

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



**“FACTIBILIDAD EN LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE RECREACIÓN GERIÁTRICO PRIVADO EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

PROYECTO DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

ECONOMISTA

Con mención en Gestión Empresarial

INGENIERO COMERCIAL EMPRESARIAL

Presentado por

Luisa Marina Rojas Alvarado

Alfonso Bolívar Tapia Alcívar

Julio Myron León Bautista

Guayaquil-Ecuador

2011

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a Dios por el habernos enseñado el camino de la sabiduría y permitirnos culminar con éxito este proyecto, a nuestros padres: Alfonso Tapia y Fátima Alcívar, y a mi gran amigo Edwin Sánchez; Roberto León y Norma Bautista; Marino Rojas y Sandra Alvarado que fueron nuestro pilar de apoyo durante el desarrollo de nuestro arduo trabajo.

A nuestros maestros que por medio de ellos hemos adquirido cada uno de los conocimientos que se encuentran plasmados en nuestro proyecto y a nuestro tutor del presente proyecto MSc. Víctor Hugo González por guiarnos durante la realización del trabajo.

Finalmente a cada uno de nuestros amigos que han sido de apoyo y ánimo durante nuestra carrera universitaria, aprendiendo y valorando la amistad que nos han brindado.

AGRADECIMIENTO

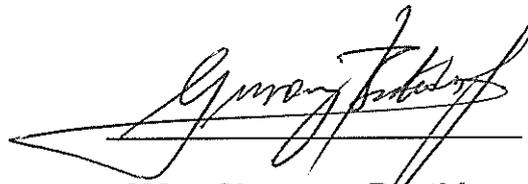
Agradecemos a Dios por su infinita misericordia, por el habernos permitido culminar nuestro proyecto de graduación con las expectativas deseadas y por habernos enseñado el camino correcto a seguir dejando a un lado los obstáculos.

A nuestros padres que con el constante apoyo de ellos hemos logrado alcanzar con éxito nuestros objetivos para culminar nuestros estudios y realizarnos como profesionales.

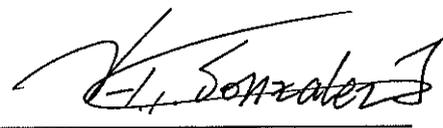
A nuestros maestros que nos han transmitido conocimientos humanísticos y científicos, que han sido nuestras herramientas para poder desarrollar nuestro proyecto.

A nuestros amigos que con su amistad y sus conocimientos hemos podido interactuar y desarrollar nuestras habilidades intelectuales durante el proceso de nuestra carrera universitaria.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Giovanni Bastidas', written over a horizontal line.

MSc. Giovanni Bastidas
Presidente del Tribunal

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'V. González', written over a horizontal line.

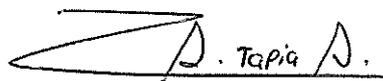
MSc. Víctor Hugo González
Director

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"


LUISA MARINA ROJAS ALVARADAO




ALFONSO BOLIVAR TAPIA ALCIVAR




JULIO MYRÓN LEON BAUTISTA



INDICE GENERAL

Pág.

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Tribunal de Sustentación.....	IV
Declaración Expresa.....	V
Índice General.....	VI
Índice de Tablas.....	IX
Índice de Ilustraciones.....	X
Índice de Ecuaciones.....	XI

CAPITULO I

RESUMEN EJECUTIVO

1.1.-	Generalidades.....	12
1.1.1.-	Macro Entorno.....	13
1.1.2.-	Antecedentes.....	13
1.1.3.-	Justificación.....	15
1.1.4.-	El adulto mayor y la recreación.....	17
1.2.-	Situación del Adulto mayor en la ciudad de Guayaquil.....	18
1.3.-	Problemática del Sector, Nuestra Ventaja Competitiva.....	18
1.4.-	Información macro económica del mercado estudiado.....	19
1.5.-	Objetivos del Proyecto.....	20
1.5.1.-	Objetivos Generales.....	20
1.5.2.-	Objetivos Especificos.....	20

CAPITULO II

CONSTITUCION DE LA EMPRESA

2.1.-	Marco Legal.....	21
2.2.-	Características de la Sociedad.....	22
2.2.1.-	Cláusula primera.....	22
2.2.2.-	Cláusula segunda.....	24
2.2.3.-	Cláusula tercera.....	25
2.3.-	Propiedad Accionaria.....	25

CAPITULO III

DESCRIPCION DEL NEGOCIO

3.1.-	Misión, Visión y Objetivos de la Empresa.....	26
3.1.1.-	Misión de la Empresa.....	26
3.1.2.-	Visión de la Empresa.....	26
3.2.-	Valores de la empresa	26
3.3.-	Estructura de la industria en general y del negocio en particular.....	27
3.3.1.-	Estructura de la industria en general.....	27
3.3.2.-	Estructura del negocio en particular.....	28
3.4.-	Descripción y características del servicio	29

3.4.1.-	Descripción del servicio.....	29
3.4.2.-	Características del servicio del centro.....	31
3.4.3	Requisitos de ingreso al centro	32
3.4.4	Costos del servicio.....	32
3.5.-	Estructura Organizacional.....	33
3.5.1.-	Organigrama.....	33
3.5.2.-	Descripción del Equipo de Trabajo.....	33
3.6.-	Terreno.....	34
3.6.1.-	Ubicación.....	34
3.6.2.-	Ingresos a la lotización.....	35
3.6.3.-	Infraestructura.....	36
3.6.4.-	Perspectiva en 3D de los planos.....	39
3.7.-	Análisis PDOA.....	40

CAPITULO IV

ANALISIS DEL MERCADO

4.1.-	Estudio específico del mercado	41
4.2.-	Identificación del mercado potencial y empresarial	42
4.3.-	Descripción de las regiones, segmentos o nichos.....	43
4.4.-	Mercado objetivo, nichos de mercado y bloques de compradores.....	43
4.5.-	Investigación de mercado, encuestas y resultados	44
4.6.-	Análisis de la competencia.....	61
4.7.-	Cinco Fuerzas de Porter	63
4.7.1.-	Amenazas de nuevos competidores	63
4.7.2.-	Rivalidad entre compañías	64
4.7.3.-	Poder de negociación de los proveedores.....	64
4.7.4.-	Poder de negociación de los compradores.....	65
4.7.5.-	Amenazas de ingresos de productos sustitutos.....	65

CAPITULO V

ESTRATEGIAS DEL MERCADO

5.1.-	Consideraciones Internacionales, nacionales y locales.....	66
5.2.-	Estrategias de producto, precio y estacionalidad.....	66
5.2.1.-	Estrategias de precios.....	67
5.2.2.-	Estrategia de Estacionalidad.....	68
5.3.-	Estrategias de distribución, penetración y venta personal.....	68
5.4.-	Estrategia de promoción, distribución y gastos.....	69
5.5.-	Estrategia publicitaria y de comercialización.....	70

CAPITULO VI

OPERACIONES

6.1.-	Riesgos internos.....	73
6.2.-	Riesgos externos.....	73
6.3.-	Planes de contingencia.....	74
6.4.-	Provisiones y seguros.....	75

6.5.-	Servicios.....	75
6.6.-	Actividades.....	76

CAPITULO VII
ESTUDIO FINANCIERO

7.1.-	Inversión Inicial.....	77
	7.1.1.- Política de Inversión.....	78
	7.1.2.- Inversión en Activos Fijos.....	79
	7.1.3.- Gastos de Constitución.....	83
	7.1.4.- Gastos de Publicidad.....	83
	7.1.5.- Gastos Varios.....	84
7.2.-	Balance General.....	84
7.3.-	Depreciaciones.....	86
7.4.-	Amortización.....	88
7.5.-	Ingresos y Egresos del Proyecto.....	88
7.6.-	Estados de Perdidas y Ganancias.....	90
7.7.-	Indicadores para la aceptación del proyecto.....	91
7.8.-	Tasa de Descuento.....	92
7.9.-	Valor Actual Neto VAN.....	93
7.10.-	Tasa Interna de Retorno.....	93
7.11.-	Proyección a cinco Años.....	93
7.12.-	Punto de Equilibrio.....	95
7.13.-	Análisis de Sensibilidad.....	96
	Conclusiones.....	97
	Recomendaciones.....	99
	Bibliografía.....	100
	Anexos.....	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estratos Socio-Económicos de la ciudad de Guayaquil	19
Tabla 2: Suscripción y pago de Capital Social	24
Tabla 3: Porcentaje de la Propiedad Accionaria	25
Tabla 4: Características del Servicio	31
Tabla 5: Variables, Significado y Valor Respectivo	45
Tabla 6: Comparación de Centro Geriátrico	62
Tabla 7: Servicios y Precios respectivos	67
Tabla 8: Utilidad por unidad de servicio	69
Tabla 9: Inversión Inicial	78
Tabla 10: Política de Capital	78
Tabla 11: Inversión de Edificación	79
Tabla 12: Inversión de Muebles y Enseres	80
Tabla 13: Inversión de Equipos de Oficina	81
Tabla 14: Inversión de Equipos de Computación	81
Tabla 15: Inversión de Suministros y Materiales	82
Tabla 16: Gastos de Constitución	83
Tabla 17: Gasto de Publicidad	83
Tabla 18: Inversión en Gastos Varios	84
Tabla 19: Balance General	85
Tabla 20: Depreciación de Equipos de Oficina	86
Tabla 21: Depreciación de Muebles y Enseres	86
Tabla 22: Depreciación de Edificio	86
Tabla 23: Depreciación de Equipo de Computación	87
Tabla 25: Valor de Desecho Comercial	87
Tabla 24: Depreciación de Activos Fijos	87
Tabla 26: Amortización de Capital	88
Tabla 27: Ingresos Anuales	88
Tabla 28: Egresos Anuales	89
Tabla 29: Estados de Resultados	90
Tabla 30: Calculo de CAPM	91
Tabla 31: Calculo de TMAR	92
Tabla 32: Flujo de Caja	94
Tabla 33: Gastos Fijos	95
Tabla 34: Gastos Variables Unitarios	95
Tabla 35: Precios Unitarios	95
Tabla 36: Análisis de Sensibilidad	96

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Organigrama	33
Ilustración 2 Ubicación del Terreno.....	34
Ilustración 3 Ingreso Principal	35
Ilustración 4: Ingreso por la Estación	35
Ilustración 5: Ingreso directo desde la Carretera.....	36
Ilustración 6: Plano Edificio (Planta Baja).....	36
Ilustración 7: Plano Edificio Principal (Planta Alta).....	37
Ilustración 8: Plano Salón de Usos Múltiples	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 9: Plano de Capilla	38
Ilustración 10: Plano General.....	38
Ilustración 11: Plano en 3D (Planta Baja).....	39
Ilustración 12: Plano en 3D (Planta Alta)	39
Ilustración 13: Tipo de sexo de los adultos mayores	47
Ilustración 14: Edades de los adultos mayores	47
Ilustración 15: Participación en un programa de actividades.....	48
Ilustración 16: Motivo participación (Si).....	48
Ilustración 17: Motivo de Participación (no)	49
Ilustración 18: Horario de comienzo de actividades	49
Ilustración 19: Horario de finalización de actividades.....	50
Ilustración 20: Ubicación del centro geriátrico	50
Ilustración 21: Interacción según el sexo	51
Ilustración 22: Preferencias de Actividades	51
Ilustración 23: Tipos de deportes	52
Ilustración 24: Tipos de Manualidades	52
Ilustración 25: Cantidad de adultos mayores en la familia	54
Ilustración 26: Aceptación del centro de Recreación.....	54
Ilustración 27: Motivos de Participación	55
Ilustración 28: Ubicación del Centro Geriátrico	55
Ilustración 29: Preferencias de Pagos Mensuales	56
Ilustración 30: Tipo de movilización	56
Ilustración 31: Interacción con personas.....	57
Ilustración 32: Referencia con quién viven los adultos mayores.....	57
Ilustración 33: Sector donde viven.....	58
Ilustración 34: Compañía diaria de los adultos mayores	58
Ilustración 35: Tiempo dedicado a los adultos mayores	59
Ilustración 36: Tiempo dedicado (si)	59
Ilustración 37: Tiempo dedicado (no).....	60
Ilustración 38: Cinco fuerzas de Porter.....	63
Ilustración 39: Análisis del VAN.....	96

INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Total de hogares en Guayaquil	44
Ecuación 2: Total de hogares con nivel medio alto en Guayaquil.....	45
Ecuación 3: Total de hogares con nivel alto en Guayaquil	45
Ecuación 4: Tamaño de la muestra	45
Ecuación 5: Total de Encuestas.....	46
Ecuación 6: Cálculo punto de Equilibrio.....	96

CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO

1.1. GENERALIDADES SOBRE EL ADULTO MAYOR

1.1.1 MACRO ENTORNO

A comienzos del siglo XX, Mechnikov introdujo el término Geriátrico (gerentos=viejo y logo=estudio o tratado de). El mismo definió a la gerontología como “la ciencia que estudia el envejecimiento en todos sus aspectos: biológicos, psicológicos y social, como ciencia básica, pura y académica” (Filosofía de la Ciencia. *Mechnikov*)

También podemos decir que la geriatría es la ciencia que estudia al anciano y su entorno. Con esto podemos concluir que: “la vejez es un estado de la vida y no una enfermedad” (*Bacilia Sombra. Los viejos y la discriminación en nuestra sociedad. Monografías.*)

Adulto mayor es aquella persona que ya ha cumplido los 65 años de edad con esto ya pasa a una nueva etapa en la vida llamada vejez.

La vejez es desde el punto de vista psicológico, la etapa donde la persona está en su máximo sentido de auto transparencia (espiritualidad) y reflexión, en este caso debería ser la etapa más plena y más feliz del ser humano.

El estado depresivo en los ancianos o adultos mayores se manifiesta a través de la tristeza, decaimiento, desilusión y hasta puede llegar a tener un sentimiento de soledad.

Este estado provoca un hermetismo hacia otras personas, alejamiento de las actividades habituales y provoca el desinterés de disfrutar la vida, esto puede llegar a afectarles el funcionamiento del organismo y es aquí donde comienzan las fatigas, dolores y trastornos del sueño.

Está demostrado que la vejez sana puede mantenerse hasta edad avanzada, esto depende mucho también de la personalidad del individuo, las condiciones del ambiente y el modo de vida que este lleve.

1.1.2 ANTECEDENTES

En Ecuador podemos darnos cuenta que el sector geriátrico de la población se encuentra entre las partes más discriminadas en la sociedad y en muchos casos olvidadas dentro de las familias.

Como ejemplos de discriminación geriátrica podemos nombrar: la laboral ya que la edad es un ejemplo objetivo de la privación del derecho al trabajo; la dificultad que imponen las entidades financieras para así limitar el acceso al crédito; el

notorio y alto costo que les representa a este sector para poder gozar de los beneficios que proporcionan los programas privados de seguros de salud.

En general los adultos mayores sobreviven entre el abandono de la sociedad, que los ve como un peso muy difícil de cargar o en la indiferencia de sus familiares que no les dan el amor ni el tiempo que ellos requieren para sentirse plenos y felices. La situación de los adultos mayores, en nuestro país es preocupante, debido a la poca importancia que se le ha dado a este sector.

Numerosas investigaciones han mostrado que la tercera edad no tiene necesariamente que ser un período de la vida, en el que predomine un deterioro fatal de las capacidades físicas e intelectuales, ya que si los sujetos muestran la necesaria motivación y la intención de mantener un estilo de vida activo y productivo, y se les propician las condiciones para desenvolverse en un entorno rico y estimulante, en el cual se favorezcan experiencias de aprendizajes y se reconozcan y estimulen los esfuerzos por alcanzar determinados logros, la senectud puede evitarse o demorarse.

Los sujetos que envejecen adecuadamente utilizan y disfrutan de todas las posibilidades que existen en su entorno social y están preparados para aceptar sus propias limitaciones, la disminución de sus fuerzas y la necesidad de recibir algún tipo de ayuda; no renuncian a mantener, dentro de rangos razonables y posibles, determinados niveles de independencia y autodeterminación.

La mejor manera de llevar una vejez sana es mantenerse activo, intelectual y físicamente, aceptando esta nueva e importante etapa de su vida feliz y con optimismo.

1.1.3 JUSTIFICACIÓN

Por lo general la tercera edad corresponde al cese de la actividad profesional y/o al decremento de las actividades propias del hogar, el aumento del tiempo libre, el decremento paulatino de la autonomía física y/o mental y el descuido de parte de los familiares que los ven como personas improproductivas y con limitaciones.

Con ello surge la necesidad de crear un espacio donde estos individuos puedan sentirse otra vez parte de una sociedad que los acepte como son, y les permitan envejecer adecuadamente disfrutando de todas las posibilidades que existen en su entorno, de esta manera aceptando sus limitaciones, falta de fuerzas y la necesidad de recibir algún tipo de ayuda, pero no renunciando a mantener determinados niveles de dependencia y autodeterminación.

