Universidad del Azuay

Licenciatura en Gestión de la Organización

Proyecto para la creación de un "Centro integral de recreación y cuidado diurno para el adulto mayor"

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Licenciada en Gestión de la Organización.

Autor: María Eulalia Toral

Director: Dr. Giordano Torres Córdova, M. B. A.

Cuenca, Ecuador

2011

Dedicatoria.

El presente trabajo lo dedico con todo el cariño a mi esposo, que ha sido un apoyo fundamental para la consecución de mis estudios, a mis hijos por ser un importante motor que mueve mi vida y a mis padres porque fueron ellos los promotores de mis principios.

Agradecimiento.

A mi familia por su paciencia y amor.

A mis profesores por su colaboración y sus valiosas enseñanzas.

“Sólo se envejece cuando se abandonan los ideales…”

Frank

Responsabilidad de contenidos

Los contenidos y opiniones de este trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

María Eulalia Toral Machuca

C.I. 010259075-9

Resumen

El presente trabajo de graduación trata sobre el proyecto para la creación de un centro integral de recreación y cuidado diurno para adultos mayores, nace con el objetivo de promover un envejecimiento activo y saludable, ofreciendo alternativas de capacitación y recreación acordes a la edad, en un lugar cálido y acogedor favoreciendo el contacto con personas con las que se identifiquen, buscando mejorar su calidad de vida en la sociedad actual.

Para obtener la información que permitió conocer el mercado objetivo al que estará dirigido el proyecto así como realizar un análisis de la competencia, se realizó una investigación de mercado, utilizando técnicas de encuestas, entrevistase investigación bibliográfica. Asimismo luego del estudio económico, y del análisis de los indicadores financieros, se pudo concluir que el proyecto es un negocio rentable.

ABSTRACT

The current graduation investigation is about a project for the creation of an integral recreational and care day center for the elderly. The purpose of this project is to promote an active and healthy aging process by offering alternative enabling and recreational activities according to their age, in a warm and welcoming environment that facilitates the contact with people they can identify with; and to provide a better quality of life in modern society.

A market research was performed to obtain information that allowed establishing the target market as well as making an analysis of the competition. Survey techniques, interviews and bibliographic investigation were used. Additionally, it was possible to conclude that the project is a profitable business after completing the economical study and the analysis of the financial indicators.

Índice de contenido

Dedicatoria. ii

Agradecimiento. ii

Responsabilidad de contenidos iii

Resumen iv

Abstract. v

Índice de contenido vi

Índice de ilustraciones ix

Índice de Anexos x

Introducción. 1

1. Capítulo 1 2

La empresa y sus productos. 2

 Antecedentes del estudio 2

1.1. Identificación del proyecto. 3

1.2. Concepto y Estrategia del Negocio. 4

1.3. Objetivos 5

1.3.1. Objetivo general: 5

1.3.2. Objetivos específicos: 5

1.4. Misión. 5

1.5. Visión. 6

1.6. Análisis FODA. 6

1.6.1. Matriz FODA. 7

1.7. Descripción del servicio. 8
1.8. Estudio organizacional. 9
1.8.1. Organigrama. 10
1.9. Marco legal. 10
1.9.1. Tipo de Sociedad. 11
2. Capítulo 2 15
Estudio de Mercado 15
 Antecedentes. 15
2.1. Análisis del mercado. 15
2.1.1. Metodología. 15
2.1.2. Análisis del gasto en salud. 16
2.2. Segmentación del mercado. 17
2.2.1. La Encuesta. 20
2.2.2. Universo y unidad de análisis. 22
2.2.3. Tamaño de la muestra. 22
2.2.4. Análisis de resultados de la encuesta. 23
2.2.5. Entrevista personal en profundidad. 33
2.2.6. Resultados entrevista a profundidad. 34
2.3. Mercado Objetivo. 35
2.4. Análisis de la competencia. 36
2.4.1. Conclusiones. 38
2.5. Capacidad del Proyecto. 39
3. Capítulo 3 40
Estrategia Comercial 40
 Antecedentes. 40
3.1. Estrategia de marketing. 40
3.2. Producto y Marca. 41

3.3. Descripción del servicio. 42

3.4. Políticas de Precios. 47

4. Capítulo 4 49

Estudio Financiero. 49

 Antecedentes. 49

4.1. Inversión inicial. 50

4.1.1. Balance de pérdidas y Ganancias y flujos de caja. 50

4.2. Evaluación económica TIR - VAN. 53

4.3. Punto de equilibrio. 54

Conclusiones. 55

Bibliografía. 56

Referencia electrónica. 56

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Fachada casa blanca 3

Ilustración 2 Logotipo 3

Ilustración 3 Vista interior y exterior de la vivienda 9

Ilustración 4 Conversatorios 43

Ilustración 5 Talleres de manualidades 44

Ilustración 6 Canto 45

Ilustración 7 Jardinería 45

Ilustración 8 Juegos 46

Ilustración 9 Ejercicios 46

Ilustración 10 Bailo terapia 47

Índice de Anexos

Anexo No. 1……....58

Anexo No. 2……59

Anexo No. 3……60

Anexo No. 4……61

Anexo No. 5……63

Anexo No. 6……65

Anexo No. 7……66

Anexo No. 8……69

Anexo No. 9……70

Anexo No. 10……..71

Anexo No. 11…….72

Diseño de tesis……75

Introducción.

El presente documento es un proyecto para la creación de Casablanca, un centro gerontológico diurno, creado con el fin de satisfacer las necesidades de personas que se han retirado de la actividad laboral y desean mantenerse activos, ocupando su tiempo libre en actividades de tipo cultural, recreativo, social y artístico, que los hagan sentirse útiles, rodeados de personas de su misma edad con las que puedan compartir recuerdos y experiencias.

La idea de ésta investigación se origina al ver que en la sociedad actual es cada vez más problemático encargarse del cuidado de los adultos mayores sobre todo cuando han enviudado y se han quedado solos, para los familiares es una gran preocupación, ya que las exigencias de la vida actual obligan a trabajar a hombres y mujeres lo que causa que los ancianos se queden solos y aislados en sus hogares.

Entre los objetivos se contempla realizar un estudio de mercado que permita establecer la oferta, demanda y segmento de la población al que está dirigido el plan; diseñar la organización administrativa y de recursos humanos necesaria para el adecuado funcionamiento del centro y realizar la evaluación económica para determinar la rentabilidad o no del proyecto.

Se realizará una investigación exploratoria ya que hay un limitado conocimiento previo sobre el tema objeto de la investigación, además gran parte de la información utilizada será basada en fuentes de información existentes así como información no escrita que se obtendrá de personas que conocen sobre el problema.

Como método se utilizará el método deductivo, ya que se parte de datos generales para llegar a una conclusión de tipo particular. Entre las técnicas utilizadas para la recolección de información que nos permita lograr un mayor grado de certeza estará la encuesta y la bibliográfica documental.

Capítulo 1

La empresa y sus productos.

- **Antecedentes del estudio**

Según datos de las Naciones Unidas, la esperanza de vida para los ecuatorianos es de 74,7 años[1], es decir, la población adulta mayor ha ido en crecimiento, gracias a que la expectativa de vida ha aumentado debido a las oportunidades que existen actualmente por los avances tecnológicos y científicos. Los datos del INEC muestran que el índice de vejez en la Provincia del Azuay es del 22,8%[2], para las próximas décadas, se prevé que el porcentaje de personas que pertenecen a este segmento será aún más elevado y que muchos de ellos necesitarán de la ayuda de otras personas para llevar una vida normal.

Factores como la jubilación, la edad, o la pérdida de habilidades, hacen que las personas dejen de laborar y tengan que estar más tiempo en su hogar, esto puede conducir al encierro y al aislamiento, generando estados depresivos o que sus familias decidan enviarlos a un asilo.

Por ello surgen nuevas necesidades y demandas que constituyen un reto para la sociedad y que evidencian la importancia de ofrecer servicios alternativos para atender a los mayores.

---

[1]NACIONES UNIDAS EN ECUADOR. Información sobre Ecuador, Índice de Desarrollo Humano, Fecha de consulta 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://www.un.org.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=14

[2] INEC. *Compendio Estadístico Regional 2008*. *Análisis Socioeconómico Regional Sur*. (en línea) Ecuador 2008. Pág. 52. Fecha de consulta 06 de noviembre de 2010. Disponible en web: http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId=3302451&name=DLFE-24901.pdf.

1.1. Identificación del proyecto.

Nombre de proyecto.

Casablanca

Ilustración 1 Fachada casa blanca

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Lema.

"Un lugar muy especial"

Logotipo:

Ilustración 2 Logotipo

Elaborado por: Marcia Reino

Dirección:

Panamericana Norte Km 7

Sector Challuabamba.

