modelos para estimar el costo patrimonial en este caso en el *Capital Asset Pricing Model* o CAPM, por ser uno de los más utilizados en la determinación del costo de capital.

Este modelo nace a partir de la teoría del portfolio (conjunto de inversiones) que intenta explicar el riesgo de una determinada inversión mediante la existencia de una relación positiva entre riesgo y retorno. El enfoque del CAPM relaciona el riesgo del proyecto con el riesgo del mercado.

De este modo, para determinar por este método el costo de capital propio o patrimonial, debe utilizarse la siguiente ecuación, (Brealey & Myers, 2006):

CAPM

$$\text{CAPM}=\text{TMAR}=\text{Ke}=(\text{Rf}+(\text{E}(\text{Rm})-\text{Rf})\text{Bi})+\text{Riesgo País}(6.1)$$

Donde:

Rf: es la tasa libre de riesgo obtenida del Damodaram una tasa del 2,83%.

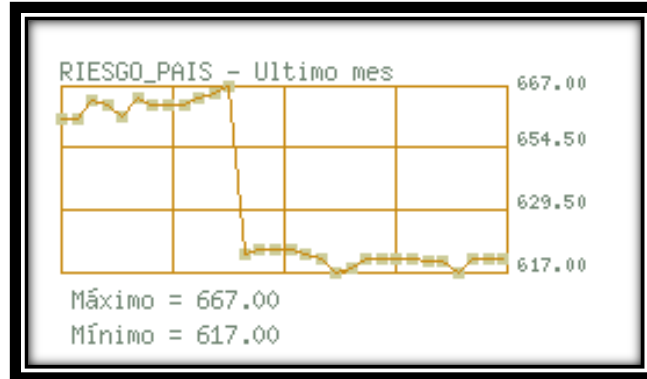
E (Rm): es el retorno de mercado en USA de empresas de publicidad y marketing obtenida de YahooFinance.

Bi: es la beta, la relación que existe entre el riesgo del proyecto respecto del riesgo del mercado.

Para determinar la beta se realizó un promedio de las betas del mercado de empresas de industrias de Medical Service USA. El beta similar es de 0,59

Riesgo País: es el riesgo de una inversión económica debido sólo a factores específicos y comunes a un cierto país. Puede entenderse como un riesgo promedio de las inversiones realizadas en cierto país.

GRÁFICO 6.1. RIESGO PAÍS-ECUADOR



Fuente: Banco Central del Ecuador

Con el conglomerado de las variables explicadas anteriormente se procedió a calcular con la fórmula del CAPM. Se apalanco el beta de la industria para poder encontrar el beta de la empresa. Con la fórmula de CAPM obtuvimos la tasa de rentabilidad de lo inversores

TABLA LXI. TABLA DE CAPM

CAPM		
SIMBOLOGIA	CONCEPTO	PORCENTAJE
Rf	Tasa Libre de Riesgo (USA)	2,83%
β	Beta de la Industria	0,59
Rm - Rf	Prima Por Riesgo	2,8%
Rf	Riesgo País	6,38%
Re	Rentabilidad de los inversores	9,45%

Fuente: Elaborado por autoras

6.13.3 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CPPC=KO=WACC

El WACC (denominado en inglés Weighted Average Cost of Capital) se denomina en ocasiones en español Promedio Ponderado del Costo de Capital o Coste Medio Ponderado de Capital (CMPC), aunque el uso más extendido es con las siglas originales en inglés WACC.

Se trata de la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos operativos para valuar una empresa utilizando el descuento de flujos de fondos.

El “CPPC” muestra el valor que crean las corporaciones para los accionistas (rentabilidad del capital invertido). Este valor o rentabilidad está por encima del costo de ese capital, costo que representa el CPPC, y sirve para agregar valor cuando se emprenden ciertas inversiones, estrategias, etc.

El resultado que obtendremos será un porcentaje, y aceptaremos cualquier inversión que esté por encima de este. La necesidad de utilización de este método se justifica en que los flujos de fondos operativos obtenidos, se financian tanto con capital propio como con capital de terceros. El WACC lo que hace es ponderar los costos de cada una de las fuentes de capital, (Brealey & Myers, 2006)

CPPC

$$WACC(cpp) = K_e \frac{P}{A} + K_d(1 - T) \frac{D}{A} \quad (6.2)$$

Donde:

Ke: es la tasa de costo de oportunidad de los accionistas. Generalmente se utiliza para obtenerla el método CAPM explicada en el inciso anterior.

Kd: es el costo de la deuda financiera detallada anteriormente como el 10% efectivo anual del Banco Nacional del Fomento.

T: es la tasa de impuesto a la renta en el país del 22% para el año 2013.

%Patrimonio: es la razón que existe entre el patrimonio en relación al activo de la empresa.

% Deuda: es la razón que existe entre la deuda adquirida en relación al activo del negocio.

TABLA LXII. TABLA DELWACC

WACC		
SIMBOLOGIA	CONCEPTO	PORCENTAJE
rd	Rendimiento sobre la deuda	10%
L	Nivel de endeudamiento	71%
1-L	Porcentaje de capital propio	29%
T	Tasa de Impuesto	22%
re	Rentabilidad de los accionistas	9,45%
rk	Rendimiento del capital (TMAR)	8,29%

Fuente: Elaborado por autoras

6.14 CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS

6.14.1 VAN, VALOR ACTUAL NETO

Este criterio de evaluación y decisión de proyectos plantea que debe aceptarse si su VAN es igual o superior a 0, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

Para el flujo de caja del proyecto el VAN es de \$ 232.716,87, siendo mayor a 0 por lo que se diría que se acepta el proyecto. Para que este proyecto sea factible se debe recurrir a un crédito del 71% del valor total del proyecto. En el flujo de caja del inversionista se obtiene un VAN de \$146.417,72, con una TIR del 17% aceptamos el proyecto.