En la tercera edad, la actividad física e intelectual, junto con el interés de realizar actividades de recreación y tener un ocio productivo, favorecen el bienestar y calidad de vida de los individuos.

Con esta necesidad de los adultos mayores por tener un lugar donde poder tener una actividad acorde a su edad, nace la idea de crear un centro geriátrico de recreación.

En Guayaquil, no tenemos ningún centro privado de estas características que permitan al adulto mayor gozar de un momento de recreación y esparcimiento con personas de edades contemporáneas.

Este centro de recreación será una casa de campo donde el adulto mayor pueda realizar diferentes actividades todos los días, reciba cuidados y atención, además esto sería una alternativa diferente en el mercado para que estos adultos mayores encuentren un espacio cómodo, agradable y rodeado de un ambiente natural.

En este centro de recreación los adultos mayores tienen la oportunidad de socializar con otras personas de la misma edad, participar en diferentes programas que les permitirá sentirse útiles e importantes para la sociedad, mejorando así su autoestima y con esto se crearan personas productivas y felices con lo que hacen, con lo que tienen y sobre todo con lo que son.

En el centro contarán con actividades diferentes todos los días de varios tipos, contando con especialistas en cada rama de las actividades que se vayan a incurrir.

Aquí podríamos preguntarnos:

- ¿Qué hacen los adultos mayores a diario?
- ¿Les interesaría compartir un momento del día con otras personas?
- ¿Se sienten útiles ante la sociedad?
- ¿Estarían dispuestos a asistir a un centro geriátrico de recreación?

1.1.4. EL ADULTO MAYOR Y LA RECREACIÓN

Las modalidades de recreación quedan siempre abiertas a la opción de libre elección:

- Recreación artística y cultural
- Recreación deportiva
- Recreación ambiental
- Recreación comunitaria
- Recreación terapéutica

Los tipos de recreación artística, cultural y deportiva tienen por finalidad principal el mantenimiento, desarrollo y recuperación de habilidades diversas; servir de estímulo de la creatividad y posibilitar experiencias que contribuyan al bienestar y autoestima de los participantes.

Por otra parte, estas actividades propician el establecimiento de relaciones interpersonales y la integración social de los sujetos, con independencia de sus favorables efectos sobre la salud y el bienestar psicológico.

1.2 SITUACIÓN DEL ADULTO MAYOR EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La situación del adulto mayor en la ciudad de Guayaquil es preocupante, ya que son contados los espacios o centros dedicados a este sector, que en su mayoría solo se dedican a la captación de las personas para que tengan un lugar donde vivir, mas no son lugares de recreación, este es el caso de los diferentes asilos que existen en nuestra ciudad.

También porque este grupo de población permanece excluido socialmente en sus hogares, sin que sean tomados en cuenta, en vista de otras prioridades establecidas por la sociedad.

1.3 PROBLEMÁTICA DEL SECTOR, NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA

El sector geriátrico es un sector descuidado en nuestra sociedad. La mayoría de adultos mayores no cuentan con actividades recreativas o interacción con personas de edad contemporáneas, por lo tanto, el objetivo de este estudio es tratar de mejorar la calidad de vida del sector geriátrico.

En Guayaquil no existen centros de recreación geriátricos privados, donde personas de status medio alto, alto puedan compartir momentos de recreación y esparcimiento junto a personas de su edad. Esta sería nuestra ventaja competitiva, el ser pioneros en centros de recreación geriátricos particulares y así poder dar a los adultos mayores, paz, tranquilidad, cuidados y un espacio para distraerse, ejercitarse y estar en actividad permanente.

También es importante recalcar, que con esto, los familiares de los adultos mayores pueden estar más tranquilos por el hecho de saber que ellos van a tener un ocio productivo que les favorece en su bienestar y calidad de vida.

Otra ventaja es nuestra ubicación geográfica, encontrándonos en el Km. 22 vía a la costa, tendríamos una interacción muy cercana con la naturaleza y estos nos permitiría salir de la monotonía de la ciudad, ruidos y contaminación, permitiéndonos tener un tipo de recreación diferente y más sana.

1.4 INFORMACIÓN MACRO ECONÓMICA DEL MERCADO ESTUDIADO

El mercado al que queremos llegar es a un nivel socioeconómico medio alto y alto.

Este es el segmento que tiene el poder adquisitivo para pagar por los servicios del centro de recreación, incluyendo transporte, alimentación, actividades, paseos, etc., que brinda nuestro centro.

Nivel Socio-Económico	Población
Estrato Bajo	20.0 %
Estrato Medio Bajo	60.2 %
Estrato Medio	9.8%
Estrato Medio Alto	7.2 %
Estrato Alto	2.8%

Tabla 1: Estratos Socio-Económicos de la ciudad de Guayaquil
Elaborado por la Universidad de Guayaquil

Los porcentajes por estrato socio-económicos al cuál vamos a llegar son:

- Estrato medio alto: 7.2%
- Estrato alto: 2.8%

1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad de la creación de un centro de recreación geriátrico en la ciudad de Guayaquil, para brindar un servicio integral, de calidad que pueda contribuir al desarrollo personal, social, cultural, espiritual y recreativo del adulto mayor.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el segmento de mercado y la potencial demanda a satisfacer.
2. Investigar los recursos necesarios para la implementación del proyecto, haciendo un análisis de la infraestructura del mismo.
3. Desarrollar un Plan de Marketing que nos permita posesionarnos en el mercado, dando a conocer nuestro servicio.
4. Identificar la situación familiar referente a con quién viven y quién los atiende.
5. Determinar la viabilidad económica en la ejecución del proyecto.

CAPITULO II CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

2.1. MARCO LEGAL

Según la Superintendencia de Compañías una sociedad anónima es la expresión jurídica por la que se encauza una actividad de índole económica o empresarial y que se define por algunas singularidades en el área de las sociedades mercantiles. Como tal instrumento destinado a reunir el capital. Dicho capital (llamado capital social) estará dividido en acciones y se integrara por los pagos o tributos de los socios, quienes no responderán de un modo personal de las dudas de la sociedad.

En su denominación deberá figurar la indicación Sociedad Anónima o su abreviatura S.A. contará con un capital mínimo y carácter mercantil en todo caso y sea cual sea su objeto. La sociedad se constituirá mediante escritura pública, que deberá ser inscrita en el registro mercantil, con lo cual adquirirá su personalidad jurídica.

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD

2.2.1. CLAÚSULA PRIMERA

ESTATUTO SOCIAL

- **Artículo 1.-** El nombre de la empresa que se constituye es GERATA S.A.
- **Artículo 2.-** El domicilio principal de la compañía queda ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en la ciudadela TIFFANY.
- **Artículo 3.-** El objeto de la compañía es el brindar un servicio profesional y de calidad de recreación para el adulto mayor.
- **Artículo 4.-** El plazo de duración de la compañía es de 50 años, contados a partir de la inscripción de la constitución de la compañía en el registro mercantil; pero dicho plazo puede reducirse o ampliarse por acuerdo de la junta general de accionistas.

DEL CAPITAL

- **Artículo 5.-** El capital social de la compañía es de OCHOCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA, dividido en 800 acciones ordinarias y nominativas de un dólar cada una, representadas en títulos de acciones, los que estarán firmados por el gerente de la compañía. Cada acción liberada dará derecho a un voto.

DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN

- **Artículo 6.- Norma General.-** El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas y su administración al gerente.

- **Artículo 7.- Convocatorias.-** La convocatoria a la junta general la efectuara el gerente de la compañía, de conformidad con lo previsto en el artículo 238 de la ley de compañías; 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.

- **Artículo 8.-** Corresponde al gerente ejercer todas las atribuciones previstas para los administradores en la ley de compañías.

- **Artículo 9.- Composición del directorio.-** Este órgano de administración estará integrados por los accionistas de la empresa.

- **Artículo 10.- Convocatorias a reunión de directorio.-** Las convocatorias las hará el gerente general por medio de una nota escrita dirigida a cada dirección suscrita por los miembros del directorio.

- **Artículo 11.- Facultades del directorio.-** Corresponde al directorio:
 1. Autorizar aperturas de sucursales, agencias, oficinas o delegaciones de la compañía dentro o fuera del territorio nacional.

2. Supervigilar la administración de la empresa y las actuaciones del presidente y gerente de la compañía.

DE LA FISCALIZACIÓN

- **Artículo 12.- Comisarios.-** Le corresponde la fiscalización de la empresa y en general las atribuciones que le señala la ley de compañías.

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

- **Artículo 13.- Norma general.-** La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la sección XII de la ley de compañías.

2.2.2.- CLAUSULA SEGUNDA

Nombres de Accionistas	Capital Suscrito	Capital Pagado	Número de Acciones	Porcentaje Accionario
Ec. Alfonso Tapia Alcívar	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	33,33%
Ec. Luisa Rojas Alvarado	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	33,33%
Ing. Myron León Bautista	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67	33,33%

Tabla 2: Suscripción y pago de Capital Social
Elaborado por los Autores

2.2.3.- CLAÚSULA TERCERA

En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a los dispuestos en la ley de compañías, código civil y demás leyes conexas.

En caso de controversia, las partes podrán someterse previamente a la ley de mediación, en donde el Señor notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo para la validez de este contrato.

2.3.- PROPIEDAD ACCIONARIA

Nombre	Porcentaje
Ec. Alfonso Tapia Alcívar	11,11%
Ec. Luisa Rojas Alvarado	11,11%
Ing. Myron León Bautista	11,11%
CFN	66.67%
Total de Acciones:	100%

Tabla 3: Porcentaje de la Propiedad Accionaria
Elaborado por los Autores

CAPÍTULO III DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

3.1.- MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

3.1.1.- MISIÓN DE LA EMPRESA

Proporcionar con calidad y calidez, un servicio de recreación y ocio productivo a los adultos mayores, para contribuir al ejercicio pleno de sus capacidades, así como al mejoramiento de su calidad de vida.

3.1.2.- VISIÓN DE LA EMPRESA

Ser considerados como el primer y único centro de recreación geriátrico que principalmente se preocupa por brindar una mejor calidad de vida y confort para los adultos mayores.

3.2.- VALORES DE LA EMPRESA

- **Compromiso.-** Todos los miembros del staff deben sentirse parte del equipo y tener en mente un mismo ideal.
- **Responsabilidad.-** Llevar con orden y responsabilidad todas las tareas del centro.
- **Eficiencia.-** Poner el mayor esfuerzo y dedicación en cada actividad que se realice

- **Ética.-** Todo tiene que manejarse bajo este valor, ya que sin ella no puede existir una cultura de valores.
- **Honestidad.-** Siempre llevar todo por el camino de la verdad, ya que con mentiras y engaños no se llega a nada.
- **Servicio.-** Pilar fundamental de nuestra cultura empresarial, lo tenemos que tener presente todo el tiempo, este tiene que ser nuestra insignia.
- **Atención.-** Tiene que ser una de nuestras preocupaciones principales ya que, el servicio y la atención a nuestros clientes tiene que diferenciarnos para así poder crear una buena imagen como empresa.
- **Creatividad.-** Dejar desarrollarse a cada empleado para que tenga la libertad de innovar y crear, tratar de siempre ser creativos en cada evento y actividad que tengamos.
- **Comunicación.-** Tener la filosofía de gerencia de puertas abiertas, esto crea una comunicación total dentro de la empresa tanto horizontal y verticalmente.

3.3.- ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL Y DEL NEGOCIO EN PARTICULAR

3.3.1.- ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL

En nuestro país, específicamente enfocándonos en nuestra ciudad, podemos palpar el problema social que tenemos respecto a los centros geriátricos, muy aparte de que son mínimos, estos están sobre poblados, por mencionar algunos como los que son solventados por la junta de beneficencia como el Corazón de Jesús y el asilo San José, donde son en su mayor parte gratuitos y otros privados.

Tenemos también el centro gerontológico, Arsenio De La Torre Marcillo, el centro asistencial gerontológico Dr. Publio Vargas Pazzos, la fundación Pro Senex, por nombrar algunas, que, en su mayoría son asilos y centros de salud para los adultos mayores.

El centro gerontológico, Arsenio De La Torre Marcillo, ubicado en la Av. Carlos Julio Arosemena, es un albergue de recreación gratuito para adultos mayores que funciona casi hace dos años y está administrado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tienen capacidad para 200 personas y en la actualidad están pasados de cupo.

Este centro es el único en nuestra rama de recreación para el adulto mayor, pero, es gratuito y la demanda es muy grande siendo así de difícil acceso.

3.3.2.- ESTRUCTURA DEL NEGOCIO EN PARTICULAR

Siendo este nuestro mayor incentivo, el saber que esto es algo con mucha acogida entre los adultos mayores y que no contamos con ningún tipo de competencia directa, ya que no existe ningún centro privado de recreación geriátrico en Guayaquil.

Nos da la ventaja competitiva el ser pioneros en brindar este servicio como institución privada para el adulto mayor.

La idea es una casa de campo donde tengamos un ambiente de tranquilidad y paz para los adultos mayores y estos puedan desenvolverse de la mejor manera.

Junto con un trabajo profesional con calidez y calidad mas una programación anticipada de actividades planeadas vamos a buscar la mejor manera de encaminar a los adultos mayores a crearse un espacio armónico donde tengan todos los factores indispensables para una sana recreación e interacción con personas contemporáneas a su edad.

3.4. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

3.4.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El Centro de Recreación Geriátrico, como proyecto, busca promover la atención integral de las personas adultas mayores, que por descuidos familiares o falta de tiempo de los mismos carecen de atención.

Esta es una muy buena alternativa por que el adulto mayor pasa distraído durante el día y en la noche cuando se reintegra a la vida familiar tiene hechos o anécdotas que compartir con sus familiares.

Más que nada este centro al encontrarse en un espacio totalmente natural, permite cambiar de ambiente y salir del monoteísmo de la ciudad y así resulta una experiencia nueva y diferente cada día.

Nuestro proyecto es único, pues los familiares de nuestros clientes pueden experimentar y sentir que los adultos mayores están recibiendo los cuidados y atenciones que ellos por varias razones no pueden otorgarles.

Que nuestro trato está basado en un servicio de calidad y que con amor, paciencia y dedicación cuidamos de ellos para poder ofrecerles una mejor calidad de vida y así aprovechen de mejor manera su tiempo de ocio.

Nuestro servicio garantiza responsabilidad, seguridad y profesionalismo, tratando siempre de innovar y sacar ventaja de ser pioneros en el mercado para así, poder ofrecerles siempre lo mejor.

En cuanto a su ambiente cultural y social, nuestro servicio tendrá siempre el respeto y la valoración debida de los componentes culturales de los clientes.

Primera siempre el respeto entre todos los miembros del centro, tanto entre clientes como entre empleados.

No habrá ningún tipo de distinción o discriminación entre los adultos mayores, el objetivo es aceptarnos como somos, y ser conscientes de nuestras limitaciones propicias de la edad.

Todos serán considerados como personas necesitadas de afecto, compañía y atención.

La idea es que nadie se sienta excluido del grupo y todos tengan interacción con todos dentro del centro.

3.4.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

ESCALA SERVQUAL

DIMENSIONES	CARACTERÍSTICAS
<p>Elementos tangibles Apariencias de las instalaciones físicas y equipo de trabajo del centro</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos médicos de emergencia • Instalaciones modernas • Personal con uniformes pulcros • Materiales didácticos y equipos modernos
<p>Fiabilidad Prestación del servicio de forma precisa, con las actividades a realizar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un cronograma de actividades diarias • Programas de distracción y paseos mensuales. • Actividades, recreativas, deportivas, sociales, ambientales, culturales. • Charlas motivacionales.
<p>Capacidad de respuesta Ayuda a los clientes de manera rápida y confiable ante cualquier imprevisto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura médica de emergencia. • Informes diarios de las actividades que realizan los adultos mayores
<p>Seguridad Los clientes del centro se sientan seguros y confiados del servicio ofrecido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con un personal profesional y especializado. • Personal de seguridad que garantice el resguardo de las instalaciones
<p>Empatía Atención al cliente y servicios adicionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abarca con las necesidades específicas de cada uno de los clientes. • Transporte de puerta a puerta.

Tabla 4: Características del Servicio
Elaborado por los Autores

REQUISITOS NECESARIOS

Los requisitos los hemos obtenidos para diferenciarnos con centros de salud para adultos mayores, ya que nosotros no brindaremos un servicio médico sino, un servicio de cuidado y distracción. Por lo que solicitamos los siguientes requisitos:

- Tener 65 años en adelante.
- Sexo masculino o femenino.
- Estudios de laboratorio.
- No ser portador de enfermedades infectocontagiosas (certificado).
- Certificado del médico tratante del adulto mayor, indicando que física y mentalmente se encuentra apto para el desarrollo de las actividades funcionales, recreativas y de la vida diaria.
- Sea capaz de interactuar adecuadamente con las personas encargadas en el centro.
- Expresar su deseo de incorporarse a los programas que desarrolla el centro.