1.2. Concepto y Estrategia del Negocio.

El centro de cuidado diario "Casablanca" será una organización integral de estancia diurna para personas de la tercera edad, orientada a mejorar su bienestar y calidad de vida, mediante actividades y talleres de tipo cultural, recreativo, social y artístico.

Casablanca, será creado con el fin de satisfacer las necesidades de personas que se han retirado de la actividad laboral y cuentan con tiempo libre, el cual puede ser utilizado de forma amena y relajada; también de adultos mayores que han sido acogidos en los hogares de sus familiares y que requieren de acompañamiento, pero que lamentablemente debido a diferentes circunstancias se ven imposibilitados de recibir la atención que merecen.

Las instalaciones estarán ubicadas en Challuabamba, a 7 Km. de la ciudad de Cuenca y su infraestructura estará adaptada a las necesidades específicas de sus clientes. Contará con amplios espacios verdes, adornados por jardines donde los miembros podrán realizar labores de jardinería y caminatas al aire libre. El interior de la edificación contará con un ambiente acogedor y familiar, ideal para realizar actividades variadas que vayan en beneficio de su salud mental, física y emocional.

Con el propósito de exceder las expectativas de satisfacción de los clientes, se aplicará diferentes estrategias que permitan lograr los objetivos tanto en servicio como en crecimiento:

- Estrategia competitiva basada en la administración de la calidad en los servicios, con el propósito de conseguir ventaja sobre los competidores, a base de satisfacer a los clientes, utilizando el potencial y experiencia de los miembros del centro, impulsando el involucramiento del personal, pues serán los principales responsables de mantener complacidos a los usuarios.
- Estrategia de Marketing dirigido a los clientes y sus familiares, identificando las necesidades de los consumidores y comunicándoles los diversos servicios que constituirían una posible solución a sus necesidades.

- Estrategia de crecimiento, mediante la cual la empresa buscará aumentar la capacidad de atención, aprovechando las áreas disponibles de la propiedad.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general:

- Promover en el adulto mayor un envejecimiento activo y saludable ofreciendo alternativas de capacitación y recreación acordes a la edad en un lugar cálido y acogedor, favoreciendo el contacto con personas con las que se identifiquen, buscando mejorar la calidad de vida de los mayores en la sociedad actual.

1.3.2. Objetivos específicos:

- ✓ Ofrecer un servicio de calidad, brindado por especialistas, garantizando una excelente atención.
- ✓ Constituir una alternativa viable con la cual las personas puedan contar, para que sus familiares de la tercera edad, acudan diariamente en busca de recreación.
- ✓ Contar con un ambiente agradable en el que existan jardines, gimnasio, y salas adecuadas para la realización de los diferentes quehaceres; acompañados de servicios complementarios como transporte, alimentación y servicio médico.

1.4. Misión.

Insertar al adulto mayor en actividades que le permita mantener o desarrollar la capacidad de disfrute lúdico y la apertura hacia nuevos intereses, ofreciendo alternativas dinámicas, desarrolladas en un ambiente confortable y con la asistencia de personal calificado, favoreciendo a que el adulto envejezca con dignidad.

1.5. Visión.

Lograr ser reconocidos como un centro modelo en la recuperación y desarrollo de capacidades funcionales en personas de la tercera edad, ayudando a promover el envejecimiento activo y saludable, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

1.6. Análisis FODA.

Cuadro 1 FODA

Fortalezas	Debilidades
Infraestructura adecuada a las necesidades de los usuarios.	Falta de conocimiento del mercado y competencia.
Personal calificado en manejo de personas de la tercera edad.	Inversión alta.
Servicios de calidad e innovadores con horarios flexibles.	Falta de posicionamiento en el mercado.

Oportunidades	Amenazas
Escasa existencia de centros diurnos para ancianos.	Resistencia del mercado por falta de experiencia y desconocimiento de los servicios de la organización.
Necesidad o demanda insatisfecha	Dificultades de acoplamiento por parte de los usuarios al plan establecido por el centro.
Segmento de población con poca atención	Abandono del plan por parte de los usuarios por ser un grupo etario en riesgo.

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

1.6.1. Matriz FODA.

Cuadro 2 Matriz FODA

Internos / **Externos**	**Fortaleza (F)** - Infraestructura adecuada a necesidades de los usuarios. - Personal calificado en manejo de personas de tercera edad. - Servicios de calidad e innovadores, con horarios flexibles.	**Debilidades (D)** - Falta de conocimiento del mercado y competencia. - Inversión alta. - Falta de posicionamiento en el mercado.
Oportunidades (O) - Escasa existencia de centros diurnos para ancianos. -Necesidad o demanda insatisfecha -Segmento de población con poca atención	**Estrategias (FO)** -Contando con la infraestructura adecuada, aprovecharemos la escasa existencia de centros diurnos. -Con el personal calificado y una correcta promoción de los servicios, aprovecharemos las oportunidades del mercado insatisfecho y el segmento de la población desatendido.	**Estrategias (DO)** -Si aprovechamos que existen pocos centros diurnos, minimizaremos la debilidad que significa la falta de conocimiento del mercado y competencia. -Gracias a la demanda insatisfecha lograremos un buen posicionamiento en el mercado justificando así la inversión alta.
Amenazas (A) -Resistencia del mercado por falta de experiencia y desconocimiento de los servicios de la organización. -Dificultades de acoplamiento por parte de los usuarios al plan establecido por el centro. - Abandono del plan por parte de los usuarios por ser un grupo etario en riesgo.	**Estrategias (FA)** -Al dar a conocer la infraestructura y Personal calificado en manejo de personas de la tercera edad, estos se acoplarán con facilidad al plan. -Con la promoción de los servicios de calidad e innovadores y horarios flexibles, se logrará vencer la resistencia del mercado.	**Estrategias (DA)** -Con un adecuado estudio de mercado se minimizará falta de conocimiento demercado y competencia. - Optimizando recursos minimizaremos la inversión alta. -Con un adecuado plan de marketing se logrará posicionamiento en el mercado y reducir las amenazas como la resistencia por desconocimiento de los servicios brindados. -Cuando los usuarios conformes promocionen el programa, se disminuirá la dificultad de acoplamiento de usuarios nuevos.

1.7. Descripción del servicio.

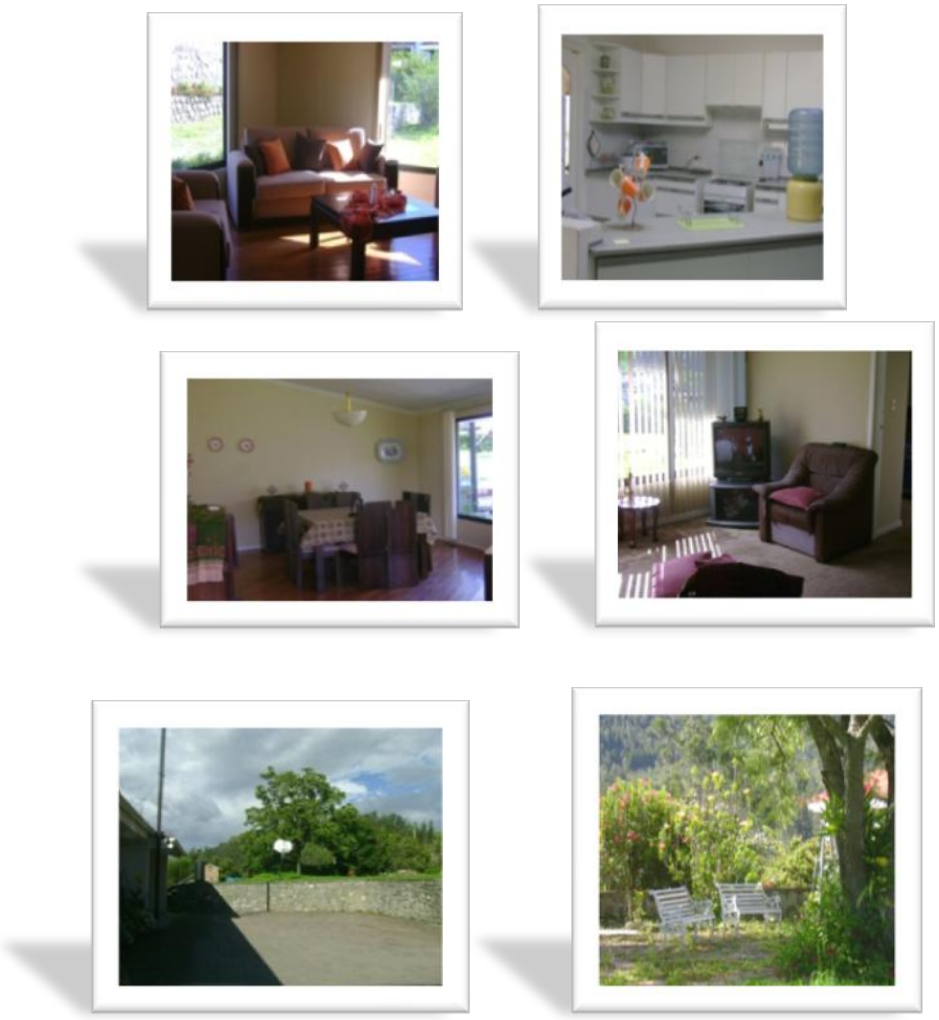
Casablanca estará ubicada en la Parroquia Challuabamba, a 7 kilómetros de la Ciudad de Cuenca, en la Autopista Cuenca-Azogues, una zona residencial con un clima y entorno privilegiados rodeados de la naturaleza y el río Cuenca, Un sector propicio para la estancia de personas mayores, en donde ellos se sentirán felices y con el ánimo necesario para llevar a cabo las diferentes actividades propuestas.