6.14.2 TIR, TASA INTERNA DE RETORNO

Esta tasa evalúa una única tasa de rendimiento por periodo, es decir, representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

La tasa calculada se compara con la tasa de descuento de la empresa. Si la TIR es igual o mayor a esta, el proyecto debe aceptarse, y si es menor, debe rechazarse. La consideración de aceptación de un proyecto cuya TIR es igual a la tasa de descuento se basa en los mismos aspectos que la tasa de aceptación de un proyecto cuyo VAN es cero.

- Para el flujo de caja del proyecto la TIR es del 26% siendo mayor al 8,29% del K_o calculado; por lo tanto se acepta el proyecto.
- Pero en el caso del flujo de caja del inversionista la TIR es del 17% siendo mayor al 9,45% del R_e calculado; por lo tanto se acepta el proyecto.

Los criterios de suposición indican que mientras la TIR supone que los fondos generados por el proyecto serian reinvertidos a la tasa de rentabilidad del

proyecto, el criterio del VAN supone una reinversión a la tasa de descuento de la empresa.

Para este caso la decisión es solo de aceptación o rechazo y no hay necesidad de consideraciones comparativas entre proyectos.

6.14.3 OTROS CRITERIOS DE DECISIÓN

6.14.3.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es un criterio estático de valoración de inversiones que permite seleccionar un determinado proyecto en base a cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión inicial mediante los flujos de caja. Resulta muy útil cuando se quiere realizar una inversión de elevada incertidumbre y de esta forma tenemos una idea del tiempo que tendrá que pasar para recuperar el dinero que se ha invertido.

El periodo de recuperación del proyecto con préstamo es 7 años y 29 días

6.14.3.2 TASA DE RETORNO CONTABLE, TRC

Consiste en comparar el beneficio contable con el valor de la inversión, escogiendo aquel proyecto cuya TRC sea mayor. La TRC se obtiene como el promedio de la utilidad después de impuestos dividida entre el importe de la inversión inicial como se indica en la siguiente expresión.

6.14.3.3 RAZÓN COSTO BENEFICIO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

6.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Sean IT los ingresos totales, CT los costos totales, P el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos, y CV los costos variables. Entonces:

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

TABLA LXIII. TABLA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

PE en \$= \$ 410.074,74

UNIDADES PRODUCIDAS (Q)	PRECIO DE VENTA (P)	% del producto en vetas	PE \$ por cada servicio	PE en unidades anual
A	42336	0,025	10454,80	9,88
B	130680	0,238	97620,36	90,39
C	25531,2	0,009	3782,93	3,56
D	17901	0,005	1878,76	1,78
E	240000	0,723	296337,88	246,95
SUMA		1	410074,74	352,56

Fuente: Elaborado por autoras

6.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

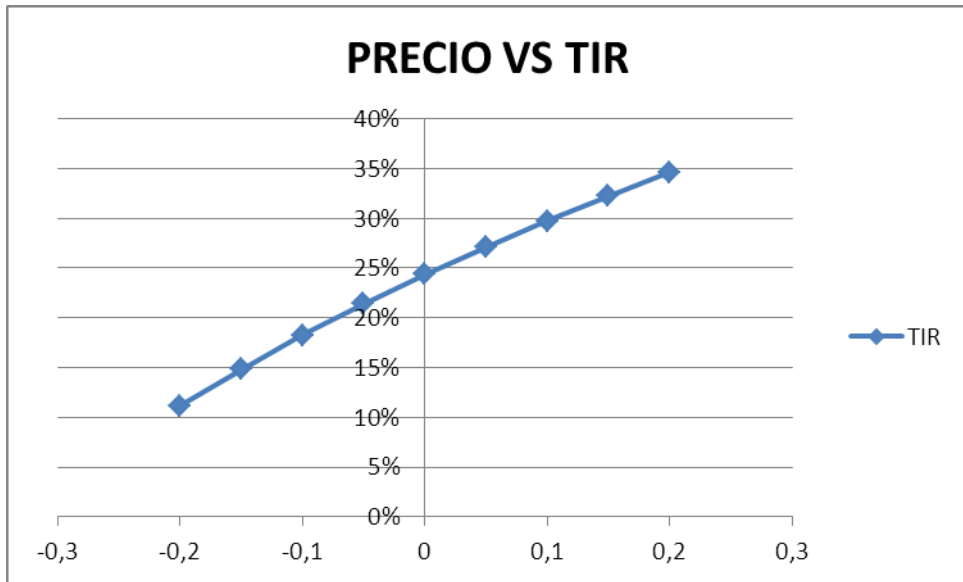
El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc...), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc....).

Para el análisis de sensibilidad se utilizará el flujo del inversionista considerando variaciones del precio y de los costos de producción para observar el comportamiento del VAN y TIR mediante la herramienta de Excel análisis de escenarios.

Primero evaluaremos precio vs TIR se usará variaciones de precios de -20%, -15%, -10%, -5%, 0%, 5%, 10%, 15%, 20% para determinar las variaciones porcentuales del TIR.