COSTOS DEL SERVICIO

- Servicio del centro por \$ 300 mensuales
- Servicio de transporte puerta a puerta por \$100
- Servicio de alimentación y refrigerios por \$80
- Pago anual de matrícula de \$250.

- **Lcda./o en Enfermería:** primeros auxilios, exámenes diarios
- **Lcda./o en Terapia Ocupacional:** baile, canto, juegos varios, obras de teatro, fiestas
- **Lcda./o en Educación Física:** actividades físicas, caminatas, yoga
- **Ayudantes de cada Lcda./o:** apoyo en las diferentes áreas y actividades
- **Mantenimiento y limpieza:** limpieza exterior e interior del centro
- **Jardinero:** cuidar y mantener el jardín, clases de carpintería y jardinería

3.6. TERRENO

3.6.1. UBICACIÓN

El terreno se encuentra en el Km. 22 Vía a la Costa de la Cda. Tiffany, a 5 minutos del peaje; teniendo una extensión de 6.000 m².



Ilustración 2 Ubicación del Terreno

Fuente: Google Earth

3.6.2. INGRESOS A LA LOTIZACIÓN

Existen 3 ingresos principales a esta lotización:



Ilustración 3 Ingreso Principal
Elaborado por los Autores



Ilustración 4: Ingreso por la Estación
Elaborado por los Autores



Ilustración 5: Ingreso directo desde la Carretera
Elaborado por los Autores

3.6.3. INFRAESTRUCTURA

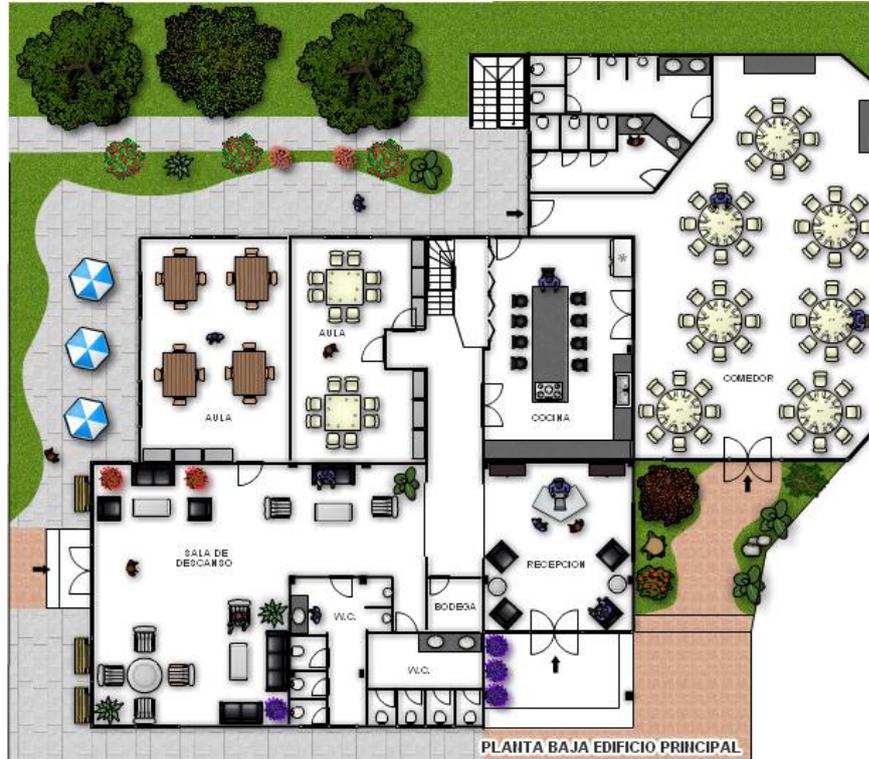


Ilustración 6: Plano Edificio (Planta Baja)
Elaborado por el Arq. John Mena

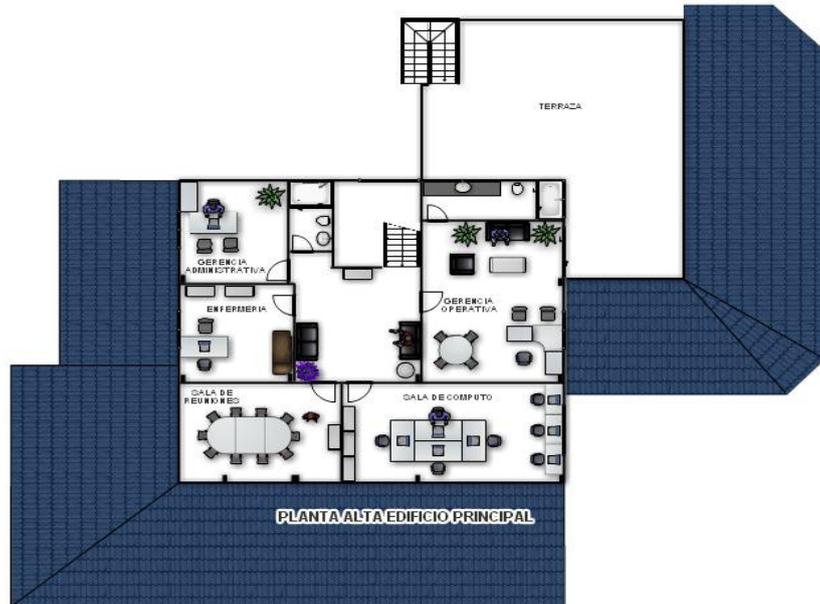


Ilustración 7: Plano Edificio Principal (Planta Alta)
Elaborado por el Arq. John Mena



Ilustración 8: Salón de Usos Múltiples
Elaborado por el Arq. John Mena



Ilustración 9: Plano de Capilla
Elaborado por Arq. John Mena



Ilustración 10: Plano General
Elaborado por Arq. John Mena

3.6.4.-PERSPECTIVA EN 3D DE LOS PLANOS



Ilustración 11: Plano en 3D (Planta Baja)
Elaborado por Arq. John Mena



Ilustración 12: Plano en 3D (Planta Alta)
Elaborado por Arq. John Mena

3.7.- ANALISIS PDOA (POTENCIALIDADES, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL NEGOCIO)

POTENCIALIDADES

- No existencia de un centro de recreación geriátrico privado en la ciudad.
- La zona donde estamos ubicados se presta para realizar actividades recreacionales y al aire libre sin ninguna preocupación o peligro.
- Contamos con servicios de alimentación y de transporte que partirán de nuestras oficinas hacia el centro.
- Dar atención de primera para mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

DEBILIDADES

- Inexperiencia en manejo de centros recreativos.
- El costo de inversión del proyecto es alto.

OPORTUNIDADES

- Estar a solo 15 minutos de Guayaquil, pero parecer que estamos en un lugar totalmente alejado y desconectado de la ciudad.
- El buen estado de la carretera Vía a la Costa.

AMENAZAS

- La poca concienciación de los familiares en el cuidado de los adultos mayores
- Algún invierno fuerte que nos dificulte la entrada al centro
- Mosquitos en el invierno.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1.- ESTUDIO ESPECÍFICO DEL MERCADO

La calidad de vida del adulto mayor, es una preocupación familiar, el trabajo y diferentes tareas diarias nos ocupan el tiempo que podríamos dedicarles a ellos, por lo que sería bueno recurrir algún tipo de ayuda para poder afrontar los “descuidos” en que caemos con los adultos mayores y así poder darles una atención adecuada.

Un centro geriátrico de recreación es una alternativa muy favorable cuando no disponemos de tiempo ni de medios para ocuparnos personalmente de esta función o atención hacia ellos.

Con este proyecto, nuestra idea principal es poder aliviar esta preocupación que tienen los familiares por los adultos mayores que se sienten muchas veces los más postergados, ofreciendo la oportunidad al adulto mayor a que desarrolle su creatividad interior, mejore su calidad de vida y se reintegre a la sociedad, con el compartir diario con otras personas que se encuentran en su misma situación, bajo los parámetros de la recreación.

Las familias que cuenten con adultos mayores deberían pensar en alguna alternativa de recreación o distracción para ellos, aprovechando así su tiempo libre o de ocio en actividades que les permitan sentirse miembros activos de su hogar como de la sociedad.

Los centros de recreación para personas de la tercera edad a nivel de otros países, se han ido desarrollando con la idea de cubrir las necesidades de atención que estas personas necesitan predominando el cuidado, las actividades recreativas, compañía, terapias ocupacionales, etc.

El estudio de mercado se realizó con el afán de obtener datos sobre las personas adultas mayores y familiares las cuales les llame la atención o se encuentren entusiasmados con la idea del centro recreacional para adultos mayores.

Entre los datos que estamos buscando se encuentran las necesidades del adulto mayor, que actividades realizan, horarios que les parecen mejores para estar en el centro.

Y con los familiares queremos saber hasta cuánto podrían pagar por un servicio como el nuestro y si les gustaría que sus adultos mayores participen en este tipo de programas.

4.2.- IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL Y EMPRESARIAL

Nuestro mercado potencial serían las personas mayores a 65 años y nuestro mercado empresarial sería profesionales en el tema geriátrico y estudiantes de enfermería y psicología clínica.

Nuestra ubicación es estratégica ya que nos permite dar la temática de casa de campo, estando a pocos minutos de la ciudad.

4.3.- DESCRIPCIÓN DE LAS REGIONES, SEGMENTOS O NICHOS

Queremos enfocarnos a personas de la ciudad de Guayaquil y alrededores, mayores de 65 años, no tenemos definido el lugar donde residan, esto no influiría ya que contaremos con dos puntos estratégicos para reunir a las personas e ir al centro.

Nos estamos presentando como un centro privado, esto segmenta nuestra clientela ya que va dirigido a un status socio-económico medio alto, alto.

Nuestros nichos iniciales sería Samborondón, Cdla. Centenario, los Ceibos y Vía a la Costa, estos serían los lugares donde empezaríamos a promocionar nuestro centro.

4.4.- MERCADO OBJETIVO, NICHOS DE MERCADO Y BLOQUES DE COMPRADORES

Nuestro mercado objetivo son todos los adultos mayores que sientan la necesidad de tener un espacio recreativo junto a personas de su edad el día a día.

También nuestro enfoque es a las personas entre 30-50 años (familiares) de los adultos mayores, que sientan que no pueden dedicarle el tiempo debido a los adultos mayores y se ven en la necesidad de recurrir a este centro de recreación para que ellos tengan una mejor calidad de vida.

4.5.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO, ENCUESTAS Y RESULTADOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para el estudio del mercado se realizaron 2 encuestas, una dirigida a los familiares de los adultos mayores y la otra en sí, a los adultos mayores de 65 años.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Realizaremos las encuestas, por medio de un muestreo aleatorio simple donde cada dato tendrá la misma posibilidad de ser encuestado.

Al momento de analizar la muestra tendremos en cuenta ciudadelas pertenecientes a sectores residenciales, las cuáles están incluidas en un nivel económico medio alto y alto con respecto a sus ingresos.

El número total de habitantes en la ciudad de Guayaquil en el año 2010 corresponde a 2.525.137 habitantes, donde para saber el número de hogares existentes en la ciudad dividimos esta cantidad para 4, que es el número promedio de personas que habitan en una vivienda según el INEC.

$$\text{Total de hogares} = \frac{2.525.137 \text{ hab.}}{4} = 631.284 \text{ hogares}$$

Ecuación 1: Total de hogares en Guayaquil
Elaborado por los Autores

El valor del total de hogares se lo multiplica por los respectivos porcentajes de acuerdo al nivel económico hacia donde queremos llegar, nivel medio alto con el 7.2%, y el nivel alto con el 2.8%.

$$\text{Medio alto} = 631.284 \times 7.2\% = 45.453 \text{ hogares}$$

Ecuación 2: Total de hogares con nivel medio alto en Guayaquil
Elaborado por los Autores

$$\text{Alto} = 631.284 \times 2.8\% = 17.676 \text{ hogares}$$

Ecuación 3: Total de hogares con nivel alto en Guayaquil
Elaborado por los Autores

Para conocer el número de encuestas a realizar aplicaremos la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N(Z^2) \times p \times q}{d^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Ecuación 4: Tamaño de la muestra
Fuente: Wikipedia

Donde:

Variable	Significado	Valor
N	Total hogares de nivel medio alto y alto	45.453+17.676= 63.129
Z ²	Nivel de confianza	1,96 ²
P	Probabilidad de éxito	0,5
Q	Probabilidad de fracaso	1-p= 0,5
d ²	Error mínimo admisible	0,05 ²

Tabla 5: Variables, Significado y Valor Respectivo
Elaborado por Autores

Reemplazando estos valores en la ecuación 4 tenemos:

$$n = \frac{63.129(1,96^2) \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(63.129 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 382 \text{ Encuestas}$$

Ecuación 5: Total de Encuestas

Elaborado por los Autores

ENCUESTAS

El propósito de estas encuestas es:

- **La de los adultos mayores.-** Poder hacer un estudio de mercado sobre las actividades que estos realizan actualmente, si el proyecto tendría o no acogida, que actividades les gustaría realizar y que horarios son mas cómodos para ellos.
- **La de los familiares.-** Poder ver que tan buena acogida tiene este proyecto en los familiares, conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio, y que preferencias de localización tienen respecto al centro.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

RESULTADOS DE ENCUESTAS A ADULTOS MAYORES

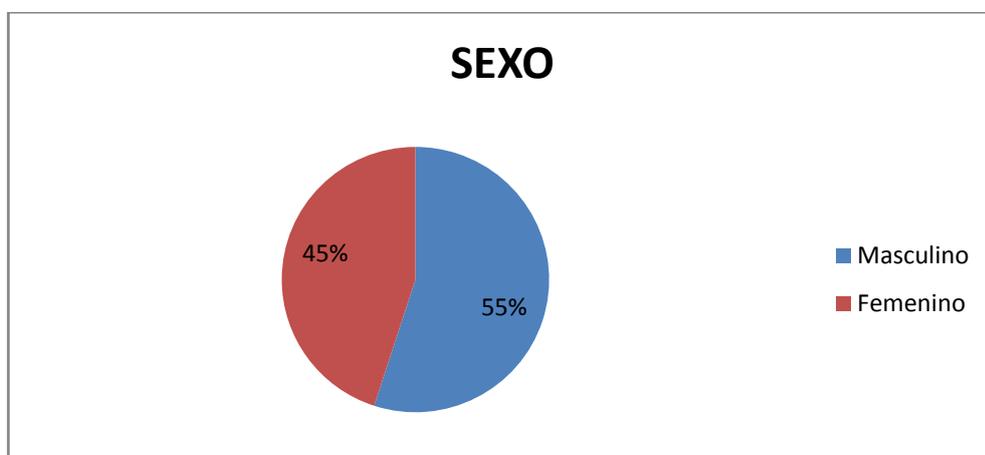


Ilustración 13: Tipo de sexo de los adultos mayores
Elaborado por los Autores

Nos damos cuenta que el mayor porcentaje corresponde a hombres con un 55%, pero no es tanta la diferencia con las mujeres que tienen un 45%, por lo que podemos decir que tiene acogida para ambos sexos.

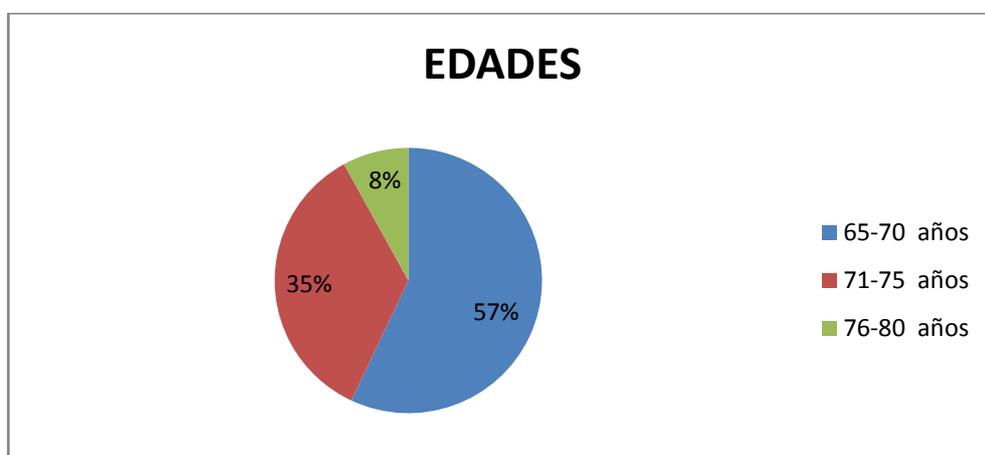


Ilustración 14: Edades de los adultos mayores
Elaborado por los Autores

El porcentaje mayor de las personas que fueron encuestadas oscila entre 65 a 70 años de edad con un 57% del total encuestados, con la finalidad de investigar al mercado al que queremos llegar.