El lugar donde estará ubicado el centro, cuenta con varias vías de acceso de excelente calidad, líneas de buses locales e interprovinciales, servicio de taxis las 24 horas, sin embargo está pensado ofertar el servicio de transporte puerta a puerta para mayor facilidad de los usuarios. A ocho minutos de donde estará Casablanca está ubicado el Hospital del Río y Hospital del IESS.

El local con el que se piensa contar es una villa de una sola planta de 400 metros de construcción, rodeada de 1 hectárea de áreas verdes, totalmente planas. Contará con las siguientes áreas:

- Recepción.
- Oficina de administración.
- 2 Salas de uso múltiple destinados a biblioteca, conversatorio, musicoteca, talleres de manualidades, etc.
- 2 Áreas de reposo.
- Consultorio Médico.
- Comedor.
- Cocina.
- Lavandería.
- 3 baños.
- Sala de Juegos.
- Área adjunta a la casa que se utilizará como gimnasio y actividades bajo techo.
- Áreas verdes propias para caminatas, paseos y actividades al aire libre.
- Áreas de estacionamiento para 12 vehículos.

Ilustración 3 Vista interior y exterior de la vivienda



Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Se ofertarán dos turnos, uno diurno y otro vespertino, con horarios a elegir y actividades de acuerdo a las preferencias de los clientes. Acorde a la distribución, la capacidad inicial será de 20 personas.

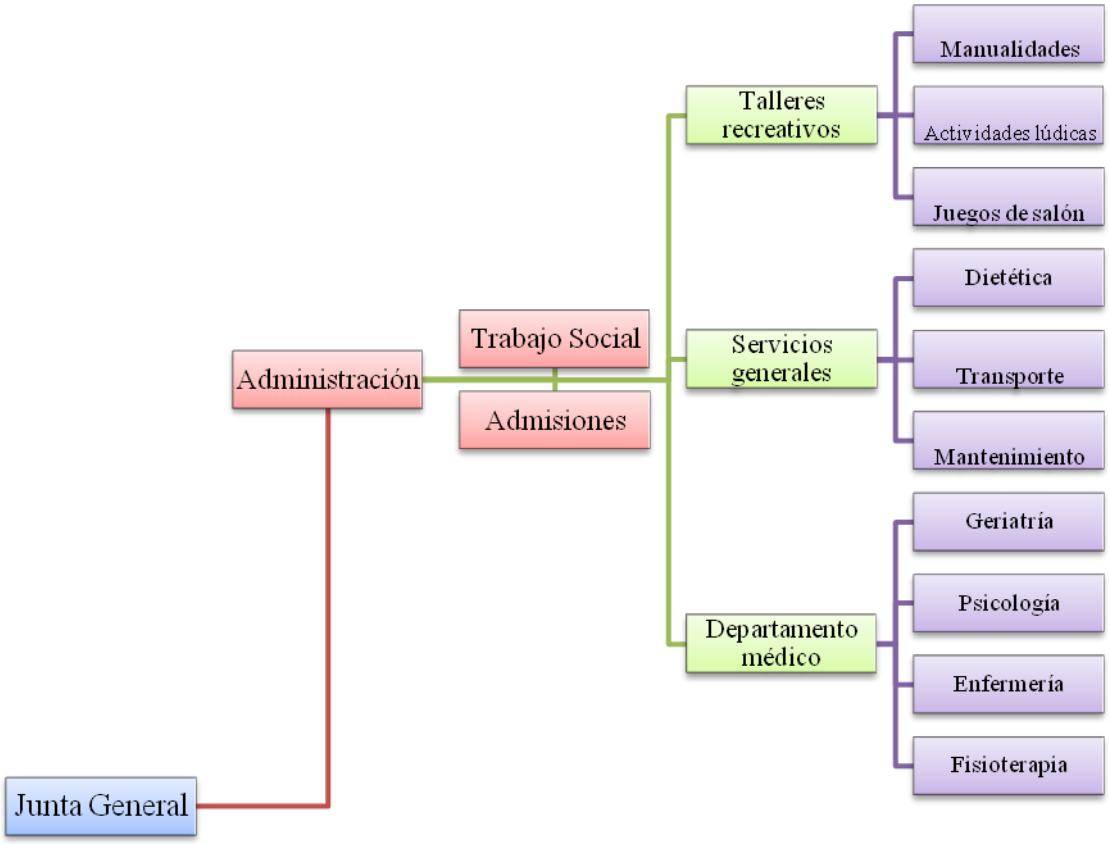
Se dispondrá de atención médica especializada, con servicio de Geriatra, Psicólogo y terapistas, así como el servicio de emergencia en el Hospital del Río, a través de un convenio de llamada.

1.8. Estudio organizacional.

Casablanca desea alcanzar los objetivos planteados y convertirse en una organización eficaz que busca dar un servicio profesional y de excelente calidad, tomando en

cuenta los requerimientos de los clientes y las actividades que se piensa ofertar, se considera que se deberá contar con el siguiente organigrama, en el que se trata de abarcar todas las áreas.

1.8.1. Organigrama.



1.9. Marco legal.

Para que la organización pueda funcionar de una manera armónica y eficaz se debe cumplir ciertas normas para mejorar y potenciar el servicio. Estas normas están sustentadas en las leyes del país.

1.9.1. Tipo de Sociedad.

La Empresa "Casablanca", será constituida como Compañía Limitada, institución en la cual tres o más personas unen sus capitales para emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Tabla 1 Accionistas

ACCIONISTA	%
Toral Machuca María Eulalia	0,40
Malo Toral Santiago Andrés	0,30
Malo Toral Juan Sebastián	0,30

Elaborado por: M. Eulalia Toral

Compañía de responsabilidad limitada.

"Según el Art. 93 reformado, de la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras -Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y el saldo en el plazo de un año[3]". (Abogados en línea)

Requisitos para la inscripción en el Registro Mercantil.

- **Constitución de Compañías, Aumentos de capital, Reformas de estatutos, Fusiones, Escisiones, Reactivaciones, Cambios de domicilio, Disoluciones y Liquidaciones, permisos para operar en el Ecuador o Domiciliación:**

- Tres escrituras o protocolizaciones: primera, segunda y tercera copias.

- Tres resoluciones aprobando las escrituras o protocolizaciones.

- Publicación del extracto (periódico).

- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.

- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del (los) compareciente (s) (VIGENTE).

- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para Constituciones).

- Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio (Para actos societarios).

[3] ABOGADOS EN LÍNEA.EC. "Minuta de constitución compañía de responsabilidad limitada". Ecuador. (en línea). Fecha de consulta 06 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.abogadosenlinea.ec/modelos-escritos/modelos-de-minutas/64-minuta-compania-responsabilidad-limitada

Nota: Deben constar las inscripciones anteriores en los Registros donde la Resolución así lo ordene en los casos previstos por la Ley. En caso de disoluciones y Liquidaciones por Resolución.