GRÁFICO 6.2. PRECIO VS TIR

CAMBIO EN PRECIO	-0,2	-0,15	-0,1	-0,05	0	0,05	0,1	0,15	0,2
TIR	11%	15%	18%	21%	24%	27%	30%	32%	35%

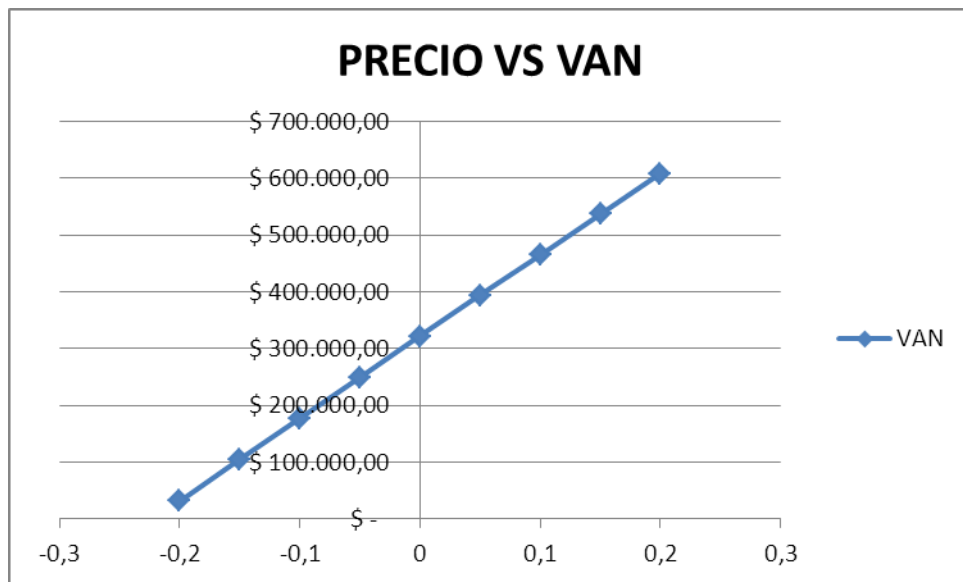


Fuente: Elaborado por autoras

Segundo evaluaremos precio vs VAN se usará variaciones de precios de -20%, -15%, -10%, -5%, 0%, 5%, 10%, 15%, 20% para determinar las variaciones porcentuales del VAN.

GRÁFICO 6.3. PRECIO VS VAN

CAMBIO EN PRECIO	-0,2	-0,15	-0,1	-0,05	0	0,05	0,1	0,15	0,2
VAN	\$ 31.959,99	\$ 104.575,41	\$ 177.190,84	\$ 249.806,26	\$ 322.105,21	\$ 393.753,40	\$ 465.401,58	\$ 537.049,77	\$ 608.697,96



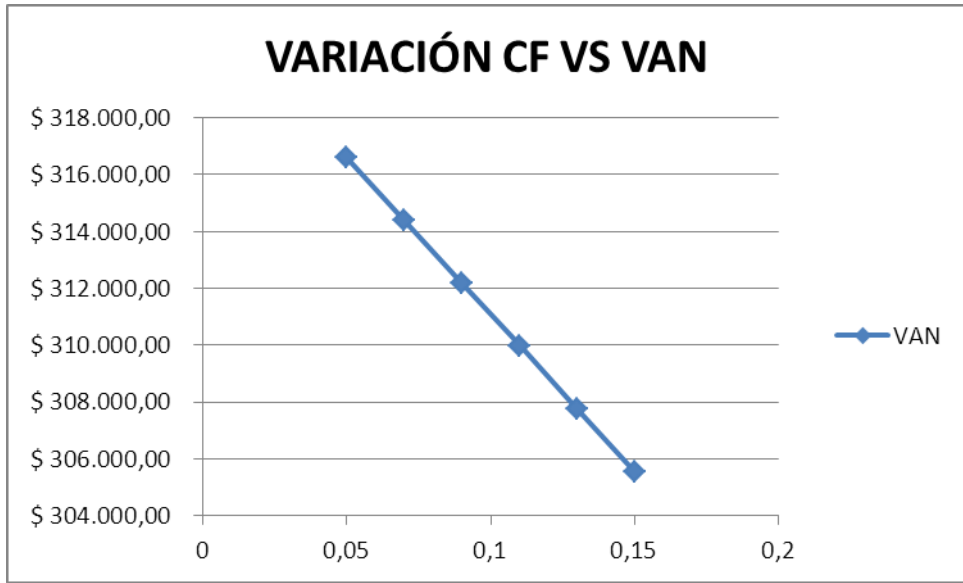
Fuente: Elaborado por autoras

Las variaciones estimadas para el costo variables corresponden a cambios mínimos del costo por afectar en gran medida a los resultados del negocio y como se observa en el gráfico esto afecta en una cuantía mayor cada vez que sube o baja este costo.

Ahora se realizará un análisis de variabilidad cuando los costos fijos aumentan y disminuyen para determinar el comportamiento del VAN y TIR.

GRÁFICO 6.4. VARIACIÓN CF VS VAN

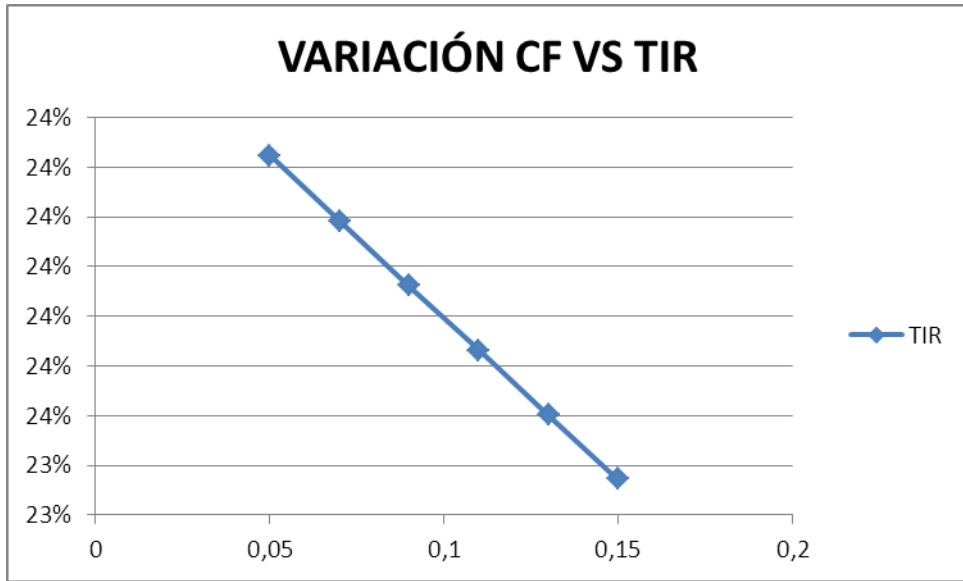
CAMBIO EN CF	0,05	0,07	0,09	0,11	0,13	0,15
VAN	\$ 316.593,17	\$ 314.388,36	\$ 312.183,54	\$ 309.978,73	\$ 307.773,91	\$ 305.569,10