Ilustración 15: Participación en un programa de actividades
Elaborado por los Autores

Al consultar sobre la participación en un programa de compartir actividades con otras personas de sus mismas edades, el 75% respondió que sí y el 25% que no, con lo que podemos observar la gran demanda y necesidades que tienen los adultos mayores de realizar alguna actividad diaria.



Ilustración 16: Motivo participación (Si)
Elaborado por los Autores

De las personas que contestaron que si le gustaría participar en un programa de compartir actividades el 45% piensan que podrían participar para poder compartir con otras personas, el 44% para estar activas y el 11% para obtener conocimientos y aprendizaje.



Ilustración 17: Motivo de Participación (no)
Elaborado por los Autores

El 100% de las personas que contestaron que no les gustaría participar en un programa de compartir actividades lo hicieron pensando en su edad y la poca facilidad que tienen de movilizarse.



Ilustración 18: Horario de comienzo de actividades
Elaborado por los Autores

El 80% de las personas encuestadas prefieren comenzar a las 8:30 am sus actividades, esta es una hora que consideran más apropiada.

¿A QUÉ HORA LE GUSTARÍA TERMINAR LAS ACTIVIDADES?



Ilustración 19: Horario de finalización de actividades
Elaborado por los Autores

El 36% de los adultos mayores prefiere culminar sus actividades a eso de las 4:00 p.m., mientras que el 56% a las 4:30 p.m. y tan solo un 8% hasta las 5:00 p.m.. Con estos índices podemos observar que todos prefieren estar todo el día en un lugar de recreación como el que estamos planteando por la necesidad de permanecer ocupados, realizando distintas actividades.

PREFERENCIA DE LA UBICACIÓN DEL LUGAR



Ilustración 20: Ubicación del centro geriátrico
Elaborado por los Autores

El centro de recreación geriátrico tiene muy buena acogida en las afueras de la ciudad con un aceptación del 70%.

¿PREFERIRÍA INTERACTUAR CON OTROS ADULTOS MAYORES?



Ilustración 21: Interacción según el sexo

Elaborado por los Autores

El 85% opina que le es indiferente la interacción según el sexo, tan solo el 15% se mantiene con la idea de que para poder participar en un centro de recreación deben ser los grupos del mismo sexo, esta opinión es más que nada de las adultas mujeres que mantienen su forma de pensar por sus costumbres personales.

ACTIVIDADES QUE MAS LE GUSTA

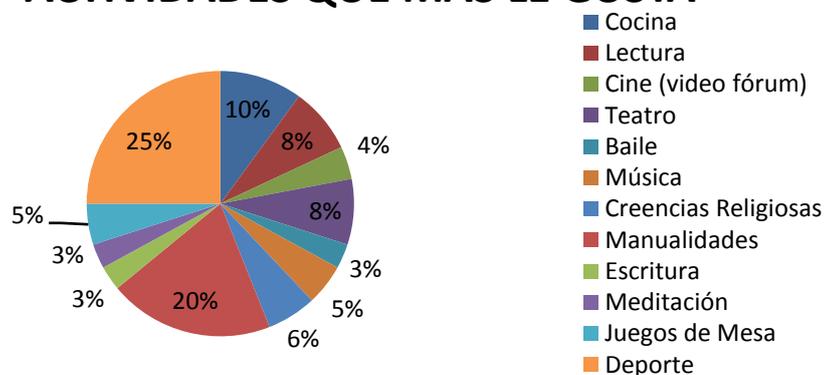


Ilustración 22: Preferencias de Actividades

Elaborado por los Autores

Como nos damos cuenta las actividades que más acogida tienen son el deporte con un porcentaje de 25%, seguido por las manualidades con un 20% y después están actividades como la cocina, lectura y teatro que oscilan entre el 8% y 10%.

A continuación veremos los diferentes tipos de deportes y manualidades que tienen más acogida:

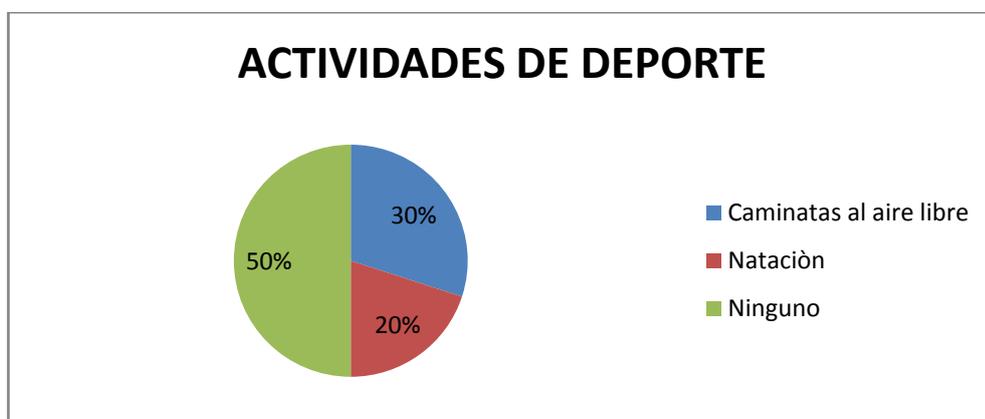


Ilustración 23: Tipos de deportes
Elaborado por los Autores

El 50% prefiere no hacer deportes, la otra mitad se inclina mucho por las caminatas al aire libre y solo un 10% a la natación. En este tema vale recalcar que los deportes como fútbol, volley, no llaman la atención a este núcleo de personas por sus edades, son personas que prefieren actividades más pasivas.

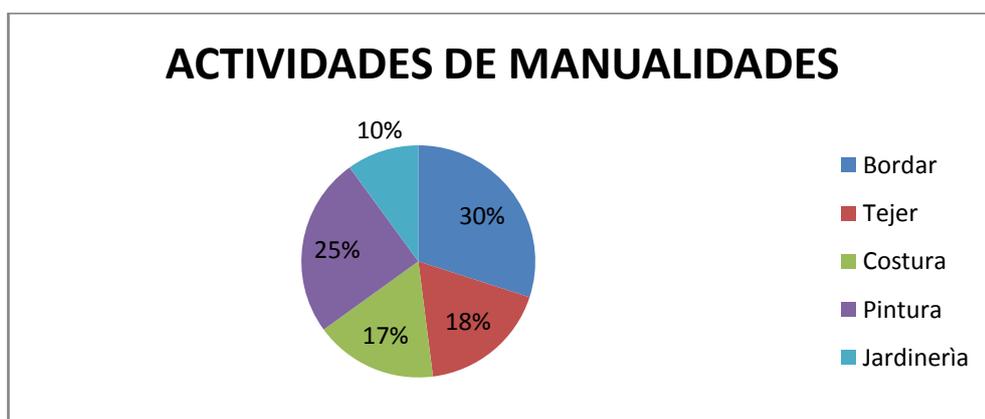


Ilustración 24: Tipos de Manualidades
Elaborado por los Autores

Las manualidades que más acogida tienen son el bordado y la pintura, sumando entre ellas un 55%, mientras que el tejido y la costura oscilan entre el 17% y el 18%.

CONCLUSIONES DE ENCUESTAS A ADULTOS MAYORES

Resumiendo esta encuesta tenemos los siguientes parámetros predominantes que nos sirven de guía para la organización del centro de recreación:

- La edad promedio de las personas encuestadas fue de 65 a 74 años
- Sus actividades actuales son pasivas como manualidades y lectura, y prefieren mantenerse en actividades parecidas, no les llama la atención los deportes, solo caminatas al aire libre.
- Están dispuestos a asistir a un centro de recreación con el fin de poder compartir con otras personas de sus mismas edades sin importar el sexo.
- Prefieren comenzar las actividades desde las 8:30am y culminar las mismas a las 16:30pm.
- Les gustaría que el centro sea en una casa en el campo.

RESULTADOS DE ENCUESTAS A FAMILIARES DE ADULTOS MAYORES

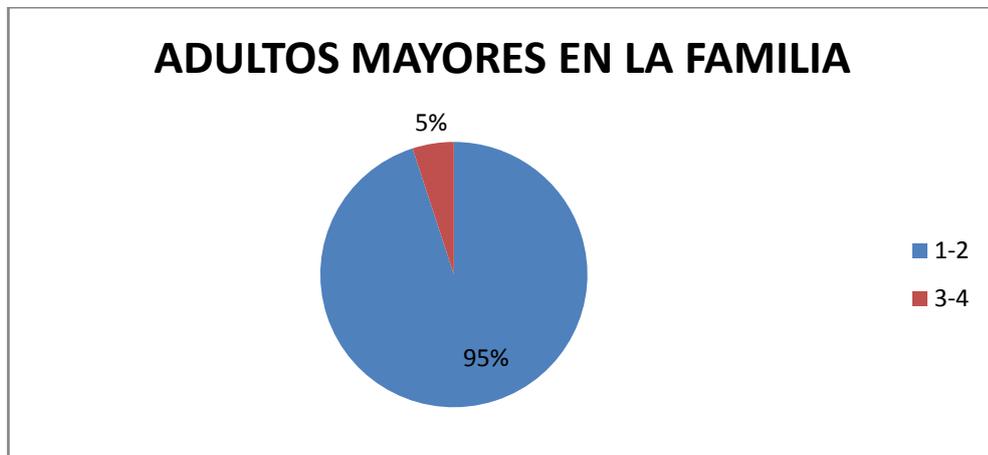


Ilustración 25: Cantidad de adultos mayores en la familia
Elaborado por los Autores

El 95% de las familias tienen en su núcleo familiar sólo de 1 a 2 adultos mayores.

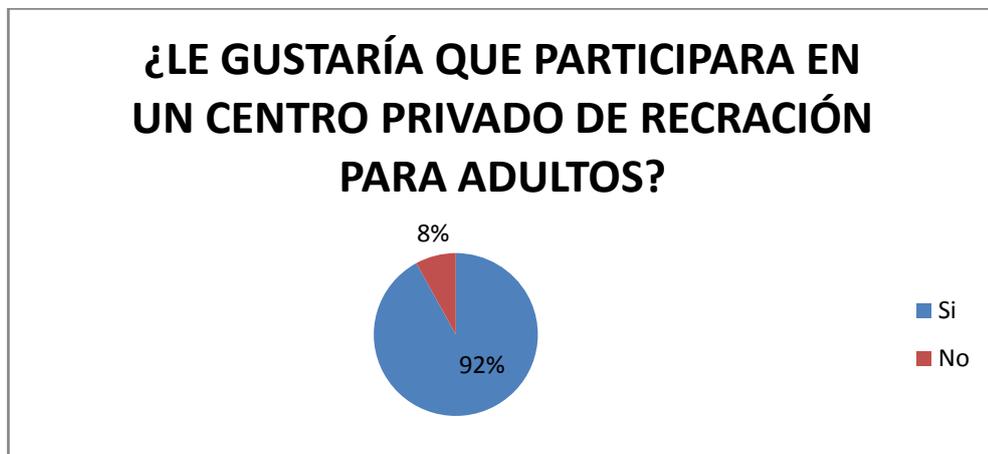


Ilustración 26: Aceptación del centro de Recreación
Elaborado por los Autores

Dentro de las encuestas se preguntó a los familiares si le gustaría que sus adultos mayores asistieran a un centro de recreación, el 92% contestó que si, solo el 8% que no debido a la salud no muy estables de sus familiares, que en algunos casos están con incapacidad física.

¿LE GUSTARÍA QUE PARTICIPARA EN UN CENTRO PRIVADO DE RECRACIÓN PARA ADULTOS? (SI)



Ilustración 27: Motivos de Participación
Elaborado por los Autores

De las personas que están de acuerdo de que sus familiares asistieran a un centro de recreación es para que ellos estén activos, con un 55%, teniendo actividades que los haga recrearse, el 30% para que estén acompañados con personas de sus mismas edades, y un 15% por necesidad.

PREFERENCIA DE LA UBICACIÓN DEL LUGAR

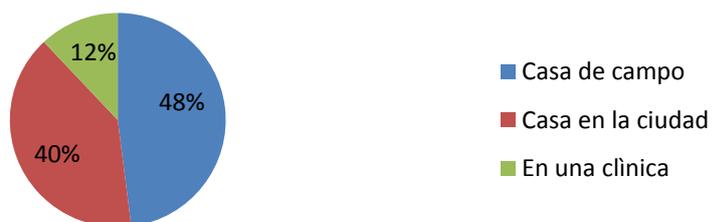


Ilustración 28: Ubicación del Centro Geriátrico
Elaborado por los Autores

El 48% prefiere llevar a sus familiares a una casa de campo para que puedan aprovechar de la naturaleza y cambiar de ambiente. Un 40% prefiere que sea dentro de la ciudad, por cuestión de cercanía y solo un 12% en una clínica como protección para sus familiares.

PAGO MENSUAL POR ASISTIR AL CENTRO DE RECREACIÓN

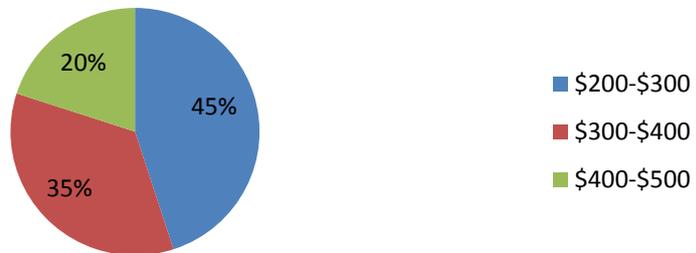


Ilustración 29: Preferencias de Pagos Mensuales
Elaborado por los Autores

El 45% estaría dispuesto a pagar de \$200 a \$300, mientras que el resto pagaría de \$300 a \$500, pero dependiendo del tipo de servicio y actividades que se realicen.

TIPO DE MOVILIZACIÓN

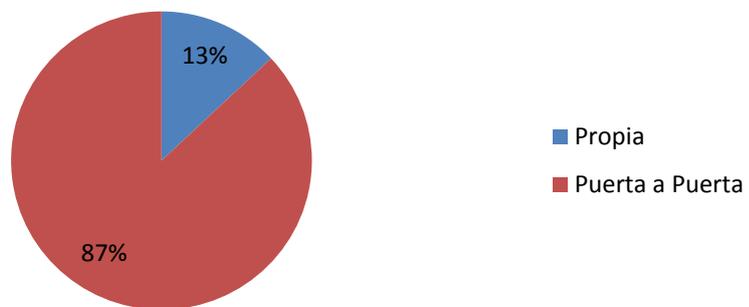


Ilustración 30: Tipo de movilización
Elaborado por los Autores

Con respecto al tipo de transporte o movilización el 87% prefiere que se lo haga de puerta a puerta, tan solo un 13% prefiere llevarlos directamente por cuenta propia.



Ilustración 31: Interacción con personas
Elaborado por los Autores

Se planteó dentro de las encuestas sobre si este centro debería diferenciar el sexo para la organización interna y la respuesta del 92% fue que debería de ser para ambos sexos sin haber separación, solo un 8% considera que las actividades deberían darse entre adultos de un mismo sexo.

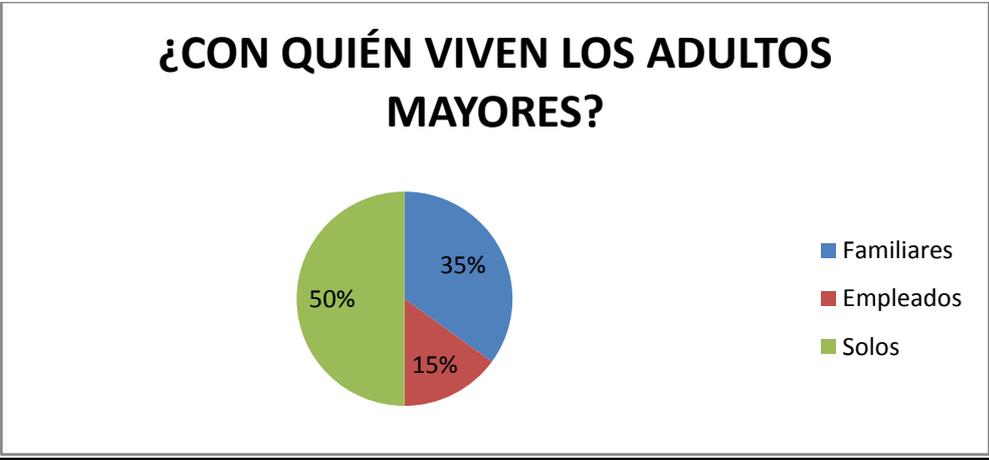


Ilustración 32: Referencia con quién viven los adultos mayores
Elaborado por los Autores

El 35% de los entrevistados viven con un adulto mayor, mientras que el 50% de los adultos mayores viven solos, y tan sólo un 15% viven con empleados.