Requisitos para funcionamiento en el Ministerio de Inclusión Económica y Social:

- Solicitud a la Dirección de Atención Integral Gerontológica.
- Plano del local en el cual se determina la distribución del espacio físico y el área total en m2.
- Personal con el que cuenta el Centro (dedicación completa o parcial), técnico, administrativo, profesional y auxiliar de servicios generales y/o cuidadores.
- Servicios con el que cuenta el Centro (señalar número de profesionales o técnicos por servicio).
- Capacidad del Centro.
- Mobiliario con el que cuenta.
- Reglamento Interno de Administración del Centro.
- Plan de trabajo de acuerdo a las características de usuarios de Centro.
- Plan de Contingencias.
- Permiso sanitario otorgado por la Dirección Provincial de Salud
- Permiso de funcionamiento del Centro, otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia de cédula de ciudadanía del administrador del Centro.
- Copia del contrato de arrendamiento o comodato o de las escrituras de compra-venta, en donde funciona el Centro.
- Informe técnico de la Subsecretaría Provincial del MIES del lugar en donde está ubicado el centro.
- En caso de que el centro sea administrado por una organización no gubernamental (ONG), a más de los requisitos anteriores deberá presentar:
- Copia certificada de los Estatutos Registro de la Directiva actualizada.
- Requerimiento de atención verbal o escrita.

Procedimiento

- Ingreso de la carpeta con los requisitos solicitados en la ventanilla de la secretaría general.
- Revisión de la documentación.

- Inspección al Centro Gerontológico por parte de la persona responsable de permisos de funcionamiento.
- Informe sobre la concesión o no del permiso de funcionamiento.
- Entrega de permisos de funcionamiento.

Tiempo de trámite:

15 días laborables, siempre y cuando la documentación esté completa[4].

Requisitos para funcionamiento en la Dirección Provincial de Salud del Azuay:

Copia de Cedula de Identidad del Propietario o Representante legal.
Copia del RUC.
Titulo de los Profesionales que laboran en la Institución. CONESUP.
Documentos que acrediten la personería jurídica.

[4]MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL. Descargas. Requisitos Gerontología. *"Requisitos para permiso de funcionamiento de un Centro Gerontológico".* (en línea). Fecha de consulta: 06 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.mies.gov.ec/index.php/descargas/category/54

Capítulo 2.

Estudio de Mercado.

- **Antecedentes.**

El fragmento de población al que está dirigido el proyecto, se ha caracterizado por la desatención, incluso desde el gobierno central, favoreciendo el ingreso a un mercado con costos de ingreso medio - alto.

El centro de día para recreación de adultos mayores propuesto, no solamente significa entretenimiento, además contará con servicio médico de excelencia que permitirá brindar terapias basadas en la actividad física y recreacional con el objeto de mejorar la salud de los clientes.

Culturalmente no se considera importante planificar la etapa de retiro de la actividad laboral, por lo que llegado el momento, las personas de la tercera edad se deprimen, pierden su alegría, y se encuentran sin orientación ante un futuro desconocido en el que han dejado de ser protagonistas, llegando incluso a constituirse, en cargas para la familia. El objetivo principal es darle la atención que estas personas necesitan, aplicando actividades que sean atractivas y divertidas, que les permita mantenerse ocupados y relajados en un ambiente hogareño, sin llegar a ser un asilo, donde decidan qué, cuándo y cómo hacer las cosas que más les gusten.

Al ser un segmento no atendido por la sociedad y desconocer su comportamiento en el mercado, se procedió a realizar una investigación de mercado para determinar la factibilidad del proyecto, así como su influencia positiva dentro de la sociedad.

2.1. Análisis del mercado.

2.1.1. Metodología.

Para la realización del estudio de mercado se hará una investigación exploratoria ya que es la adecuada cuando existe un limitado conocimiento previo sobre el tema

objeto de la investigación, además gran parte de la información utilizada será basada en fuentes de información existentes como por ejemplo datos estadísticos del INEC, e información no escrita que se obtendrá de personas que conocen sobre el problema. Mediante el método deductivo se llegará a una conclusión de tipo particular, partiendo de datos generales. Se utilizará técnicas que proporcionen información tanto de fuentes primarias como son la encuesta y la entrevista en profundidad e información de fuentes secundarias, ya que es necesario recopilar información existente sobre el tema, como referencias del INEC y otros organismos calificados de los que se pueda obtener datos que ayuden a la consecución de los objetivos planteados.

2.1.2. Análisis del gasto en salud.

La recreación, motivación, estimulación, bienestar están considerados como factores importantes para una buena salud, tanto física como mental, por lo tanto el mercado al que más se aproxima el servicio es el de la salud, por ello se presenta un estudio del gasto de salud en el Ecuador, con el propósito de poder estimar la acogida del proyecto en la población.

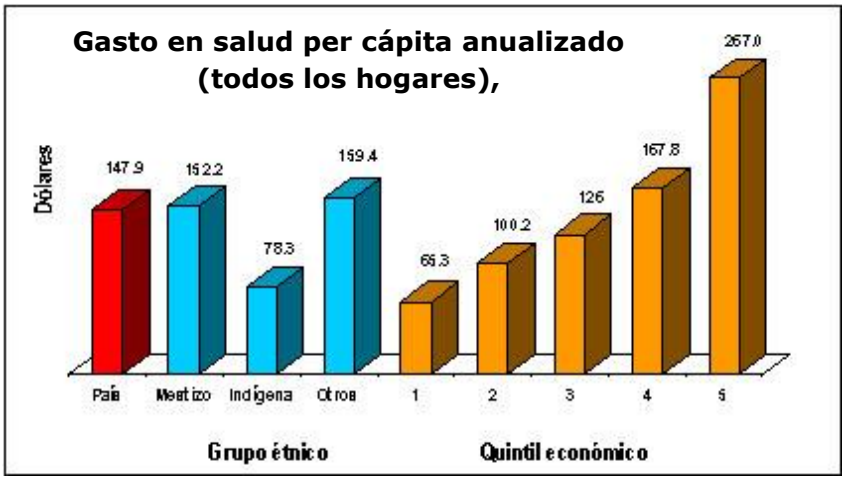
"La encuesta ENDEMAIN 2004 permite analizar los patrones de gastos en salud en la sociedad ecuatoriana, así como aproximarse a una estimación del gasto total en salud del hogar. La información se refiere a gastos en atención curativa ambulatoria y en salud preventiva durante los 30 días previos a la entrevista (ENDEMIAN 2004)"…"[5]

En el gráfico 1 se muestra el gasto promedio anual per cápita que se estima en$147.93 mensuales, cifra que aumenta a $157.29 si se excluyen los hogares sin problemas de salud. Estos promedios son más altos en hogares del área urbana comparados con la rural. Los gastos per cápita más altos se encuentran en las

[5] CEPAR, USAIR, UNICEF, INEC Y OTROS. "ENDEMIAN 2004". Encuesta demográfica y de salud materna e infantil. *Gastos en salud*. (en línea). Ecuador 2004. Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/informe/gastos/gastos1.htm. Cap. 19.

provincias de Cañar ($318.40), Tungurahua ($225.93) y Azuay ($213.49). Con relación al nivel económico, en la medida que aumenta el nivel también se incrementa el gasto per cápita, de $65.32 en hogares del nivel más bajo a $267.00 del nivel más alto. Se observa que el gasto per cápita en hogares de población mestiza es casi el doble que de la indígena.

Gráfico 1 Gasto por salud per cápita anualizado



Fuente: ENDEMIAN 2004
http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/informe/gastos/gastos1.htm. Cap. 19

El proyecto está planteado para la provincia del Azuay, donde el gasto mensual promedio es de$213,49 dólares, aquí el gasto en salud es alto debido a factores como el clima, el envejecimiento prematuro, etc. (**Anexo 1**)

En cuanto al grupo económico de interés para el proyecto, se puede observar que el gasto es aún mayor ($267), es decir, es un segmento que está dispuesto a invertir mayor cantidad de dinero para mantener su salud en mejores condiciones.

2.2. Segmentación del mercado.

Se utilizarán datos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) de los resultados del Censo del año 2001, para la identificación del cliente.