Fuente: Elaborado por autoras

GRÁFICO 6.5. VARIACIÓN CF VS TIR

CAMBIO EN CF	0,05	0,07	0,09	0,11	0,13	0,15
TIR	24%	24%	24%	24%	24%	23%



Fuente: Elaborado por autoras

6.17 GESTIÓN DE RIESGOS CORPORATIVOS

La administración de riesgos financieros es una rama especializada de las finanzas corporativas, que se dedica al manejo o cobertura de los riesgos financieros

“La incertidumbre existe siempre que no se sabe con seguridad lo que ocurrirá en el futuro. El riesgo es la incertidumbre que “importa” porque incide en el bienestar de la gente..... Toda situación riesgosa es incierta, pero puede haber incertidumbre sin riesgo”. (Bodie, 1998).

6.17.1 OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS

TABLA LXIV. OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS

OBJETIVOS	FUNCIONES
Identificar los diferentes tipos de riesgo que pueden afectar la operación y/o resultados esperados de una entidad o inversión.	Determinar el nivel de tolerancia o aversión al riesgo.
Medir y controlar el riesgo "no-sistemático", mediante la instrumentación de técnicas y herramientas, políticas e implementación de procesos.	Determinación del capital para cubrir un riesgo.
	Monitoreo y control de riesgos.
	Garantizar rendimientos sobre capital a los accionistas.

Fuente: Frago (2002).

6.17.2 TIPOS DE RIESGOS

TABLA LXV. TIPOS DE RIESGOS

POR DE RIESGO	DEFINICIÓN
RIESGO DE MERCADO	Se deriva de cambios en los precios de los activos y pasivos financieros (o volatilidades) y se mide a través de los cambios en el valor de las posiciones abiertas.
RIESGO CRÉDITO	Se presenta cuando las contrapartes están poco dispuestas o imposibilitadas para cumplir sus obligaciones contractuales
RIESGO DE LIQUIDEZ	Se refiere a la incapacidad de conseguir obligaciones de flujos de efectivo necesarios, lo cual puede

	forzar a una liquidación anticipada, transformando en consecuencia las pérdidas en “papel” en pérdidas realizadas
RIESGO OPERACIONAL	Se refiere a las pérdidas potenciales resultantes de sistemas inadecuados, fallas administrativas, controles defectuosos, fraude, o error humano
RIESGO LEGAL	Se presenta cuando una contraparte no tiene la autoridad legal o regulatoria para realizar una transacción
RIESGO TRANSACCIÓN	Asociado con la transacción individual denominada en moneda extranjera: importaciones, exportaciones, capital extranjero y prestamos

Fuente: Lewent (1990), Fragoso (2002), Jorion (1999), Baca (1997) y, Díaz (1996).

A continuación se demostrará los pasos a seguir para la administración de los riesgos y que acción tomar.

6.18 PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

6.18.1 IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO

Determinar cuáles son las exposiciones más importantes al riesgo en la unidad de análisis (familia, empresa o entidad). (Bodie, 1998).

STAKEHOLDERS

Son aquellos que se ven afectados por el proyecto de manera directa o indirecta, esto puede tornarse un problema para el proyecto si esa afectación es negativa para los interesados.

En nuestro proyecto algunos de los interesados son:

- Personas que se acojan al proyecto
 - Personas adultas mayores
 - Familias
 - Inversionistas
 - Proveedores
 - Empleados
-
- **Personas que se acojan al proyecto:** son aquellas personas que les interese el Centro primavera, como una de las opciones a escoger para poder tener una vida digna en su vejez, son los preocupados por lo que les pueda suceder en el futuro.
 - **Personas adultas mayores:** son aquellos que gozarán de los servicios que brinda el Centro primavera.
 - **Familias:** los que depositan su confianza en el nosotros y se sentirán satisfechos que sus familiares estén en el Centro, o las parejas mayores que deseen ingresar al Centro conservando su unidad matrimonial.
 - **Inversionistas:** 5 socios que creen en la realización integral del proyecto que depositaron 20,000 dólares americanos en el Centro primavera.

- **Proveedores:** quien nos brinden de sus productos con calidad, para poder dar el buen servicio a los adultos mayores.
- **Empleados:** personas comprometidas a realizar un trabajo esforzado para los adultos mayores, haciendo cumplir los valores del Centro.

RIESGOS POSIBLES A ENFRENTAR

TABLA LXVI. POSIBLES RIESGOS A ENFRENTAR

#	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TIPO DE RIESGO	
1	Riesgo de que se retiren los clientes antes de cumplir con los pagos en los años establecidos.	Riesgo Crédito	
2	Riesgo de que aumente de manera significativa los insumos en los cuales debemos incurrir.	Riesgo Mercado	
3	Riesgo de perder potenciales clientes por el temor a ser estafados, como casos ya sucedidos	Riesgo Crédito	
4	Riesgo de no alcanzar las ventas esperadas.	Riesgo Operacional	
5	Riesgo acerca de cambios legales bruscos y desfavorables.	Riesgo Legal	