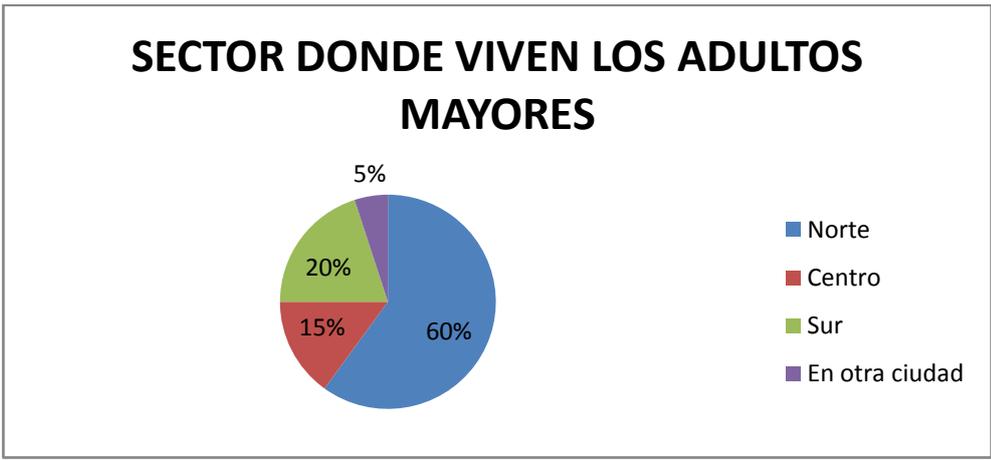


Ilustración 33: Sector donde viven
Elaborado por los Autores

El 60% viven en el sector norte de la ciudad, tanto hacia vía a la costa como en Samborondón.

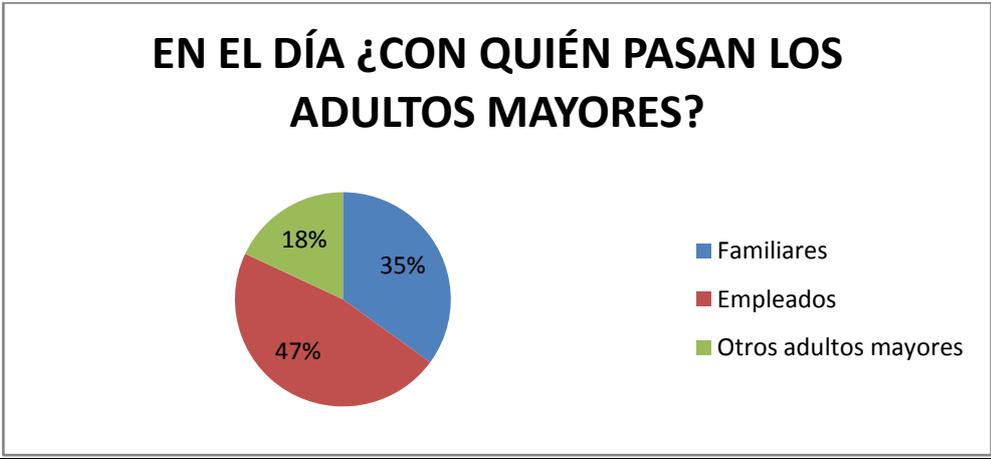


Ilustración 34: Compañía diaria de los adultos mayores
Elaborado por los Autores

La mayoría pasa acompañado por un empleado doméstico con un 47%, un 35% en compañía de familiares y un 18% con otros adultos mayores. Nos damos cuenta que los familiares no pasan la mayor parte del tiempo con los adultos mayores.



Ilustración 35: Tiempo dedicado a los adultos mayores
Elaborado por los Autores

El 72% no tiene suficiente tiempo para compartir con un adulto mayor, tan solo el 28% realmente se dedica a atender a sus adultos mayores.



Ilustración 36: Tiempo dedicado (si)
Elaborado por los Autores

De las personas que si les dedican el tiempo a sus adultos mayores es porque viven en sus casas siendo este grupo un 75% de los encuestados, de ahí el 25% restante, los visitan a diario.

¿CREE QUE LE DEDICA EL TIEMPO SUFICIENTE? (NO)



Ilustración 37: Tiempo dedicado (no)

Elaborado por los Autores

El 45% de los encuestados no les dedican el tiempo suficiente a los adultos mayores por que tienen que cumplir con responsabilidades propias, que involucran actividades personales, mientras que el 40% no lo hace por su trabajo y un 15% por que viven en otra ciudad. En general es la falta de tiempo la que predomina en esta situación.

CONCLUSIONES DE ENCUESTAS A FAMILIARES DE ADULTOS MAYORES

Resumiendo esta encuesta, los parámetros más relevantes son los siguientes:

- Hay un promedio de 1 a 2 adultos mayores dentro de las familias.
- La mayoría de los adultos viven solos.
- La mayoría de los adultos mayores viven en el norte de la ciudad.

- Los familiares no tienen tiempo suficiente para dedicarles por sus propias actividades diarias.
- Prefieren el campo como medio de cambiar la rutina diaria y por el contacto en sí con la naturaleza.
- Si les gustaría que sus adultos mayores asistieran a un centro de recreación para que estén en actividad y que no se sientan solos.
- Podrían pagar entre \$200 a \$300 mensuales por un servicio así.
- Consideran que la movilización debe ser de puerta a puerta.
- El centro debe ser para ambos sexos.

4.6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tenemos unas empresas que se asemejan a nuestro servicio como la del municipio e IESS, pero al ser gratuitas tienen una demanda muy grande y están sobre pobladas, particularmente como centro de recreación geriátrico privado seríamos pioneros en Guayaquil.

Vamos a escoger un centro de recreación que se asemeja a nuestro servicio como el Centro Gerontológico “Arsenio de la Torre Marcillo”, el mismo que es público, y lo hemos utilizado para compararlo con nuestro proyecto, no como competencia directa sino, como competencia indirecta.

A continuación mostraremos una tabla comparativa de acuerdo a diferentes factores:

Factores	Centro Gerontológico “Arsenio de la Torre Marcillo”	Proyecto Privado
Precio	Gratuito	Pagado
Nivel Económico	Todos los niveles	Medio Alto, Alto.
Servicio	Público	Privado
Edad	65 años o más	65 años o más
Sexo	Femenino y Masculino	Femenino y Masculino
Ubicación	Casa en la ciudad	Casa en el Campo

Tabla 6: Comparación de Centro Geriátrico
Elaborado por los Autores

4.7. CINCO FUERZAS DE PORTER



Ilustración 38: Cinco fuerzas de Porter
Elaborado por los Autores

4.7.1.-AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Es fácil la entrada, no hay ningún tipo de trabas para la entrada de competidores, ya que la demanda de este servicio es muy alta.

4.7.2. RIVALIDAD ENTRE COMPAÑÍAS

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos

En nuestro proyecto no existe competencia directa, debido a que no existe un centro de recreación geriátrico privado en la ciudad.

4.7.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante, es decir apoderarse de toda la línea de producción del proyecto

Pero este no es nuestro caso debido a que no tienen poder de negociación ya que nuestro negocio es brindar servicio a los mayores adultos, y el principal recurso es nuestro material humano y nuestra organización de actividades.

4.7.4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tenga varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo.

A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

Por ende el poder de negociación de los compradores es bajo, ya que no tenemos competencia y la demanda es muy alta.

4.7.5. AMENAZAS DE INGRESOS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Corremos el riesgo que en un mediano plazo, se despierte la expectativa en este tipo de proyectos y empiece a crearse competencia.

CAPITULO V ESTRATEGIAS DEL MERCADO

5.1. CONSIDERACIONES INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES

Con respecto a las consideraciones internacionales, las proyecciones del negocio no se ven afectadas de forma directa ya que el mercado internacional no ha presentado ningún tipo de interés para incursionar en esta rama en nuestro país.

Y en el aspecto nacional y local, de igual manera no nos sentimos afectados ya que nacionalmente son muy pocos estos tipos de centros por no decir casi nulos y localmente seríamos pioneros y al no contar con ningún tipo de competencia no nos vemos afectados en este sentido.

4.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y ESTACIONALIDAD

Una de las ideas es llegar a todas las personas de la tercera edad por varios medios de comunicación y hacerles saber sobre nuestro proyecto, causar una expectativa antes de abrirlo al público.

Crear esa necesidad de querer ir al centro de recreación, hacer entender a los familiares de los adultos mayores que con este tipo de proyectos podemos mejorar la calidad de vida del adulto mayor,

inclusive esto les ayudara para mejorar la relación familiar, hacerlos más participativos dentro de la familia ya que cuentan con una actividad diferente en el día la cual pueden compartir las experiencias con los familiares y así crear un mejor vinculo de comunicación.

También una estrategia es nuestra localización, ya que contando con una casa de campo a tan solo unos minutos de Guayaquil, podemos crear un ambiente original y diferente para el adulto mayor.

4.2.1. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Respecto al precio, vamos a tener unos precios que vayan de acuerdo a la calidad del producto que vayamos a brindar, y al no contar con competencia, este factor no nos preocupa ya que no nos encontramos en una competencia de precios.

A continuación mostraremos la tabla de servicios y precios:

Servicios	Precios
Actividades de Recreación	\$300, adicional un valor de \$250 Anual por concepto de matrícula
Transporte puerta a puerta	\$100
Alimentación y refrigerios	\$80

Tabla 7: Servicios y Precios respectivos
Elaborado por los Autores

Tenemos estimado un crecimiento de clientes de un 10% anual, por lo que los ingresos y gastos aumentarán en los años de proyección del proyecto.

4.2.2. ESTRATEGIA DE ESTACIONALIDAD

Creemos que nuestra época baja sería en el invierno, los meses de enero, febrero y marzo, tratándose de la época de temporada en nuestra región.

Muchas de las familias viajan en estas épocas, por eso pensamos que esta sería nuestra época baja, pero aun así nosotros seguiríamos atendiendo, y lo que haríamos es tratar de hacer mayor eventos y paseos como para incentivar al adulto mayor a que siga asistiendo al centro y crear esa necesidad de compartir tiempo de ocio con personas de su misma edad.

4.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PENETRACIÓN Y VENTA PERSONAL

Nuestro proyecto al tratarse de un servicio, tenemos que plantearlo de una manera diferente que a un producto. Nuestra estrategia de distribución o canales distribución de nuestro proyecto sería por medio de una campaña publicitaria del centro, volantes, mail (base de datos), participación en alguna feria, u alguna isla en diferentes centros comerciales, una vez ya en marcha la empresa lo más importante va a ser la promoción boca a boca.

Nuestra estrategia de penetración está enfocada a tener nuestra página Web, también poner anuncios en revistas conocidas, poner un par de islas en centros comerciales para información del centro. Y a promocionar telefónicamente con una base de datos con las que contamos.

Tendremos 2 vendedores free lance, y les facilitaremos con volantes, carpetas con información y capacitación acerca del centro de recreación.

4.4.- ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y GASTOS

Nuestra estrategia inicial de promoción va a ser un precio diferenciado para las parejas de adultos mayores que entren al centro, también si van hermanos al centro tendrían un precio diferenciado.

Esto motiva a los adultos mayores a incentivar a un allegado a que entre también al centro junto con ellos. Vamos a facilitar el uso de transporte privado para los adultos mayores que no cuenten con alguien que los pueda llevar y regresar,

Para no incurrir con tiempo y gastos en actividades que no son ligadas a nuestra actividad pero si muy necesarias para el negocio, tercializaríamos el servicio de transporte, seguridad y alimentación; y generaríamos una utilidad por los servicios de transporte y alimentación detallada a continuación.

	Transporte	Alimentación
Ingresos	100	80
Costos	80	70
Utilidad por unidad de servicio	20	10

Tabla 8: Utilidad por unidad de servicio
Elaborado por los Autores

Observamos que por la prestación del servicio de transporte tenemos una utilidad de \$20 por el número de clientes multiplicado por la aceptación del servicio que en este caso es del 87%, porque no todos los familiares van a necesitar este servicio; y por la prestación del servicio de alimentación una utilidad de \$10 por persona y donde abarcamos a todos los clientes porque es un servicio necesario.

4.5.- ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE COMERCIALIZACIÓN

TELEVISIÓN

Escogimos pautar con medio televisivos ya que por medio de estos podemos proyectar imágenes y sonido, además tienen un alcance alto y nos permiten llegar a nuestro target específico por programas.

Los canales nacionales que hemos escogido son los medios más vistos en general, mediante los programas y horarios podemos dirigirnos hacia nuestro específico grupo objetivo

Buscamos crear una difusión boca a boca ósea queremos promocionar el centro de recreación por estos espacios que la gente ve todas las mañanas, lo comenten a sus conocidos y así esparcir esto por medio del MARKETING VIRAL a los posibles clientes.

Aparte también se puede contratar espacios pagados, lo cual por el momento no queremos incurrir en esos gastos ya que hemos averiguado con varios canales en diferentes horarios y esto es una inversión muy grande.

El querer promocionarnos con comerciales televisivos no entra dentro de nuestro presupuesto todavía, es por eso que hemos buscado otros medios publicitarios que puedan crear el impacto esperado hacia nuestros futuros clientes.

Los programas matutinos a los cuales pediríamos que nos den un espacio serían:

- “El club de la mañana” en RTS
- “En contacto” en ECUAVISA
- “Cosas de Casa” en TC

PRENSA ESCRITA

Escogimos difundir nuestra campaña por este medio ya que cada periódico tiene una audiencia establecida lo que nos permite dirigirnos fácilmente a la nuestra.

Nuestra campaña tiene que tener mayor impacto entre gente de clase media alta y alta por lo cual pautaríamos en el diario que mayormente compra este target que es EL UNIVERSO.

También queremos que sea una campaña masiva y que sea reconocida en todo Guayaquil por eso nos enfocamos en este diario y no en otros que tal vez tengan más acogida en otras ciudades, nuestro mercado es solo para Guayaquil y Zamborondón.

Publicaríamos $\frac{1}{4}$ de página en vida y estilo o en el gran Guayaquil 2 veces por semana durante el periodo de expectativa y una vez comenzado el proyecto 1 vez por semana siendo sábado, domingo o lunes los días a escoger.

También publicaríamos en LA REVISTA que sale todos los domingos en EL UNIVERSO.

Sacaríamos anuncios de $\frac{1}{4}$ de página y tratando que nos saquen también en artículos gratis.

VALLAS PUBLICITARIAS

La finalidad de las vallas es de impactar en cuestión de segundos y es por eso que escogimos este medio también aparte de la ventaja estratégica que nos proporciona.

Nuestra campaña quiere tener gran impacto en todos los ciudadanos guayaquileños por lo que nuestras vallas estarán en sectores estratégicos de la ciudad.

- Vía Samborondón
- Vía a la costa
- Av. Fco. de Orellana en la Kennedy

PALETAS LUMINOSAS

Estos son de 2 caras (modelo D 1.20 x 1.80) por toda la ciudad principalmente en las calles más transitadas.

- Av. Víctor Emilio Estrada e Illanes
- Av. El Periodista

CAPITULO VI OPERACIONES

6.1.- RIESGOS INTERNOS

- No seleccionar correctamente al personal de trabajo.
- No definir óptimamente las funciones del personal.
- No seguir nuestra misión y visión de la empresa.
- Impuntualidad del personal debido a la distancia.
- No cumplir con todas las tareas asignadas.
- Que los adultos mayores pierdan el interés.
- La caída de algún adulto mayor en alguna actividad.
- Atraso con algún transporte.

6.2.- RIESGOS EXTERNOS

- Impuntualidad de los adultos mayores en la mañana.
- Que el paciente termine su asistencia al centro debido a algún problema de salud.
- Que algún adulto mayor presente una mala actitud en el centro.
- Que los familiares de los adultos mayores no colaboren.
- Que llame la atención nuestro proyecto y se creen competencias en el mercado.
- Algún imprevisto como: cortes de energía, servicios básicos, paros de transportistas, etc.

- En el invierno se complique la entrada al centro.
- Que nuestros colaboradores terminen su contrato por otras ofertas.

6.3.- PLANES DE CONTINGENCIA

En nuestro proyecto vamos a plantear 2 planes de contingencia, el primer plan si el proyecto tiene buena aceptación y demanda, el segundo plan si el proyecto no está rindiendo lo esperado.