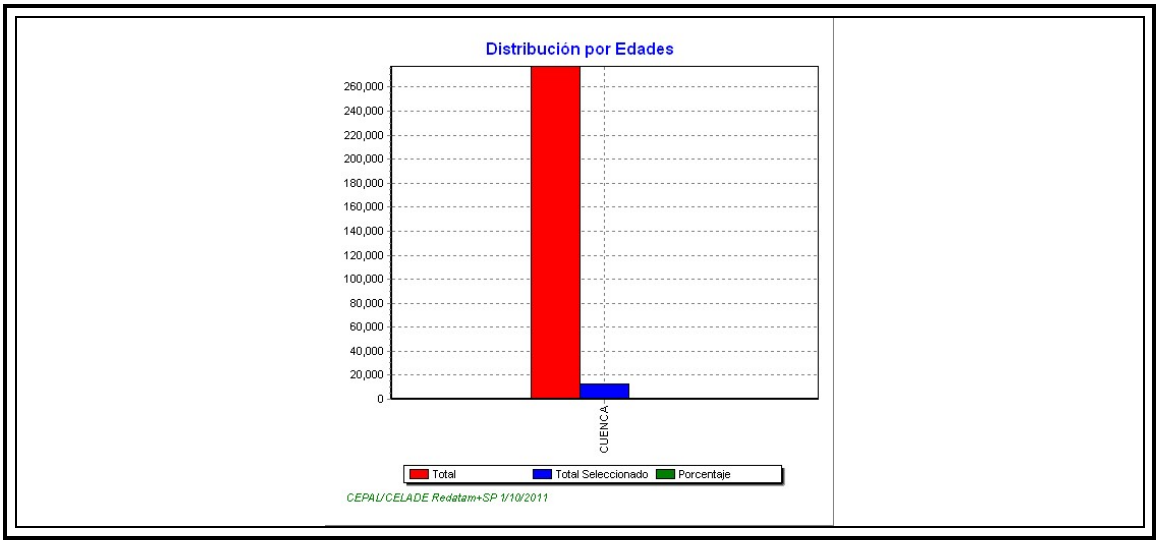
El proyecto se basa en un servicio a adultos mayores de 65 años de edad, es decir que el mercado total serían todas las personas que habitan la zona urbana del cantón Cuenca y que se encuentran entre 65 y 80 años de edad. El mercado potencial serían las personas mayores de 65 años que pertenecen a un nivel socio-económico medio - alto y alto.

Tabla 2 Población por edades Cuenca - Urbana

Distribución por Edades (65 a 80 años) Cantón Cuenca – Área Urbana				
Código	Nombre de Cantón	Total Cantón	Total Seleccionado	Porcentaje
0101	**CUENCA**	**277,374**	**12,724**	**4.59**

Fuente: INEC – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 2Distribución por edades entre 65 y 80 años



Procesado con Redatam+SPCEPAL/CELADE 2003-2007

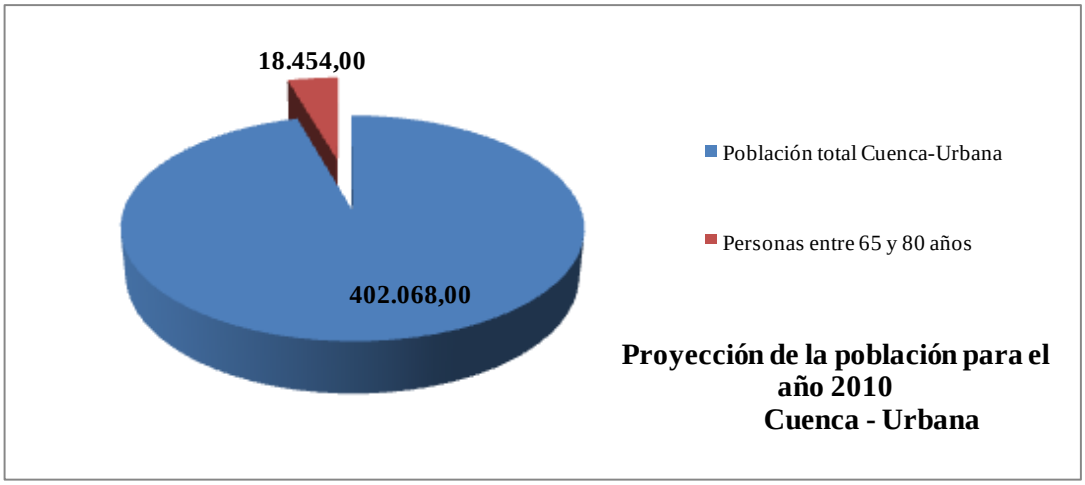
Fuente: INEC – http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inl.

De los datos obtenidos por el INEC en el Censo del año 2001, como se puede observar en el anterior cuadro, la población de la zona urbana del cantón Cuenca fue de 277.374[6]habitantes de los cuales 12.724 se encuentran entre 65 y 80 años, que constituyen el 4,59% de la población de la ciudad de Cuenca.

[6]INEC. Sistema Integrado de Consultas. Censo de Población y Vivienda 2001. Estructura de la población. Distribución por edades. (en línea). Ecuador 2001. Fecha de consulta: 10 de

Según el INEC la proyección de la población de Cuenca – urbana para el año 2010 es de 402.068[7]de los cuales el 4,59%, es decir 18.454 habitantes corresponden a la población entre 65 y 80 años de edad (Gráfico 3) **(Anexo 2).**

Gráfico 3Proyección de la población para el año 2010



Fuente: INEC - Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Al estar el proyecto dirigido a una clase media alta – alta (Quintil 4 y 5) es necesario realizar ésta segmentación, para ello nos basaremos en los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGHU)[8] del año 2004 y proyectándola al 2010**(Anexo 3)**.

De ésta segmentación se deduce que aquellas personas que tienen ingresos medio – alto y alto (Quintil 4 y Quintil 5) son el 29% del total de la población, es decir, en

---

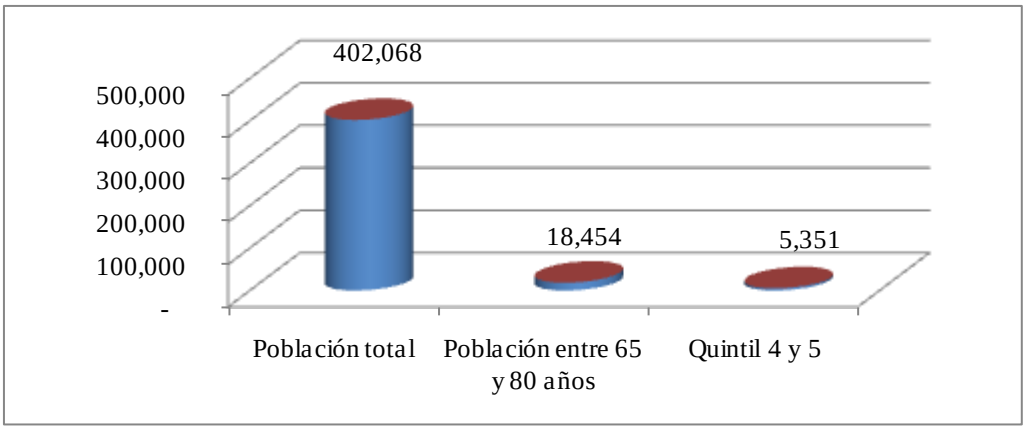
Diciembre2010. Disponible en web: http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inl.

[7] INEC. Ecuador Proyecciones. "Proyección de la población Ecuatoriana por área y años calendario, según provincias y cantones. Período 2001 – 2010". (en línea). Ecuador 2001. Fecha de consulta 15 de enero de 2010. Disponible en web: http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/pob_viv?doAsUserId=bOXxdIp7JDY%253D. pág.77.

[8] INEC. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Urbanos – ENIGHU. Resultados anuales febrero 2003 – enero 2004. Tomo III: Cuenca – Machala. Quito – Ecuador. 2004. Cuadro 29.

éste caso 5.351personas constituirían el mercado potencial del centro de recreación y cuidado diario Casablanca.

Gráfico 4Mercado Potencial



Fuente: INEC – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

2.2.1. La Encuesta.

La encuesta será la técnica utilizada para recolectar y posteriormente analizar la información que nos permita obtener datos acerca de las preferencias de los usuarios en cuanto a actividades, horarios, servicios adicionales y precios.

La encuesta se realizará a una muestra representativa de la población, mediante la utilización de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas. Estará dirigida a los jefes de hogar, ya que al tratarse de un servicio destinado a ancianos, serán sus familiares (hijos, nietos, etc.) los que en muchos casos se encarguen de costear la permanencia de sus familiares mayores en Casablanca.

- **El formulario diseñado para la encuesta es el siguiente:**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY	**Licenciatura en Gestión de la Organización** **Encuesta para obtener datos para la creación de un centro de recreación para adultos mayores en la ciudad de Cuenca**

1. ¿Tiene usted familiares mayores de 65 años?

Sí ◯ No ◯

2. ¿Conoce usted de algún centro que ofrezca el servicio de recreación a donde puedan acudir sus familiares adultos mayores por horas?

Sí ◯ No ◯

3. ¿Qué actividades considera que debería brindarse? Por orden de importancia califique de 1 a 8, siendo 8 el de menor importancia

☐ Bailo terapia ☐ Manualidades

☐ Yoga ☐ Jardinería

☐ Conversatorio ☐ Películas

☐ Cocina, repostería ☐ Juegos de salón

4. ¿Considera usted de utilidad un servicio de esta naturaleza?

Sí ◯ No ◯

5. ¿Utilizaría este servicio para sus familiares?

Sí ◯ No ◯

6. ¿Con qué frecuencia considera que su familiar, podría asistir a este Centro?

Número de veces: a la sema☐ al mes☐

7. ¿Cuáles serían los horarios de su preferencia para estas actividades?