Fuente: Elaborado por autoras

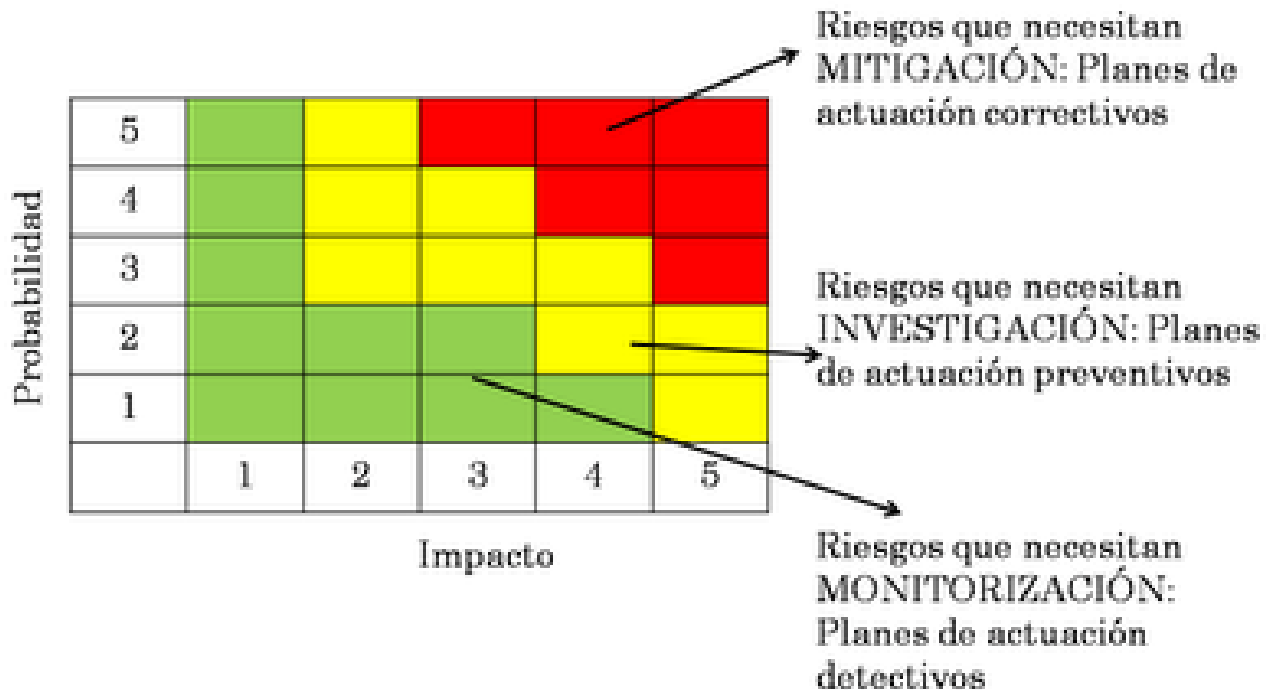
6.18.3 EVALUACIÓN DEL RIESGO

Es la cuantificación de los costos asociados a riesgos que ya han sido identificados. (Bodie, 1998).

MATRIZ DE RIESGO

Los riesgos se clasifican según su probabilidad sea muy baja (1), baja (2), media (3), alta (4) o muy alta (5); analizando si es posible evitarlos o no. En cuanto al impacto, se ha medido en cuanto puede lastimar a la compañía si no se tiene un buen plan de acción, los colores son aquellos que ubica el nivel de riesgo a tomar siendo el color rojo más alto, amarillo medio y verde bajo.

GRÁFICO 6.6. MATRIZ DE RIESGO



Fuente: (Ross, Westerfield, & Jaffe, 1995); editado por autoras

6.18.4 SELECCIÓN DE MÉTODOS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

Depende de la postura que se quiera tomar: evitación del riesgo (no exponerse a un riesgo determinado); prevención y control de pérdidas (medidas tendientes a disminuir la probabilidad o gravedad de pérdida); retención del riesgo (absorber el riesgo y cubrir las pérdidas con los propios recursos) y finalmente, la transferencia del riesgo (que consiste en trasladar el riesgo a otros, ya sea vendiendo el activo riesgoso o comprando una póliza de seguros). (Bodie, 1998).

6.18.5 PLAN DE ACCIÓN

Es importante recalcar la importancia del método de transferencia del riesgo, ya que hoy en día es el método más utilizado en la administración de riesgos, a su vez, es el método al que se recurre a través de instrumentos derivados.

El método de transferencia del riesgo, cuenta con tres dimensiones, la de protección o cobertura, la de aseguramiento y la de diversificación (ver cuadro No.7).

TABLA LXVII. TRANSFERENCIA DEL RIESGO

Cuadro No. 7: Dimensiones de la transferencia del riesgo DIMENSIÓN	DEFINICIÓN
PROTECCIÓN O COBERTURA	Cuando la acción tendiente a reducir la exposición a una pérdida lo obliga también a renunciar a la posibilidad de una ganancia.
ASEGURAMIENTO	Significa pagar una prima (el precio del seguro) para evitar pérdidas.
DIVERSIFICACIÓN	Significa mantener cantidades similares de muchos activos riesgosos en vez de concentrar toda la inversión en uno solo.

Fuente: Bodie (1998).

El riesgo más significativo que nos puede afectar es:

Riesgo de perder potenciales clientes por el temor a ser estafados, como casos ya sucedidos.

Para esto se tomará una posición de protección o cobertura, dado que se tendrá que renunciar a la posibilidad de una ganancia para disminuir la acción tendiente a reducir la exposición a una pérdida lo obliga también a renunciar a la posibilidad de una ganancia.

Por el hecho de utilizar el respaldo de un banco como agente fiduciario, para que con esto las personas se sientan tranquilas de entregar su dinero y se sientan seguras con respecto al futuro. Y así también evitaremos que un porcentaje alto de los clientes se retiren antes de concluir el contrato, por la incertidumbre de no conocer si recibirán o no el servicio ofrecido.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

La idea de pensar en la creación de un Centro de Salud y Vida para el adulto mayor, nace de la necesidad de que las personas mayores necesitan un espacio en donde puedan seguir sintiéndose activos, y compartir experiencias con personas de su edad y no pensar que sus hijos los mantengan.

Revisando las necesidades del adulto mayor se empezó hacer las investigaciones pertinentes, la investigación de mercado nos permitió ver las preferencias de los futuros consumidores, reconocer nuestra demanda inmediata dispuesta a ingresar al Centro de Adulto Mayor Primavera. Mediante el estudio se pudo determinar el mecanismo de financiamiento, el valor de pagos mensuales del servicio, el cual será de 85 dólares americanos, y según los planes correspondientes obtendrá sus descuentos respectivos.