PLAN 1:

Si el proyecto tiene la aceptación deseada podemos ir creciendo físicamente dentro de nuestro mismo terreno, ya que este es lo suficientemente grande para cualquier tipo de ampliación a futuro.

PLAN 2:

Si el proyecto no está rindiendo con lo esperado, tendríamos que enfocar de otra manera el centro, podría ser permitiendo la entrada a personas que no puedan valerse por sí mismos, adaptando a la infraestructura rampas y demás arreglos para que el centro este adecuado para los adultos mayores con problemas, también nos tocaría contratar más enfermeros /as de apoyo.

6.4 PROVISIONES Y SEGUROS

Vamos a contar con alerta médica para cualquier tipo de accidente que haya dentro del centro de recreación. También con un médico de planta para cualquier tipo de inconveniente que pueda presentar algún adulto mayor. Y la enfermería para atender cualquier tipo de emergencia.

6.5 SERVICIOS

Los servicios adicionales que los que brindaremos en el centro serían tercerizados, para evitar incurrir en gastos extras y preocupaciones que no tienen que ver con lo que es nuestro proyecto, por lo menos en un principio.

Estos servicios serían:

- Alimentación (una empresa de comida saludable y dietas, que pase un menú semanal)
- Transporte (servicio de furgonetas con todas las comodidades y servicio de transporte puerta a puerta)
- Seguridad (empresa de seguridad que preste servicio de guardianía las 24 horas)

6.6 ACTIVIDADES

1. Actividades lúdicas
2. Baile y canto
3. Carpintería
4. Circulo de lectura
5. Pintura
6. Actividades física
7. Caminatas al aire libre
8. Computación
9. Cine fórum
10. Discusión de documentales
11. Manualidades
12. Clases de cocina y pastelería
13. Jardinería
14. Yoga
15. Juegos varios
16. Salidas (museos, cines, teatros, parques, etc.)
17. Fiestas
18. Obras de teatro
19. Exposiciones varios

CAPITULO VII ESTUDIO FINANCIERO

7.1.- INVERSIÓN INICIAL

La inversión es considerada como el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

Dentro de la Inversión Inicial del Proyecto tenemos:

INVERSIÓN INICIAL	
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 800.00
EDIFICIO	\$ 160,830.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 52,037.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 18,864.00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 8,848.00
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 7,383.00
GASTOS DE PUBLICIDAD	15,300.00
GASTOS VARIOS	\$ 5,480.00
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	\$ 269,542.00

Tabla 9: Inversión Inicial
Elaborado por los Autores

7.1.1 POLÍTICA DE INVERSIÓN

La inversión la realizaremos por medio de un préstamo Bancario a la CFN correspondiente a un 66,67% y Capital Propio correspondiente a 33,33%. Parte correspondiente a un 11,11% por accionista.

Financiamiento del Proyecto		
Estructura del Capital		
Capital propio	\$ 100,000.00	33%
Préstamo	\$ 200,000.00	67%
Total	\$ 300,000.00	100%

Tabla 10: Política de Capital
Elaborado por los Autores

7.1.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son aquellos que se mantienen durante más de un año y se utilizan para llevar a cabo la actividad de la empresa. Los terrenos, edificios, equipos, muebles, y maquinaria son ejemplos de activos fijos. Cuando se compra un activo fijo, todos los costos incurridos para su adquisición e instalación se cargan a la cuenta de activos fijos. Los gastos que se relacionan con los terrenos se pueden cargar tanto a "terrenos", a "mejoras de terrenos" o a "inmuebles", dependiendo de lo permanentes que sean y de cuánto tiempo se espera que duren.

EDIFICIO

Debido a que contamos con un terreno para el geriátrico, solamente se incurrió en Gastos de Construcción del edificio.

CONSTRUCCION DE OBRA CIVIL	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
CERRAMIENTO TERRENO	m2	200	\$ 14,00	\$ 2.800,00
ÁREAS VERDES	m2	900	\$ 5,00	\$ 4.500,00
GARITA DE INGRESO	m2	12	\$ 55,00	\$ 660,00
BLOQUE ADMINISTRATIVO CONSTRUCCIÓN	m2	340	\$ 220,00	\$ 74.800,00
CAPILLA	m2	70	\$ 160,00	\$ 11.200,00
SALON DE USOS MÚLTIPLES	m2	200	\$ 160,00	\$ 32.000,00
DEPARTAMENTO MÉDICO	m2	103	\$ 160,00	\$ 16,480,00
VIVIENDA GUARDIAN	m2	64	\$ 120,00	\$ 7.680,00
HUERTO	m2	30	\$ 15,00	\$ 450,00
PLAZOLETAS	m2	80	\$ 18,00	\$ 1.440,00
PARQUEADEROS	m2	1270	\$ 6,00	\$ 7.620,00
ILUMINACION EXTERIOR	U	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
EDIFICACION				\$ 160.830,00

Tabla 11: Inversión de Edificación
Elaborado por el Arq. John Mena

MUEBLES Y ENSERES

Se invierte en Muebles y Enseres en un monto de \$ 52.037,00. Esta Inversión será destinada para implementar y adecuar el Centro Geriátrico y brindar comodidad a cada uno de nuestros clientes que en este caso con los ancianos y el área administrativa.

DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
BANCAS DE ACERO	U	20	\$ 359,00	\$ 7.180,00
BANCAS DE MADERA	U	10	\$ 359,00	\$ 3.590,00
COLCHONETAS	U	20	\$ 24,00	\$ 480,00
CONSOLAS	U	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
CUADROS	U	11	\$ 80,00	\$ 880,00
ESCRITORIO	U	1	\$ 150,00	\$ 150,00
ESCRITORIO OPERATIVO TIPO CAUNTER	U	1	\$ 215,00	\$ 215,00
ESCRITORIOS EN L TIPO GERENCIA	U	2	\$ 450,00	\$ 900,00
ESCRITORIOS INDIVIDUALES RECTOS	U	8	\$ 550,00	\$ 4.400,00
ESPEJOS	M2	5	\$ 25,00	\$ 125,00
FAROLAS	U	20	\$ 80,00	\$ 1.600,00
JUEGOS DE MESA	GLOBAL	1	\$ 300,00	\$ 300,00
LOCKERS PARA AULAS	U	14	\$ 350,00	\$ 4.900,00
MESA	U	2	\$ 80,00	\$ 160,00
MESA DE AULAS PARA 4 PESONAS	U	4	\$ 200,00	\$ 800,00
MESA DE AULAS PARA 8 PESONAS	U	2	\$ 300,00	\$ 600,00
MESA DE BILLAR	U	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
MESA DE CENTRO	U	6	\$ 80,00	\$ 480,00
MESA DE COMEDOR PARA 8 PERSONAS	U	7	\$ 500,00	\$ 3.500,00
MESA DE PING PONG	U	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
MESA ESQUINERA	U	1	\$ 60,00	\$ 60,00
MESA PARA 10 PESONAS	U	1	\$ 700,00	\$ 700,00
MESA PARA 4 PERSONAS	U	2	\$ 322,00	\$ 644,00
MESAS CON PARASOLES Y SILLAS	U	5	\$ 224,00	\$ 1.120,00
MUEBLES DE COMEDOR	U	2	\$ 400,00	\$ 800,00
SILLA	U	2	\$ 45,00	\$ 90,00
SILLA OPERATIVA	U	9	\$ 200,00	\$ 1.800,00
SILLAS APILABLES	U	251	\$ 8,00	\$ 2.008,00
SILLAS DE COMEDOR	U	56	\$ 45,00	\$ 2.520,00
SILLAS GERENCIA	U	2	\$ 400,00	\$ 800,00
SILLAS INDIVIDUALES	U	7	\$ 135,00	\$ 945,00
SOFA BIPERSONAL	U	6	\$ 490,00	\$ 2.940,00
SOFA TRIPERSONAL	U	1	\$ 600,00	\$ 600,00
SOFA UNIPERSONAL	U	7	\$ 250,00	\$ 1.750,00
MUEBLES Y ENSERES				\$ 52.037,00

Tabla 12: Inversión de Muebles y Enseres
Elaborado por los Autores

EQUIPOS DE OFICINA

Se incurrirá en una inversión de Equipos de Afina para condicionar el área Administrativa, y demás secciones en donde se realizaran las diferentes actividades de recreación, con un monto de **\$ 18.864,00**

DESCRIPCIÓN	UNID.	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
AIRE ACONDICIONADO DE PARED SPLIT	U	11	\$ 700,00	\$ 7.700,00
ALTO PARLANTE	U	1	\$ 350,00	\$ 350,00
BATIDORA OSTER	U	4	\$ 25,00	\$ 100,00
BOTELLON Y DISPENSADOR DE AGUA	U	5	\$ 160,00	\$ 800,00
COCINA Y HORNO	U	1	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00
CONGELADOR	U	1	\$ 734,00	\$ 734,00
EQUIPO DE MUSICA	U	1	\$ 400,00	\$ 400,00
KARAOKE	U	1	\$ 400,00	\$ 400,00
LICUADORA OSTER	U	4	\$ 70,00	\$ 280,00
MICROFONO	U	2	\$ 60,00	\$ 120,00
MICROONDAS	U	1	\$ 80,00	\$ 80,00
PROYECTOR INFOCUS	U	1	\$ 850,00	\$ 850,00
REFRIGERADOR	U	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
SECADOR DE MANOS	U	6	\$ 150,00	\$ 900,00
TALADRO PERCUTOR	U	1	\$ 45,00	\$ 45,00
TELEVISORES	U	3	\$ 1.100,00	\$ 3.300,00
TOSTADORA OSTER	U	1	\$ 55,00	\$ 55,00
EQUIPOS DE OFICINA				\$ 18.864,00

Tabla 13: Inversión de Equipos de Oficina
Elaborado por los Autores

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Se invierte en Equipos de Computación **\$ 8.848,00** lo que involucra la compra de equipo de cómputo y accesorios de computación.

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
COMPUTADORA	U	12	\$ 700,00	\$ 8.400,00
IMPRESORA	U	4	\$ 112,00	\$ 448,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$ 8.848,00

Tabla 14: Inversión de Equipos de Computación
Elaborado por los Autores

SUMINISTROS Y MATERIALES

Los gastos de suministros y materiales en los que se incurrirán es de **\$7,383.00** que se utilizarán para las diferentes actividades recreativas y para el área administrativa.

DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
ALCUZA DE SAL ,PIMIENTA Y ACEITE	U	10	\$ 5,00	\$ 50,00
BANDEJAS	U	10	\$ 8,00	\$ 80,00
BASUREROS	U	24	\$ 10,00	\$ 240,00
CARPETAS ARCHIVADORAS	U	100	\$ 3,00	\$ 300,00
CARRETILLA JARDINERO COLOR TOMATE	U	2	\$ 40,00	\$ 80,00
CINTA SKOCH	U	6	\$ 0,50	\$ 3,00
CORTINAS	m2	25	\$ 14,00	\$ 350,00
DISPENSADOR DE JABON	U	10	\$ 6,00	\$ 60,00
DISPENSADOR DE PAPEL HIGIENICO	U	14	\$ 165,00	\$ 2.310,00
ESFEROGRAFICOS	U	250	\$ 0,30	\$ 75,00
FUMIGADORA	U	1	\$ 20,00	\$ 20,00
GOMA	U	6	\$ 0,50	\$ 3,00
GRAPADORA	U	6	\$ 2,00	\$ 12,00
JUEGO DE HERRAMIENTAS PARA JARDIN	U	15	\$ 6,00	\$ 90,00
JUEGOS DE CUBIERTOS	U	120	\$ 5,00	\$ 600,00
MANGUERA DE JARDIN	ML	30	\$ 1,20	\$ 36,00
MANTELES PARA MESAS DE COMEDOR	U	14	\$ 18,00	\$ 252,00
MATERIALESIALES DE JARDIN	GLOBAL	1	\$ 600,00	\$ 600,00
PALA TIPO GOLONDRINA	U	2	\$ 5,00	\$ 10,00
PAPEL MEMBRETADO	U	300	\$ 0,08	\$ 24,00
PERFORADORA	U	6	\$ 4,00	\$ 24,00
PLATOS CHICOS	U	120	\$ 0,35	\$ 42,00
PLATOS GRANDES	U	120	\$ 1,00	\$ 120,00
REGLA	U	6	\$ 0,50	\$ 3,00
RESMA DE PAPEL	U	5	\$ 4,00	\$ 20,00
SACAPUNTA	U	6	\$ 0,50	\$ 3,00
SERRUCHO	U	2	\$ 5,00	\$ 10,00
SERVILLETOS	U	10	\$ 3,00	\$ 30,00
SIERRA SANFLEX	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
SOBRE MANTELES	U	14	\$ 15,00	\$ 210,00
SOBRES	U	500	\$ 0,09	\$ 45,00
SUMINISTROS VARIOS	GLOBAL	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TASAS DE CAFÉ	U	120	\$ 0,50	\$ 60,00
TELEFONO	U	5	\$ 30,00	\$ 150,00
TUERA PARA PODAR	U	15	\$ 5,00	\$ 75,00
TUERAS	U	6	\$ 0,50	\$ 3,00
TINTA IMPRESORA	U	4	\$ 35,00	\$ 140,00
VASOS	U	100	\$ 0,50	\$ 50,00
SUMINISTROS Y MATERIALES VARIOS				\$ 7.383,00

Tabla 15: Inversión de Suministros y Materiales
Elaborado por los Autores

7.1.3 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Los Gastos de Constitución son aquellos que suelen identificarse como los concernientes a notarías, registros, honorarios de abogados e impuestos, los de primer establecimiento hacen referencia al conjunto de aspectos económicos y técnicos llevados a cabo con anterioridad a la puesta en marcha del negocio, en los que incurrimos en un monto de **\$800.00**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Registro de logo, slogan y título	\$ 185.00
Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos	\$ 35.00
Solicitud de tasa de habilitación(municipio)	\$ 2.50
Permiso municipal por uso del suelo	\$ 25.00
Gastos de constitución de la empresa	\$ 236.00
Ruc-Sri- copia	\$ 16.50
Honorarios de abogado(por tramites legales)	\$ 300.00
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 800.00

Tabla 16: Gastos de Constitución
Elaborado por los Autores

7.1.4 GASTOS DE PUBLICIDAD

Los gastos de publicidad son considerados dentro de la inversión inicial, puesto que esta es la manera por medio de la cual el cliente va a conocer nuestros servicios, y en el que incurriremos a un monto de **\$15,300.00**

DESCRIPCIÓN	UNID.	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
DISEÑO DE SITIO WEB	GLOBAL	1	\$ 450.00	\$ 450.00
VAYAS	U	4	\$ 2,000.00	\$ 8,000.00
PERIODICOS (EL UNIVERSO)	GLOBAL	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
PALETAS LUMINOSAS	U	5	\$ 550.00	\$ 2,750.00
SOUVENIR PLUMAS,LLAVEROS,GORRAS,TARJETAS	U	1000	\$ 0.80	\$ 800.00
FOLLETERIA DE UBICACION Y SERVIC	U	2000	\$ 0.15	\$ 300.00
GASTOS DE PUBLICIDAD				\$ 15,300.00

Tabla 17: Gasto de Publicidad
Elaborado por los Autores

6.1.5 GASTOS VARIOS

Estos gastos corresponden a aquellos en los que no se incurrirán periódicamente, estos son uniformes de personal, señalización, entre otros; y que corresponden a un monto de **\$5,480.00**

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
SEÑALETICA	GLOBAL	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
JEANS	U	20	\$ 16.00	\$ 320.00
MANDIL ENFERMERIA	U	3	\$ 20.00	\$ 60.00
CAMISETA COELLO REDONDO	U	20	\$ 3.50	\$ 70.00
GORRAS	U	20	\$ 4.00	\$ 80.00
CÉSPED	m2	1000	\$ 3.00	\$ 3,000.00
ÁRBOLES	U	300	\$ 2.50	\$ 750.00
GASTOS VARIOS				\$ 5,480.00

Tabla 18: Inversión en Gastos Varios
Elaborado por los Autores

7.2 BALANCE GENERAL

El Balance general nos das un informe de la escenario de la empresa para un periodo dado es decir nos brinda información acerca de la cantidad con la que cuenta la empresa en activos, de las deudas que mantiene y de la estructura del financiamiento de su capital.

El balance general cuenta con tres componentes que son:

Los activos en el cual se coloca la cantidad invertida y a la vez nos sirve para ver la viabilidad del proyecto.

Los pasivos en los cuales se contabilizan los gastos, que generan información para medir el costo y la toma de decisiones de financiamiento.

El patrimonio se registra la inversión y utilidades de los accionistas que permite medir la bondad del proyecto desde la perspectiva de los accionistas.