……

8. ¿Requeriría del servicio de transporte?

Sí ◯ No◯

9. ¿Qué cantidad de dinero destinaría usted a esta actividad mensualmente?

De $ 250,00 a $ 500,00 ……..
De $ 500,00 a $ 750,00 ……..
Más de $ 750,00 ……

10. ¿Qué actividades adicionales le gustaría que dispongamos en nuestro Centro?

- **Prueba Piloto.**

Antes de determinar la población objeto de la encuesta, se va a elaborar una prueba piloto con el propósito de conocer cuál será el tamaño ideal de la muestra. Es decir sirve para determinar los valores de p y q.

Para la realización de la prueba piloto se planteó la siguiente pregunta:

- ¿Utilizaría usted el servicio de un centro de recreación y cuidado diario para sus familiares?

Ésta pregunta se la realizó a 40 personas de las cuales 34 contestaron que sí y 4 contestaron que no; es decir el valor para **p** sería: **0,85** y para **q** (1-p) sería: **0,15**.

2.2.2. Universo y unidad de análisis.

La encuesta se llevará a cabo en el ámbito urbano del cantón Cuenca, el universo de estudio serán todas las personas que se encuentren entre 65 y 80 años de edad. La unidad de análisis será personal.

2.2.3. Tamaño de la muestra.

Para determinar la población de estudio o el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(z)^2.N.p.q}{(E)^2(N-1) + (Z)^2.p.q}$$

- **Dónde:**

Tabla 3 Representación de la fórmula

n =	Muestra a obtener	n= Número de encuestas
N =	Población meta	N= 5.351
Z =	Nivel de confianza - 95%	Z = 1.96
E=	Error estimado – 5%	E= 0,05
p=	Porcentaje de individuos con interés en el proyecto	P= 0,85
q=	Porcentaje de individuos sin interés en el proyecto.	q= 0,15

- **Despejando la fórmula:**

$$n = \frac{(1.96)^2.5351.0,85.0,15}{(0,05)^2(5351-1)+(1.96)^2.0,85.0,15}$$

$$n = \frac{2620.9412}{13.8648}$$

n = 189.03

Es decir es necesario realizar 189 encuestas.

2.2.4. Análisis de resultados de la encuesta.

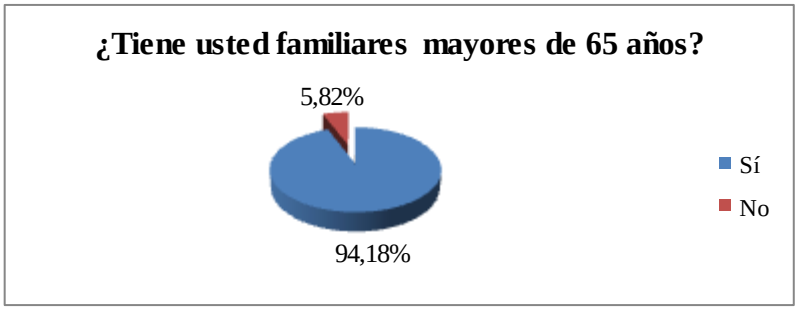
1) ¿Tiene usted familiares mayores de 65 años?

Tabla 4 Resultados pregunta no. 1

SI	178	94,18 %
NO	11	5,82 %
Total	189	100%

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por Ma. Eulalia Toral

Gráfico 5 Pregunta 1



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Se puede observar que el 94,18 % del total de personas encuestadas tienen familiares mayores de 65 años, es decir existe un importante mercado potencial para el proyecto. Según el universo de población sobre el que se tomó la muestra tendríamos que de las 5.351 personas, 5.039 tienen familiares mayores de 65 años.

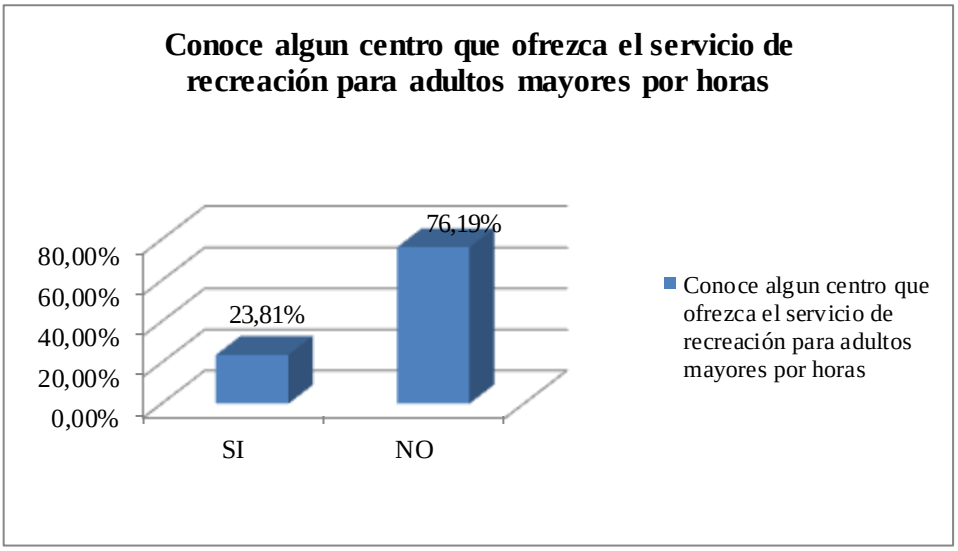
2) **¿Conoce usted a algún centro que ofrezca el servicio de recreación a donde puedan acudir sus familiares adultos mayores por horas?**

Tabla 5 Resultados pregunta 2

SI	45	23.81%
NO	144	76.19%
Total	189	100,00%

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 6 pregunta 2



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Con los resultados de ésta pregunta se observa que el 76,19% de personas encuestadas desconocen la existencia de centros de recreación al que puedan acudir sus familiares mayores por horas. Es decir del universo (5.351) objeto de ésta encuesta 4.076 personas, desconocen de la existencia de centros de recreación. Se demuestra que existe un amplio mercado al que se puede ofertar y dar a conocer el servicio de Casablanca.

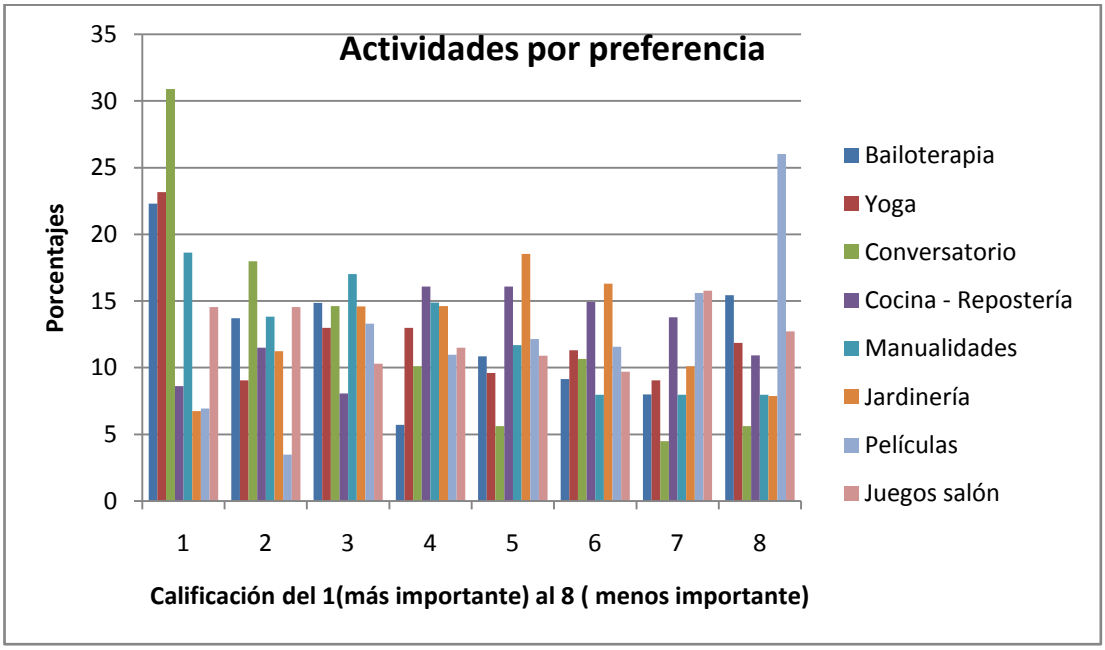
3) ¿Qué actividades considera que debería brindarse? (Por orden de importancia califique de 1 a 8, siendo 8 el de menor importancia)