En el estudio técnico, hemos usado las medidas de seguridad para que el adulto mayor se sienta seguro dentro del Centro Primavera en un espacio amplio, con una localización afueras de Guayaquil donde se respire aire puro y tengan tranquilidad.

Financieramente el proyecto es rentable, el VAN del flujo de caja del inversionista y la TIR es 128.876,57 del 17% respectivamente siendo rentable al ser mayor a la tasa K_e del 9,45% que es la mínima rentabilidad exigida por el inversionista. El periodo de recuperación del proyecto es 8 años y 201 días.

7.2 Recomendaciones

Teniendo en cuenta que nuestro mercado potencial son las personas adultas, para que aseguren su vida digna en la vejez, realizaremos charlas empresariales, donde se tratará de motivar a que ahorren para su futuro e ingresen a nuestro centro y así captar una mayor participación de mercado.

Asegurar un compromiso de trabajo con el personal, para que siempre tenga presente los valores del Centro y así se brinde día a día, estabilidad emocional del adulto mayor.

Tener un buen manejo del dinero de los clientes, y prever su estancia en el futuro, para que los adultos al ingresar al Centro puedan gozar de cada uno de los servicios que Primavera ofrece, y que se sienta satisfecho recibiendo servicio de calidad.

Motivar a los inversionistas, a que crean en el proyecto y se interesen a ser partícipes de ello, al invertir su dinero a largo a plazo y recibir sus rentabilidades futuras, sabiendo que generan con su inversión una vida estable y decorosa a los adultos mayor

REFERENCIAS

- Amaya, J. (2003). Gerencia Planeación y Estrategia. México.
- Beck, A. T., Rush, A. J., & Emery, B. F. (1983). Terapia Cognitiva de la depresión, segunda edición. Bilbao.
- Brealey, R., & Myers, S. (2006). Principios de Finanzas Corporativas. McGraw Hill.
- Cohen, W. A. (1988). El Plan Marketing: Procedimientos, formularios, estrategias y técnicas. Editorial McGraw Hill. México.
- Fred, R. D. (s.f.). Conceptos de Administración Estratégica. En F. R. David, Conceptos de Administración Estratégica.
- Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2004). Investigación de Mercados. Editorial McGraw Hill. México.
- J. Walker, E. M., & Stanton, W. J. (1996). Fundamentos de Marketing (Décima Edición). España.
- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (2003). Investigación de Mercados. Editorial Nomos S.A. Bogota.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (1995). Finanzas Corporativas. Editorial Irwin. Barcelona.
- Solomon, M. R. (1997). Comportamiento del Consumidor. Tercera Edición. Editorial Prentice Hall. México.
- Stern, C. W., & Stalk, G. (2003). Perspectiva y Estrategias de BCG.
- Walpole, R., Myres, R., & Myres, S. (2007). Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias. Editorial Pearson Educación. México.
- Anuncios. (2006-2013). *Camas eléctricas hospitalarias*. Recuperado el 15 de 08 de 2013, de <http://guayaquil.olx.com.ec/camas-electricas-hospitalarias-iid-513665661>
- Ariza, L. M. (26 de 11 de 2008). *Identificado un mecanismo universal del envejecimiento*. Recuperado el 25 de 05 de 2013, de ecodiario.economista.es/ciencia/noticias/887365/11/08/Identificado-un-mecanismo-universal-del-envejecimiento.html

- Bolsa. (2013). *Instalaciones Comerciales*. Recuperado el 16 de 08 de 2013, de <http://www.labolsanet.com.ar/>
- Busto, P. D. (s.f.). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA*. Recuperado el 22 de Junio de 2013, de <http://www.intranus.net/archivos/Muestreo.pdf>
- Castilla. (2013). *We Oficial de Turismo*. Recuperado el 17 de 08 de 2013, de <http://www.turismocastillalamancha.com/>
- Emprendo, Y. (2012). *Yo Emprendo*. Recuperado el 13 de 07 de 2013, de <http://yoemprendo.es/2010/08/28/analisis-del-entorno-especifico-poder-de-negociacion-de-los-clientes-y-proveedores/>
- LOJA, U. T. (18 de Abril de 2008). *Blog de la Universidad UTPL*. Recuperado el 21 de Junio de 2013, de <http://blogs.utpl.edu.ec/pacosanchez/2008/04/18/companias-de-responsabilidad-limitada-companias-anonimas-y-de-economia-mixta-resumen-ejecutivo/>
- Marketing para saber. (15 de 07 de 2012). *ciclo de vida del producto*. Recuperado el 18 de 08 de 2013, de <http://mktparasaber.blogspot.com/2012/07/ciclo-de-vida-del-producto-cvp.html>
- MIES. (2012-2013). *Agenda de Igualdad para Adultos Mayores*. Recuperado el 20 de 05 de 2013, de http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Agendas_ADULTOS.pdf
- Ocupacional, T. (24 de 10 de 2012). *Terapia Ocupacional Org*. Recuperado el 19 de 07 de 2013, de <http://www.terapiaocupacional.org/residencias-para-mayores/#comments>
- Puente, W. (2000). *Portal de Relaciones Públicas*. Recuperado el 20 de 07 de 2013, de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- Terapia-Física™.com. (2007). *Terapia Fisica*. Recuperado el 19 de 07 de 2013, de <http://www.terapia-fisica.com/>
- ZION. (2013). *ZION ADMINISTRADORA DE FONDOS Y DE FIDEICOMISOS*. Recuperado el 28 de 07 de 2013, de http://www.zion.com.ec/?qa_faqs=10-%C2%BFcual-es-la-diferencia-entre-una-poliza-y-un-fondo-de-inversion

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Estimado encuestado, la presente es para obtener una información relativa a nuestro proyecto. El cual nos interesa saber datos importantes para la creación de un centro para el adulto mayor.