Balance General	
Activo	
Activo Circulante	
Caja/Bancos	\$ 30,458.00
Total de Activo	<u>\$ 30,458.00</u>
Activos Diferidos	
Publicidad Pre pagada	\$ 15,300.00
Suministros y Materiales	\$ 7,383.00
Total de Activos	<u>\$ 22,683.00</u>
Activo Fijo	
Terreno	\$ 60,000.00
Edificio	\$ 160,830.00
Muebles de oficina	\$ 52,037.00
Equipos de Oficina	\$ 18,864.00
Equipos de Computación	\$ 8,848.00
Total de Activo Fijo	<u>\$ 300,579.00</u>
Activos Diferidos	
Gasto de Constitución	\$ 800.00
Otro Activos	\$ 5,480.00
Total de Activos Diferidos	<u>\$ 6,280.00</u>
Total de Activo	<u>\$ 360,000.00</u>
Pasivo	
Pasivo a Largo Plazo	
Préstamo Bancario 66,67%	\$ 200,000.00
Total de Pasivo a Largo Plazo	<u>\$ 200,000.00</u>
Total de Pasivo	<u>\$ 200,000.00</u>
Patrimonio	
Capital	
Acciones Ordinarias 33,33%	\$ 100,000.00
Participación Patrimonial	\$ 60,000.00
Total de Patrimonio	<u>\$ 160,000.00</u>
Pasivo + Patrimonio	<u>\$ 360,000.00</u>

Tabla 19: Balance General
Elaborado por los Autores

7.3 DEPRECIACIONES

Estos activos se depreciaron por Línea Recta:

Depreciación de Equipos de Oficina			
PERÍODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	ACTIVO FIJO NETO
0			\$ 18,864.00
1	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 16,977.60
2	\$ 1,886.40	\$ 3,772.80	\$ 15,091.20
3	\$ 1,886.40	\$ 5,659.20	\$ 13,204.80
4	\$ 1,886.40	\$ 7,545.60	\$ 11,318.40
5	\$ 1,886.40	\$ 9,432.00	\$ 9,432.00

Tabla 20: Depreciación de Equipos de Oficina
Elaborado por los Autores

Depreciación de Muebles de Oficina			
PERÍODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	ACTIVO FIJO NETO
0			\$ 52,037.00
1	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 46,833.30
2	\$ 5,203.70	\$ 10,407.40	\$ 41,629.60
3	\$ 5,203.70	\$ 15,611.10	\$ 36,425.90
4	\$ 5,203.70	\$ 20,814.80	\$ 31,222.20
5	\$ 5,203.70	\$ 26,018.50	\$ 26,018.50

Tabla 21: Depreciación de Muebles y Enseres
Elaborado por los Autores

Depreciación de Edificio			
PERÍODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPREC.IACIÓN ACUMULADA	ACTIVO FIJO NETO
0			\$ 160,830.00
1	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 152,788.50
2	\$ 8,041.50	\$ 16,083.00	\$ 144,747.00
3	\$ 8,041.50	\$ 24,124.50	\$ 136,705.50
4	\$ 8,041.50	\$ 32,166.00	\$ 128,664.00
5	\$ 8,041.50	\$ 40,207.50	\$ 120,622.50

Tabla 22: Depreciación de Edificio
Elaborado por los Autores

Los Equipos de computación se los depreció por el Método de Depreciación Acelerada.

Depreciación Anual de Equipos de Computación				
PERÍODO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	ACTIVO FIJO NETO	%
0			\$ 8,848.00	
1	\$ 5,308.80	\$ 5,308.80	\$ 3,539.20	60%
2	\$ 2,654.40	\$ 7,963.20	\$ 884.80	30%
3	\$ 884.80	\$ 8,848.00	\$ 0.00	10%

Tabla 23: Depreciación de Equipo de Computación
Elaborado por los Autores

En el flujo de caja, también debemos incluir el valor de desecho de los activos tangibles al final del período del proyecto, para determinar este valor, hemos utilizado el Método del Valor Comercial, como se detalla a continuación:

Depreciación de los Activos Fijos							
Activo	Valor de Compra	Vida Contable	Depreciación Anual	Años Depreciándose	Depreciación Acumulada	Valor en Libros	Venta Estimada
Edificio	\$ 160,830.00	20	\$ 8,041.50	5	\$ 40,207.50	\$ 120,622.50	\$ 124,000.00
Muebles y Enseres	\$ 52,037.00	10	\$ 5,203.70	5	\$ 26,018.50	\$ 26,018.50	\$ 28,000.00
Equipos de Oficina	\$ 18,864.00	10	\$ 1,886.40	5	\$ 9,432.00	\$ 9,432.00	\$ 10,000.00
Equipos de Computación	\$ 8,848.00	3	\$ 2,949.33	3	\$ 8,848.00	\$ 0.00	\$ 9,000.00
		Depreciación	\$ 18,080.93		Valor de Desecho	\$ 156,073.00	\$ 171,000.00

Tabla 24: Depreciación de Activos Fijos
Elaborado por los Autores

Valor de Desecho Comercial		
Venta		\$ 171,000.00
Valor en Libros		\$ 156,073.00
Utilidad Bruta		\$ 14,927.00
Impuesto	25%	\$ 3,731.75
Utilidad Neta		\$ 11,195.25
Valor en Libros		\$ 156,073.00
Valor de Desecho		\$ 167,268.25

Tabla 25: Valor de Desecho Comercial
Elaborado por los Autores

7.4 AMORTIZACIONES

La inversión inicial de la del Centro de Recreación Geriátrico es de **\$269,542.00**, la cual será financiada 33,33% capital propio y 66,67% mediante un préstamo a la CFN a 15 años, con una tasa del 11% anual. De los cuales 30,458.00 se mantendrán en Caja para mantener una liquidez y poder solventar gastos imprevistos.

PERIODO	PAGO PERIODICO	CAPITAL	INTERES	SALDO
0				\$ 200,000.00
1	\$ 27,813.05	\$ 5,813.05	\$ 22,000.00	\$ 194,186.95
2	\$ 27,813.05	\$ 6,452.48	\$ 21,360.56	\$ 187,734.47
3	\$ 27,813.05	\$ 7,162.26	\$ 20,650.79	\$ 180,572.21
4	\$ 27,813.05	\$ 7,950.10	\$ 19,862.94	\$ 172,622.11
5	\$ 27,813.05	\$ 8,824.62	\$ 18,988.43	\$ 163,797.49
6	\$ 27,813.05	\$ 9,795.32	\$ 18,017.72	\$ 154,002.17
7	\$ 27,813.05	\$ 10,872.81	\$ 16,940.24	\$ 143,129.36
8	\$ 27,813.05	\$ 12,068.82	\$ 15,744.23	\$ 131,060.54
9	\$ 27,813.05	\$ 13,396.39	\$ 14,416.66	\$ 117,664.15
10	\$ 27,813.05	\$ 14,869.99	\$ 12,943.06	\$ 102,794.16
11	\$ 27,813.05	\$ 16,505.69	\$ 11,307.36	\$ 86,288.47
12	\$ 27,813.05	\$ 18,321.32	\$ 9,491.73	\$ 67,967.15
13	\$ 27,813.05	\$ 20,336.66	\$ 7,476.39	\$ 47,630.49
14	\$ 27,813.05	\$ 22,573.69	\$ 5,239.35	\$ 25,056.80
15	\$ 27,813.05	\$ 25,056.80	\$ 2,756.25	\$ 0.00

Tabla 26: Amortización de Capital
Elaborado por los Autores

7.5 INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO

Ingresos Anuales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de clientes	75	83	91	100	110
Ingreso por matrícula	\$ 18,750.00	\$ 20,625.00	\$ 22,687.50	\$ 24,956.25	\$ 27,451.88
Ingreso por pensiones	\$ 270,000.00	\$ 297,000.00	\$ 326,700.00	\$ 359,370.00	\$ 395,307.00
Ingreso por Alimentación	\$ 72,000.00	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20
Ingreso por transporte	\$ 78,300.00	\$ 86,130.00	\$ 94,743.00	\$ 104,217.30	\$ 114,639.03
Total de Ingresos	\$ 439,050.00	\$ 482,955.00	\$ 531,250.50	\$ 584,375.55	\$ 642,813.11

Tabla 27: Ingresos Anuales
Elaborado por los Autores

Asumimos los siguientes Egresos:

Egresos Anuales					
Costos de Transporte	\$ 62,640.00	\$ 68,904.00	\$ 75,794.40	\$ 83,373.84	\$ 91,711.22
Costos de Alimentos	\$ 63,000.00	\$ 69,300.00	\$ 76,230.00	\$ 83,853.00	\$ 92,238.30
Gastos de Seguridad	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00
Gastos de Publicidad	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00
Gastos Varios	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00
Suministros y materiales	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00
Gastos de Servicios Básicos	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00
Sueldos y Salarios	\$ 184,448.85	\$ 190,013.10	\$ 190,013.10	\$ 195,577.35	\$ 201,141.60
Gastos de Interés	\$ 22,000.00	\$ 21,360.56	\$ 20,650.79	\$ 19,862.94	\$ 18,988.43
Amortización de Capital	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05
Total de Egresos	\$ 393,788.85	\$ 411,277.66	\$ 424,388.29	\$ 444,367.13	\$ 465,779.56

Tabla 28: Egresos Anuales
Elaborado por los Autores

7.6 ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Estado de Resultados proyectado a 5 años					
Centro de Recreación Geriátrico					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ingreso x matrícula	\$ 18,750.00	\$ 20,625.00	\$ 22,687.50	\$ 24,956.25	\$ 27,451.88
Ingreso x pensiones	\$ 270,000.00	\$ 297,000.00	\$ 326,700.00	\$ 359,370.00	\$ 395,307.00
Ingreso x Alimentación	\$ 72,000.00	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20
Ingreso x transporte	\$ 78,300.00	\$ 86,130.00	\$ 94,743.00	\$ 104,217.30	\$ 114,639.03
Total de Ingresos	\$ 439,050.00	\$ 482,955.00	\$ 531,250.50	\$ 584,375.55	\$ 642,813.11
COSTOS					
Costos de Transporte (Servicio Tercerizado)	\$ 62,640.00	\$ 68,904.00	\$ 75,794.40	\$ 83,373.84	\$ 91,711.22
Costos de Alimentos (Servicio Tercerizado)	\$ 63,000.00	\$ 69,300.00	\$ 76,230.00	\$ 83,853.00	\$ 92,238.30
(-) Costo de venta	\$ 125,640.00	\$ 138,204.00	\$ 152,024.40	\$ 167,226.84	\$ 183,949.52
(=) Utilidad bruta	\$ 313,410.00	\$ 344,751.00	\$ 379,226.10	\$ 417,148.71	\$ 458,863.58
GASTOS					
Gastos Operativos					
Gastos de publicidad	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00
Gastos varios	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00
Gastos de Suministros de Oficina	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00
Gastos de Servicios Básicos	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00
Sueldos y Salarios	\$ 184,448.85	\$ 190,013.10	\$ 190,013.10	\$ 195,577.35	\$ 201,141.60
Depreciación de Edificio	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 5,308.80	\$ 2,654.40	\$ 884.80	\$ 0.00	\$ 0.00
Amortización de Gastos de Constitución	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Gastos de Seguridad	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00
Total de Gastos Operativos	\$ 266,669.25	\$ 269,579.10	\$ 267,809.50	\$ 272,488.95	\$ 278,053.20
Utilidad Operativa	\$ 46,740.75	\$ 75,171.90	\$ 111,416.60	\$ 144,659.76	\$ 180,810.38
Gastos no Operativos					
Gastos de Interés	\$ 22,000.00	\$ 21,360.56	\$ 20,650.79	\$ 19,862.94	\$ 18,988.43
Total de Gastos no Operativos	\$ 22,000.00	\$ 21,360.56	\$ 20,650.79	\$ 19,862.94	\$ 18,988.43
Utilidad antes de Participación de Trabajadores	\$ 24,740.75	\$ 53,811.34	\$ 90,765.81	\$ 124,796.82	\$ 161,821.95
15% Participación de Trabajadores	\$ 3,711.11	\$ 8,071.70	\$ 13,614.87	\$ 18,719.52	\$ 24,273.29
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	\$ 21,029.64	\$ 45,739.63	\$ 77,150.94	\$ 106,077.29	\$ 137,548.66
25% Impuesto a la Renta	\$ 5,257.41	\$ 11,434.91	\$ 19,287.73	\$ 26,519.32	\$ 34,387.16
Utilidad Neta	\$ 15,772.23	\$ 34,304.73	\$ 57,863.20	\$ 79,557.97	\$ 103,161.49

Tabla 29: Estados de Resultados
Elaborado por los Autores

7.7 INDICADORES PARA LA ACEPTACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto se va a financiar una parte con capital propio y una parte con deuda, para determinar la tasa de descuento del proyecto se requiere saber tanto la tasa de interés de la deuda que como se señaló anteriormente es del 11%, y el costo del capital propio o patrimonial, para lo que utilizaremos el modelo CAPM.

Los datos que se usaron para calcular el costo patrimonial por el método del CAPM son:

- Un Beta promedio de 2.82 para los mercados emergentes.
- Un Riesgo país de 8.42%.
- Una prima por riesgo del 4.95% para nuestro país.
- Una tasa libre de riesgo en promedio 1.92% que vendría a ser la rentabilidad de los Bonos del Tesoro a cinco años.

Re =	15.88%
rf =	1.92%
(rm - rf)=	4.95%
B=	2.82
Rp =	8.42%
Re= rf + B(rm-rf)	
CAPM= Rk Rk= Re + Rp	
Rk= 24.30%	

Tabla 30 Calculo de CAPM
Elaborado por los Autores

7.8 TASA DE DESCUENTO (TMAR)

Hemos definido a la TMAR como la menor cantidad de dinero que se espera obtener como rendimiento de un capital puesto a trabajar de manera de poder cubrir los compromisos de costos de capital.

Para realizar el cálculo de la TMAR nos basaremos en el enfoque de los costos ponderados de capital, cuyo objetivo es reflejar la tasa de descuento apropiada a la que deben descontarse los flujos. La TMAR incorpora la tasa de descuento de los accionistas y la tasa de interés que cobra la persona que nos está realizando el préstamo, y la tasa de impuesto corporativos, siendo esta del 25%; por lo cual se considera una estimación importante para el proyecto, pues contamos con apalancamiento, constituyéndose este como un riesgo debido al préstamo contraído. A continuación se describe la formula a utilizar para este cálculo.

$$TMAR = L(1 - T)rd + rk(1 - L)$$

Reemplazando valores establecidos para nuestro proyecto se tiene que la TMAR es 13.60%.

<u>Costo Promedio Ponderado de Capital</u>	
Deuda corresponde el 66,67% de Financiamiento (L)	66.67%
Recurso propios 33,33% (1-L)	33.33%
Rentabilidad del acreedor de la deuda (Rd)	11%
Impuesto de 25% (t)	25%
Rentabilidad del accionista (Rk)	24.30%
TMAR=66,67%*(1-25%)*11% + 24.30%*(1-66,67%)= 13.60%	

Tabla 31: Calculo de TMAR
Elaborado por los Autores

7.9 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN o Valor actual Neto es el valor de los Flujos de Efectivo esperados menos la inversión Inicial del Proyecto.

En nuestro proyecto este fue calculado con la suma de los Flujos Anuales y el valor de la TMAR, esta tasa es del 13.60% obteniendo así un valor de \$ 164,769.47 por concepto del VAN.

Este valor nos indica que ya para el segundo año aproximadamente, se recuperará el total de la inversión inicial, lo cual es altamente positivo, ya que los accionistas podrán recuperar su inversión en un corto plazo y también obtendrán una buena utilidad.

7.10 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Otro criterio que se utilizará para evaluar al proyecto, será el de la TIR, que medirá la rentabilidad de nuestro proyecto de manera porcentual, se obtuvo que fue del 54%

La TIR, que es la tasa que hace al VAN igual a cero, es lógicamente mayor a la tasa de descuento, ya que obtuvimos un VAN positivo, siguiendo este criterio tenemos otra razón más para no rechazar la ejecución del proyecto.

7.11.- PROYECCIÓN A CINCO AÑOS (FLUJO DE CAJA)

El flujo de caja determina la solidez financiera del proyecto, es decir la cantidad de efectivo que se obtendría en un tiempo fijado en el futuro, colocamos en este estado financiero todos los ingresos y egresos que se dan en el momento establecido en que se reciben y pagan, en un promedio de vida útil del proyecto de cinco años.