Tabla 6 Resultados pregunta 3

Bailo terapia	Yoga	Conversatorios	Cocina, repostería	Manualidades	Jardinería	Películas	Juegos de salón
39	41	55	15	35	12	12	24
24	16	32	20	26	20	6	24
26	23	26	14	32	26	23	17
10	23	18	28	28	26	19	19
19	17	10	28	22	33	21	18
16	20	19	26	15	29	20	16
14	16	8	24	15	18	27	26
27	21	10	19	15	14	45	21
175	**177**	**178**	**174**	**188**	**178**	**173**	**165**
22,29	23,16	30,90	8,62	18,62	6,74	6,94	14,55
13,71	9,04	17,98	11,49	13,83	11,24	3,47	14,55
14,86	12,99	14,61	8,05	17,02	14,61	13,29	10,30
5,71	12,99	10,11	16,09	14,89	14,61	10,98	11,52
10,86	9,60	5,62	16,09	11,70	18,54	12,14	10,91
9,14	11,30	10,67	14,94	7,98	16,29	11,56	9,70
8,00	9,04	4,49	13,79	7,98	10,11	15,61	15,76
15,43	11,86	5,62	10,92	7,98	7,87	26,01	12,73
100,00 %	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**	**100,00 %**

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por Ma. Eulalia Toral

Gráfico 7 Pregunta 3



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Según los resultados obtenidos en la encuesta se puede ver que las actividades de mayor preferencia según la calificación, es decir con calificación 1 son: conversatorio en primer lugar, luego tenemos yoga y en tercer lugar bailo terapia, así como las actividades de menor interés sería películas al igual que jardinería.

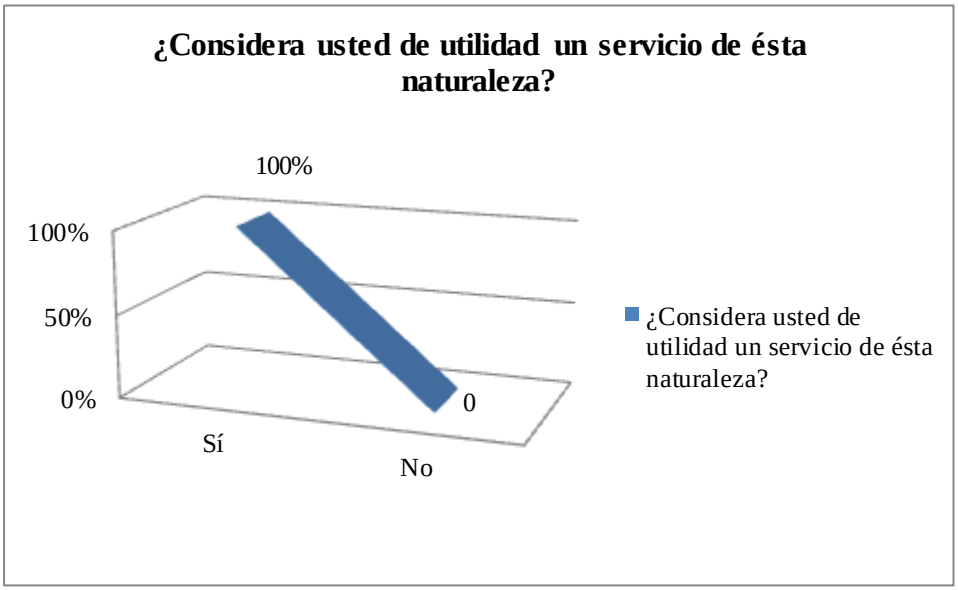
4) ¿Considera usted de utilidad un servicio de ésta naturaleza?

Tabla 7 Respuesta pregunta 4

SI	189	100,00 %
NO	0	0,00
Totales	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 8 Pregunta 4



Fuente: Investigación de mercado– Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

El 100% de la población encuestada considera de utilidad un servicio de esta naturaleza, esto indica que será un servicio que tendrá una excelente acogida en la comunidad.

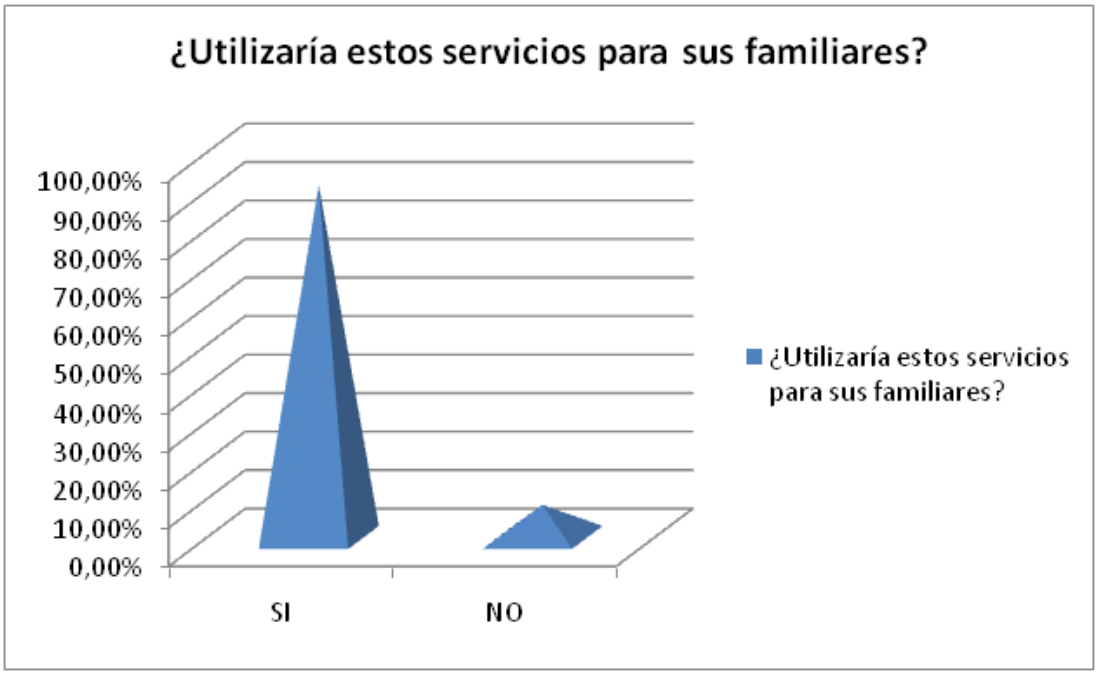
5) ¿Utilizaría estos servicios para sus familiares?

Tabla 8 Respuestas pregunta 5

SI	173	91,53 %
NO	16	8,47 %
Totales	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 9 Grafico pregunta 5



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

El 91,53% de la población, es decir 4.897,7 personas estarían dispuestos a utilizar el servicio que brinda el centro de recreación y cuidado diario para adultos mayores, para sus familiares. Se puede ver que el proyecto tiene gran acogida en la población.

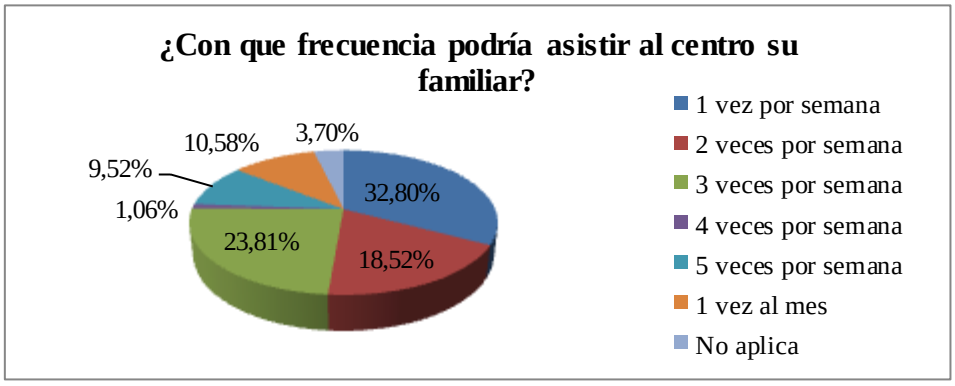
6) **¿Con qué frecuencia considera que su familiar, podría asistir a este Centro?**

Tabla 9 Respuestas pregunta 6

Número de veces		
1 vez por semana	62	32,80 %
2 veces por semana	35	18,52 %
3 veces por semana	45	23,81 %
4 veces por semana	2	1,06 %
5 veces por semana	18	9,52 %
1 vez al mes	20	10,58 %
No aplica	7	3,70 %
Totales	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 10 Pregunta 6



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia

Conclusión.