Esta información será manejada con mucha cautela, de antemano agradecemos su colaboración.

PREGUNTAS DE ENCUESTA

Indicaciones, marque con una X su respuesta.

1. Su rango de edad se encuentra

35 - 45 _____

46 - 56 _____

57 - 67 _____

68 - 78 _____

2. Sexo

Masculino _____ Femenino _____

3. ¿Le gustaría ser parte de un club asistencial para el adulto mayor, para mantener un buen estilo de vida?

Sí _____ No _____

En caso de que su respuesta haya sido negativa se termina la encuesta.

4. ¿Dónde le agradecería que se encuentre el centro asistencial?

- Afuera de la ciudad _____
- Centro de la ciudad _____
- Parte urbanizada de la ciudad _____

5. ¿Qué tipo de actividades desearía recibir dentro del centro para el adulto mayor, establezca su grado de importancia siendo 1 el más bajo y 5 el más alto?

- Talleres ocupacionales _____
- Música terapia _____
- Bailo terapia _____
- Aroma terapia _____
- Gimnasia acuática _____
- Tai Chi _____
- Peluquería _____

6. ¿Qué servicios médicos esperarías que cuente el centro para el adulto mayor?

- Médicos Geriatras _____
- Médico Cardiólogo _____
- Terapeuta físico _____
- Nutricionista _____
- Psicólogo _____
- Enfermeros _____
- Todos _____

7. ¿Cómo le gustaría realizar los pagos acumulativos hasta el día de su ingreso?

- Efectivo _____
- Convenio IESS _____
- Convenio Fondo Jubilación ESPOL _____
- Especifique de algún otro _____

8. ¿Cómo le gustaría permanecer en el Centro del Adulto Mayor?

Residente _____

Durante el día _____

9. ¿A qué tipo de plan habitacional le gustaría acceder?

Plan Premium _____

Plan Familiar _____

Plan Amigos I _____

Plan Amigos II _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar su estadía en el centro para el adulto mayor?

Que el valor sea \geq a (\$80 mensuales)

\$

Pagos mensuales _____

Pagos semestrales _____

Pagos anuales _____

11. ¿A través de que medio le gustaría conocer de nuestro servicio?

Vía Mail _____

Página Web _____

Fan Page _____

Twitter _____

Radio _____

Revistas _____

Televisión _____

ANEXO 2. FORMATO DE ENTREVISTA

Entrevista

Entrevistado Ph. D. Leonardo Estrada

Entrevistador Angie Maruri -Marina Navarrete -Irina Villegas

Buenas tardes, contamos con la presencia del doctor Leonardo estrada, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH), y encargado del Fondo de Jubilación de ESPOL.

A continuación realizaremos preguntas acerca de cómo realizar un convenio con fondo al cual Ud. dirige.

1. ¿Qué tiempo tiene a cargo el Fondo de Jubilación de profesores de ESPOL?
2. ¿Qué porcentaje de dinero, los profesores aportan al fondo de jubilación?
3. ¿Cuáles son los beneficios que el fondo de jubilación ofrece a los maestros?
4. ¿Cuántos profesores forman parte de este fondo?
5. ¿Cuál es el procedimiento para invertir los recursos de efectivo y como evalúan el riesgo?
6. ¿Qué roles de tipo financiero, administrativo y operativo encontró en el manejo del fondo?
7. ¿Qué soluciones planteó para que el fondo sea sustentable en el tiempo?
8. ¿Cuáles serían los factores de éxito claves para cumplir con la misión del fondo?
9. ¿Qué recomendaciones en base a esta experiencia nos puede indicar para el correcto manejo de financiamiento, administrativo y financiero para el fondo de jubilación?
10. Existe algún tipo de convenios con otra entidad o seguros.
11. Cree la posibilidad de crear un convenio, con un centro asistencial de salud y Vida para el adulto mayor.

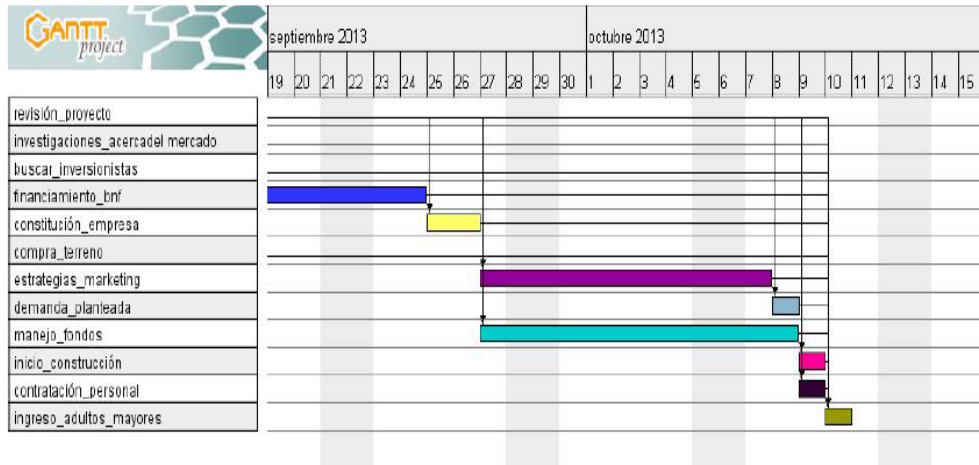
**ANEXO 3. VIDEO DE ENTREVISTA AL DECANO LEONARDO
ESTRADA**

**ANEXO 4. TRIPTICO DE SERVICIOS DEL CENTRO PARA EL ADULTO
MAYOR**

ANEXO 5. PLANOS DEL TERRENO 1RA PLANTA Y 2DA PLANTA

ANEXO 6. DIAGRAMA DE GANTT

Diagrama de Gantt



Lista de tareas

Nombre	Inicio	Fin	Hito	%	Recursos
revisión_proyecto	2/09/13	3/09/13	false	0	
investigaciones_acercadel mercado	3/09/13	4/09/13	false	0	
buscar_inversionistas	4/09/13	13/09/13	false	0	
financiamiento_bnf	4/09/13	25/09/13	false	0	
constitución_empresa	25/09/13	27/09/13	false	0	
compra_terreno	13/09/13	14/09/13	false	0	
estrategias_marketing	27/09/13	8/10/13	false	0	
demanda_planteada	8/10/13	9/10/13	false	0	
manejo_fondos	27/09/13	9/10/13	false	0	
inicio_construcción	9/10/13	10/10/13	false	0	
contratación_personal	9/10/13	10/10/13	false	0	
ingreso_adultos_mayores	10/10/13	11/10/13	false	0	