Flujo de Caja
Centro de Recreacion Geriatrico

	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Numero de Clientes		75	83	91	100	110
INGRESOS						
Ingreso x matricula		\$ 18,750.00	\$ 20,625.00	\$ 22,687.50	\$ 24,956.25	\$ 27,451.88
Ingreso x pensiones		\$ 270,000.00	\$ 297,000.00	\$ 326,700.00	\$ 359,370.00	\$ 395,307.00
Ingreso x Alimentación		\$ 72,000.00	\$ 79,200.00	\$ 87,120.00	\$ 95,832.00	\$ 105,415.20
Ingreso x transporte		\$ 78,300.00	\$ 86,130.00	\$ 94,743.00	\$ 104,217.30	\$ 114,639.03
Total de Ingresos		\$ 439,050.00	\$ 482,955.00	\$ 531,250.50	\$ 584,375.55	\$ 642,813.11
COSTOS						
Costos de Transporte (Servicio Tercerizado)		\$ 62,640.00	\$ 68,904.00	\$ 75,794.40	\$ 83,373.84	\$ 91,711.22
Costos de Alimentos (Servicio Tercerizado)		\$ 63,000.00	\$ 69,300.00	\$ 76,230.00	\$ 83,853.00	\$ 92,238.30
(-) Costo de venta		\$ 125,640.00	\$ 138,204.00	\$ 152,024.40	\$ 167,226.84	\$ 183,949.52
(=)Utilidad bruta		\$ 313,410.00	\$ 344,751.00	\$ 379,226.10	\$ 417,148.71	\$ 458,863.58
GASTOS						
Gastos Operativos						
Gastos de Suministros de Oficina		\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00
Gastos de publicidad		\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00	\$ 28,100.00
Gastos de Servicios Basicos		\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00	\$ 6,840.00
Gastos varios		\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00	\$ 11,760.00
Sueldos y Salarios		\$ 184,448.85	\$ 190,013.10	\$ 190,013.10	\$ 195,577.35	\$ 201,141.60
Depreciacion de Edificio		\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50
Depreciacion de Muebles y Enseres		\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70
Depreciacion de Equipos de Oficina		\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40
Depreciacion de Equipos de Computacion		\$ 5,308.80	\$ 2,654.40	\$ 884.80	\$ 0.00	\$ 0.00
Amortizacion de Gastos de Constitucion		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Gastos de Seguridad		\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00
Total de Gastos Operativos		\$ 266,669.25	\$ 269,579.10	\$ 267,809.50	\$ 272,488.95	\$ 278,053.20
Utilidad Operativa		\$ 46,740.75	\$ 75,171.90	\$ 111,416.60	\$ 144,659.76	\$ 180,810.38
Gastos no Operativos						
Gastos de Interes		\$ 22,000.00	\$ 21,360.56	\$ 20,650.79	\$ 19,862.94	\$ 18,988.43
Total de Gastos no Operativos		\$ 22,000.00	\$ 21,360.56	\$ 20,650.79	\$ 19,862.94	\$ 18,988.43
Utilidad antes de Participacion de Trabajadores		\$ 24,740.75	\$ 53,811.34	\$ 90,765.81	\$ 124,796.82	\$ 161,821.95
15% Participacion de Trabajadores		\$ 3,711.11	\$ 8,071.70	\$ 13,614.87	\$ 18,719.52	\$ 24,273.29
Utilidad antes del Impuesto a la Renta		\$ 21,029.64	\$ 45,739.63	\$ 77,150.94	\$ 106,077.29	\$ 137,548.66
25% Impuesto a la Renta		\$ 5,257.41	\$ 11,434.91	\$ 19,287.73	\$ 26,519.32	\$ 34,387.16
Utilidad Neta		\$ 15,772.23	\$ 34,304.73	\$ 57,863.20	\$ 79,557.97	\$ 103,161.49
(+) Depreciacion de Edificio		\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50	\$ 8,041.50
(+) Depreciacion de Muebles de Oficina		\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70	\$ 5,203.70
(+) Depreciacion de Equipos de Oficina		\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40	\$ 1,886.40
(+) Depreciacion de Equipos de Computacion		\$ 5,308.80	\$ 2,654.40	\$ 884.80	\$ 0.00	\$ 0.00
(+) Amortizacion de Gastos de Constitucion		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
(-) Inversion Inicial	\$ 269,542.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(+) Prestamo Bancario	\$ 200,000.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(+) Valor de Desecho		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 167,268.25
(-) Amortizacion de Capital		\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05	\$ 27,813.05
Flujo de Caja	-\$ 69,542.00	\$ 8,479.58	\$ 24,357.68	\$ 46,146.55	\$ 66,956.52	\$ 257,828.29

Tabla 32: Flujo de Caja
Elaborado por los Autores

7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

En este análisis determinaremos la cantidad de arreglos que se deben realizar por año para cubrir por lo menos los Costos.

Además durante los primeros 5 años de Operación hay que cancelar el capital y los intereses de la deuda adquirida para poder realizar la Inversión Inicial:

<u>Gastos Fijos</u>	
Gastos	Año 1
Servicios Básicos	\$ 6,840.00
Varios	\$ 11,760.00
Suministros	\$ 9,600.00
Publicidad	\$ 28,100.00
Sueldos y Salarios	\$ 144,900.00
Gastos de Seguridad	\$ 5,400.00
Amortización de Capital	\$ 27,813.05
Total de Gastos Fijos	\$ 234,413.05

Tabla 33: Gastos Fijos
Elaborado por los Autores

Gastos Variables Unitario

Gastos	Año 1
Costos de Transporte	\$ 960.00
Costos de Alimentos	\$ 840.00
Sueldos y Salarios de Asistentes	\$ 0.00
Total de Gatos Variables Unitarios	\$ 1,800.00

Tabla 34: Gastos Variables Unitarios
Elaborado por los Autores

Precios Anuales Unitarios

	Año 1
Precio matrícula	\$ 250.00
Precio pensiones	\$ 3,600.00
Precio por alimento	\$ 960.00
Precio por transporte	\$ 1,200.00
Total precios	\$ 6,010.00

Tabla 35: Precios Unitarios
Elaborado por los Autores

$$Q = \frac{Cf}{P - Cvu} = \frac{\$234,413.05}{\$6,010.00 - \$1,800.00} = 56$$

Ecuación 6: Cálculo punto de Equilibrio
Elaborado por los Autores

Como observamos con este punto de equilibrio (56 clientes), cubrimos solo nuestros costos fijos.

7.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Porcentaje de cantidades	VAN
10%	\$ 247,311.17
8%	\$ 230,802.83
0%	\$ 164,769.47
-8%	\$ 98,736.10
-10%	\$ 82,227.76

Tabla 36: Análisis de Sensibilidad
Elaborado por los Autores

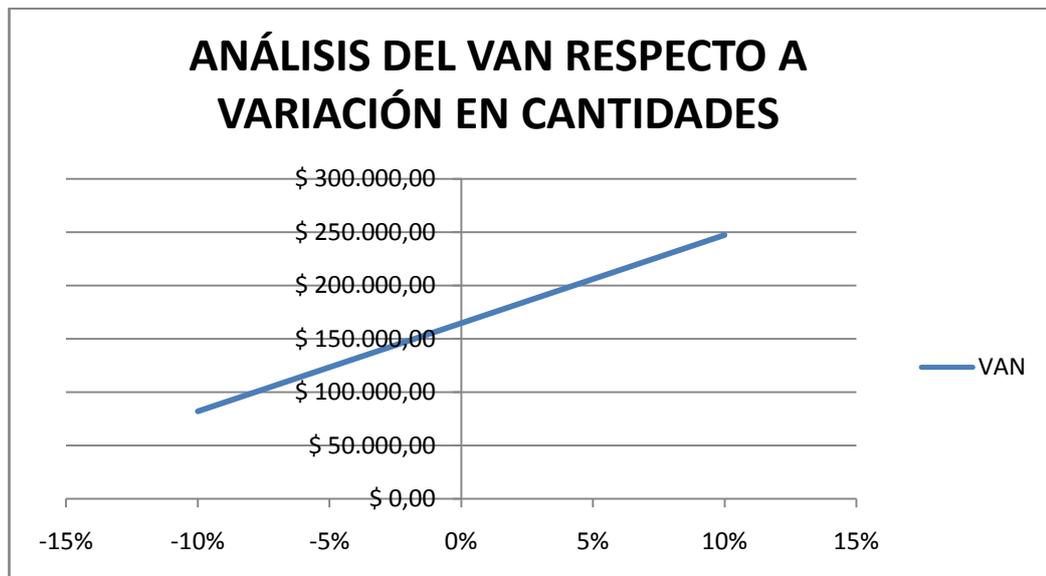


Ilustración 39: Análisis del VAN
Elaborado por los Autores

CONCLUSIONES

Hemos hecho una segmentación de mercado, y concluimos que el número de demanda a satisfacer corresponde al 10% del total de la población en Guayaquil, donde este porcentaje representa los sectores socio económico medio alto y alto, que es hacia donde va dirigido nuestro proyecto.

Por otro lado investigamos los recursos de infraestructura necesarios para la implementación del centro, en donde concluimos que necesitamos la construcción de una sala de usos múltiples, de una capilla, de una enfermería, y de zonas verdes en donde se pueda disfrutar del paisaje que el centro pueda ofrecer, todas estas observaciones las hicimos en base a las encuestas.

En lo que respecta al Plan de Marketing, tenemos la idea de darnos a conocer por medio de vallas publicitarias, así también como en anuncios en periódicos, revistas y televisión; es una publicidad agresiva porque nuestro proyecto es nuevo y tenemos que darnos a conocer de la forma más rápida posible. De acuerdo a las encuestas realizadas vimos que el proyecto tiene un 75% de aceptación, entonces es importante realizar el Plan de Marketing propuesto anteriormente.

Mediante las encuestas, podemos concluir que la mayor parte de los adultos mayores viven solos en un 50%, y que pasan el día con empleados domésticos en un 47%, observamos que los adultos mayores son descuidados por sus familiares debido a las diferentes actividades que ellos realizan.

Por último concluimos que existe viabilidad económica en la ejecución del proyecto, debido a diferentes indicadores económicos: tenemos una TMAR de 13.60% y una TIR de 54.32%, lo que nos dice que tenemos una tasa interna de retorno 4 veces más que la tasa mínima de retorno, y concluimos que el proyecto es rentable económicamente. Por otro lado tenemos el VAN con un valor de \$164,769.47, primero vemos que es positivo y después que es un valor muy alto, por lo que también concluimos que el proyecto es rentable económicamente.

RECOMENDACIONES

Recomendamos que se implemente este proyecto, pues de acuerdo al estudio realizado genera una factibilidad y rentabilidad, no obstante para ejecutarlo es recomendable contar con un equipo de profesionales capacitados que se encarguen de las actividades de recreación que se realizarán dentro del Centro.

Se debe mantener en lo posible un número de clientes estimado durante el primer año, aunque podemos observar que el punto de equilibrio para el primer año es de 56 clientes, pero hay que tener en cuenta que con este número de clientes sólo cubrimos nuestros costos fijos, por lo que es importante empezar con número mayor, para evitar cualquier imprevisto. Dada esta recomendación se deberá mantener la calidad del servicio prestado.

Entre las recomendaciones está el implementar una campaña publicitaria agresiva en donde se conozca el servicio, y que se reflejen los principios y valores morales que fomentamos y que proyectamos, en donde se note la diferencia entre un centro privado de recreación geriátrico y un asilo de ancianos.

BIBLIOGRAFÍA

- **ARTÍCULOS EN INTERNET**

El Gran Guayaquil, “Algarabía y remembranzas en 1º aniversario de casa gerontológica”, 27/07/2007. Disponible en:

<http://www.eluniverso.com/2008/08/29/0001/18/749976B4B99C40C6ABD967AEA5C901F6.html>

Municipalidad de Guayaquil, “Centro Gerontológico abrió hoy su jornada vespertina con 200 personas de la tercera edad”, 6/04/2009. Disponible en:

http://www.guayaquil.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=570:centro-gerontologico-abrio-hoy-su-jornada-vespertina-con-200-personas-de-la-tercera-edad&catid=1:ultimas-noticias&Itemid=127

Universidad del Valle, “Modelo de aplicación para los Jubilados Militares del Departamento de Cochabamba y otros”, Año 2002. Disponible en:

<http://www.univalle.edu/publicaciones/journal/journal5/pag5.htm>

Rosa Oseguera, “Centros de día para adultos mayores”, 27/08/2007.

Disponible en:

http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2007/bol46_centros%20de%20dia.asp

- **INSTITUCIONES GERIÁTRICAS**

Centro Geriátrico María Gay (Barcelona, España), “El tiempo de ocio en la tercera edad”, 21/01/2011. Disponible en:

<http://www.residenciamariagay.org/es/articulos/1/articulo/080221-el-tiempo-de-oci.jsp>

Centro Geriátrico Señor de los Milagros (Lima, Perú), “Generalidades del Centro”, 14/08/2008. Disponible en:

<http://centrogeriatricosdlm.blogspot.com/>

Asilo privado de ancianos La Estancia de otoño (Quito, Ecuador), “Generalidades del Centro”, 30/01/2008. Disponible en:

<http://quito.olx.com.ec/nuevo-en-quito-asilo-de-ancianos-ancianato-hogar-de-ancianos-la-estancia-de-otono-iid-147695502>

Fundación Latinoamericana de Tiempo Libre y Recreación (Bogotá, Colombia), “Recreación y Adulto Mayor”, 25/08/1999. Disponible en:
<http://www.redcreacion.org/articulos/terceraedad.html>

Centro Gerontológico Dr. Arsenio de la Torre Marcillo (Guayaquil, Ecuador), “Generalidades del Centro”, 20/12/2010. Disponible en:
http://www2.ucsg.edu.ec/index.php?option=com_contact&view=contact&id=33&Itemid=855

- **INSTITUCIONES NACIONALES**

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, “Sueldos y Salarios vigentes”, 30/01/2011. Disponible en:
<http://www.iess.gob.ec/>

Superintendencia de Compañías, “Constitución de la Compañía”, 10/01/2011. Disponible en:
<http://www.supercias.gob.ec/>

Corporación Financiera Nacional, “Tasas de interés efectivas”, 01/12/2010. Disponible en:
http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407

Instituto Nacional de Estadística y Censos, “Población y Vivienda”, 10/10/2010. Disponible en:
http://www.inec.gob.ec/web/quest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv

Cámara de la Construcción de Guayaquil, “Precios Unitarios de Rubros Referenciales”, 12/10/2010, Disponible en:
<http://www.cconstruccion.net/precios/precios.htm>

ANEXOS

Encuesta para adultos mayores

1.- Sexo

Masculino ___

Femenino ___

2.- Edad

65-70 años ___

71-75 años ___

76-80 años ___

3.- ¿Le gustaría participar en algún programa diurno donde pueda compartir varias actividades con personas de edad contemporánea?

Si ___

No ___

¿Por qué? _____

4.- ¿A qué hora le gustaría que empezaran las actividades?

7:30 a.m. ___

8:00 a.m. ___

8:30 a.m. ___

5.- ¿A qué hora le gustaría que terminaran las actividades?

4:00 p.m. ___

4:30 p.m. ___

5:00 p.m. ___

6.- Preferiría que este lugar sea:

Una casa en la ciudad ___

Una casa de campo ___

7- Preferiría interactuar con otros adultos mayores:

Del mismo sexo ___

De diferente sexo ___

Es indiferente ___

8.- De las siguientes actividades señalar en las que le gustaría participar:

Cocina ___

Lectura ___

Cine (video fórum) ___

Teatro ___

Baile ___

Música ___

Creencias Religiosas ___

Manualidades ___

Escritura ___

Meditación ___

Juegos de Mesa ___

Deporte ___

Encuesta familiares:

1.- ¿Cuántos adultos mayores hay en su familia?

1-2___

3-4___

2.- ¿Le gustaría la idea de un centro recreativo privado para personas de la tercera edad donde puedan compartir con otras personas de la misma edad?

Si___

No___

¿Por qué? _____

3.- Preferiría que este lugar sea:

Una casa en la ciudad___

Una casa de campo___

4.- ¿Hasta cuanto estaría dispuesto a pagar por un lugar que preste estos servicios, con gente profesional que este al cuidado de ellos? (mensualmente)

\$200-\$300___

\$300-\$400___

\$400-\$500___

5.- Sobre el transporte preferirían:

Llevarlos al centro de recreación___

Transporte de puerta a puerta___

6.- Preferiría que los adultos mayores interactúen:

Con personas del mismo sexo___

Con personas de diferente sexo___

7.- ¿Con quién viven?

Familiares___

Empleados/as___

Solos___

8.- Sector dónde viven:

Norte___

Sur___

Centro___

Otra ciudad___

9.- En el día ¿con quién pasan los adultos mayores?

Familiares___

Empleados/as___

Con otros adultos mayores___

10.- ¿Cree que le dedica el tiempo suficiente?

Si___

No___

¿Por qué?_____