ANEXO 7. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

La creación de compañías con domicilio en la provincia del Guayas a un costo de \$1.174, el tiempo estimado utilizado para la constitución de la compañía anónima es de 15 días dentro de la ciudad de Guayaquil.

Este valor de gasto de constitución incluye:

- RUC (Registro Único de Contribuyentes)
- 1 minuta de constitución de su compañía registrada en el registro mercantil de la localidad en donde va a ejercer la actividad.
- 1 nombramiento de Gerente General.
- Los documentos habilitantes entregados por la Superintendencia de Compañías.
- Provisional de acciones de la compañía.
- Lista de acciones.

ANEXO 8. MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. – Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «CENTRO PRIMAVERA CÍA. LTDA.» la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE CENTRO PRIMAVERA CÍA. LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,
FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la provincia del Guayas, con domicilio en el kilómetro 24 vía a Daule. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada «CENTRO PRIMAVERA CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- El objeto de la compañía consiste en brindar servicio al adulto mayor, creando un centro recreativo donde, los mismos puedan ir desarrollando sus habilidades motrices y cognitivas, así el cuerpo no sufra un deterioro. En el cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de veinte años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de 100 mil dólares americanos, dividido en 5 participaciones de 20 mil dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

Título III Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de sus aportadores, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- De las clases de juntas, de las facultades de la junta, de la Junta General Universal, del quórum de instalación, del quórum especial de instalación, del quórum de decisión, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9°.- El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV De la fiscalización

Artículo 10°.- Comisarios.- La junta general designará a un comisario, cada dos años, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

Título V De la disolución y liquidación

Artículo 11°.- Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.


CUARTA.- CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la Ley de Mediación.

Usted, señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

ANEXO 10. FORMULARIO DEL SRI SOLICITUD DE RUC (REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES).

 <small>RESOLUCION 0079</small>	REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - A	INSCRIPCION Y ACTUALIZACION REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO	<small>ORIGINAL SRI</small> www.sri.gov.ec
			01 RUC

DATOS GENERALES: IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD

02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL			
03 NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD		04 NOMBRE COMERCIAL	
05 PROVINCIA		06 CANTON	07 PARROQUIA
08 CIUDAD/ELA	09 BARRIO	10 CALLE	11 NUMERO
12 INTERSECCION / MANZANA		13 CONJUNTO	14 BLOQUE
15 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		16 No. DE OFICINA	17 CARRITERO
18 CAMINO		20 REFERENCIA	
21 TELEFONO 1	22 TELEFONO 2	23 TELEFONO 3	24 FAX
25 CELULAR	26 APARTADO POSTAL	27 E-MAIL	

ORIGEN DE LA SOCIEDAD

ORIGEN (Escriba una opción)		RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCINDIDAS		RUC	
28 CONSTITUCION	31	32	32	34	36
29 FUSION	33	34	34	36	36
30 ESCISION	35	36	36	36	36

DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD

FECHA DE CONSTITUCION		38 TIPO DE SOCIEDAD		39 No. EXPEDIENTE SUPER. DE CIAS.	
año	mes	día	40 No. RESOLUCION SUPER. DE CIAS.	41 No. REG. MERCANTIL	42 NO. PATRONAL
FECHA INSCRIPCION REGISTRO MERCANTIL		44 ORGANISMO REGULADOR			
año	mes	día	45 CAPITAL SUSCRITO	46 PATRIMONIO	48 C.I. CONTADOR
7 NOMBRE DEL CONTADOR					

IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL

03 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		50 C.I. O PASAPORTE	
04 NACIONALIDAD	52 CARGO QUE DESEMPEÑA	53 FECHA DE NOMBRAMIENTO	
05 TIPO DE VISA (REF. LEGAL EXTRANJERO)	55 PROVINCIA	año	mes
06 CANTON	57 PARROQUIA	58 CALLE	61 TELEFONO
08 NUMERO	60 INTERSECCION	61 TELEFONO	63 E-MAIL
07 REFERENCIA		63 E-MAIL	

IDENTIFICACION Y UBICACION DEL GERENTE GENERAL (O DE QUIEN HAGA SUS VECES)

04 APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS		66 NACIONALIDAD	
05 C.I. O PASAPORTE	69 PROVINCIA	67 FECHA DE NOMBRAMIENTO	
06 TIPO DE VISA (GERENTE EXTRANJERO)	71 PARROQUIA	año	mes
07 CANTON	73 CALLE	75 TELEFONO	77 E-MAIL
09 NUMERO	74 INTERSECCION	75 TELEFONO	77 E-MAIL
08 REFERENCIA		77 E-MAIL	

ACCIONISTAS Y SOCIOS

RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	NACIONALIDAD	DOMICILIO FISCAL	CEDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	% PART.	VALOR ACCIONES O PARTICIPACIONES

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL

86 CODIGO ACTIVIDAD (CIIU3)	87 DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL
-----------------------------	--

INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD

88 ES SOCIEDAD EMISORA DE TARJETAS DE CREDITO?	SI	NO
89 ES UNA INSTITUCION FINANCIERA QUE GENERA OPERACIONES DE CREDITO?	SI	NO

Nota: El presente formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones. Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos.

90 FECHA DE PRESENTACION		
año	mes	día

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL / AGENTE DE RETENCION