El 32,8% de los encuestados, consideran que sus familiares podrían asistir a Casablanca una vez a la semana, es decir 1.755 personas. Un 23,81%, es decir 1.274 personas podrían usar 3 veces a la semana. Un 9,52% consideran que requerirían el servicio diariamente, es decir 509 personas estarían dispuestas a que sus familiares mayores de 65 años hagan uso de las instalaciones del centro todos los días.

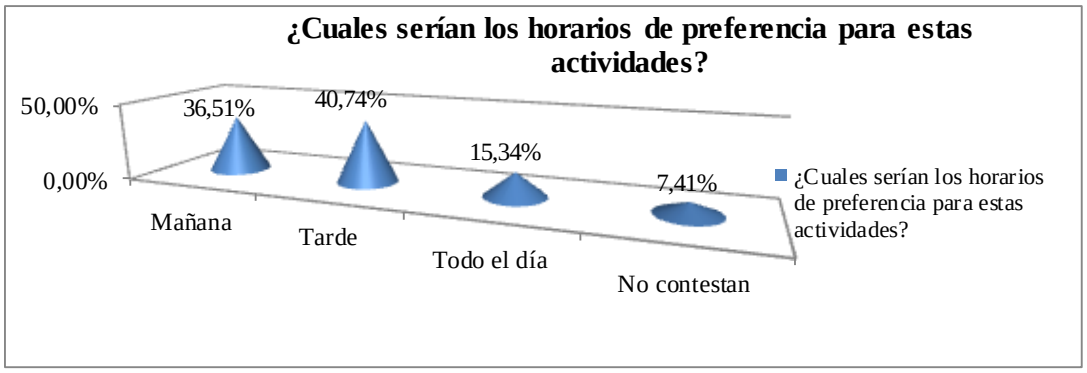
7) ¿Cuáles serían los horarios de preferencia para estas actividades?

Tabla 10 Respuestas pregunta 7

Mañana	69	36,51 %
Tarde	77	40,74 %
Todo el día	29	15,34 %
No contestan	14	7,41 %
	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 11 Pregunta 7



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

El 40,74% de los usuarios preferirían que sus familiares asistan al centro en la tarde, un 36,51% llevarían a los adultos mayores en la mañana, un 15, 34% tendrían la necesidad de atención para sus familiares todo el día, es decir se debería dar a los usuarios la posibilidad de las tres alternativas.

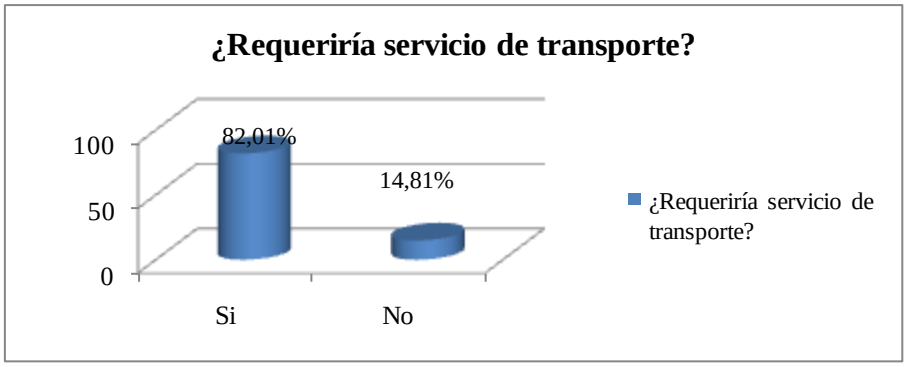
8) ¿Requeriría servicio de transporte?

Tabla 11 Respuestas pregunta 8

SI	155	82,01 %
NO	28	14,815 %
No contestan	6	3,17 %
Totales	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 12 Pregunta 8



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Al ser un porcentaje tan alto el que requiere el servicio de transporte, se debe ofrecer este servicio como complemento de los otros servicios.

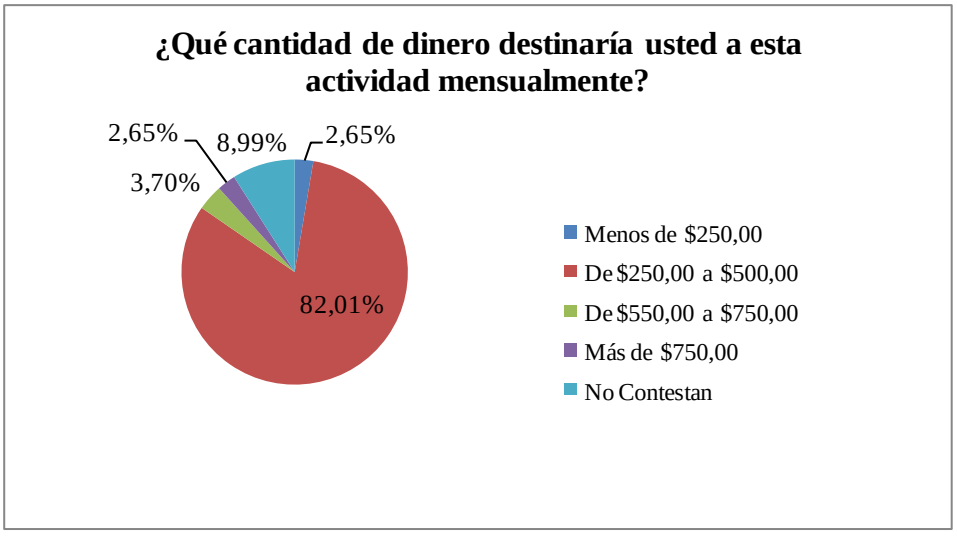
9) ¿Qué cantidad de dinero aproximadamente destinaría usted a esta actividad mensualmente?

Tabla 12 Respuestas pregunta 9

Menos de 250	5	2,65%
De 250 a 500 Dólares	155	82,01%
De 500 a 750 Dólares	7	3,70%
Más de 750 Dólares	5	2,65%
No contestan	17	8,99%
Totales	189	100,00%

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 13 Pregunta 9



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Un alto porcentaje del 82% de la población estaría dispuesta a gastar entre $250 y $500 dólares, lo que nos da una idea del posible precio que se debería fijar.

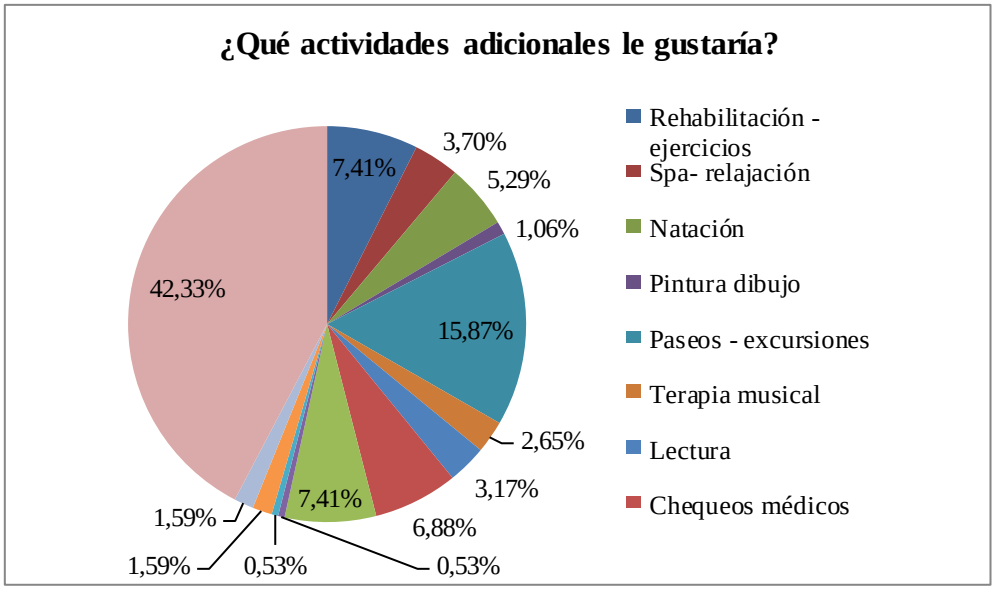
10) ¿Qué actividades adicionales le gustaría que dispongamos en nuestro centro?

Tabla 13 Respuesta pregunta 10

Rehabilitación – ejercicios	14	7,41 %
Spa- relajación	7	3,70 %
Natación	10	5,29 %
Pintura dibujo	2	1,06 %
Paseos – excursiones	30	15,87 %
Terapia musical	5	2,65 %
Lectura	6	3,17 %
Chequeos médicos	13	6,88 %
Asistencia Psicológica – motivación	14	7,41 %
Caminatas	1	0,53 %
Canto	1	0,53 %
Charlas	3	1,59 %
Oración	3	1,59 %
No contesta o son suficientes actividades	80	42,33 %
Totales	189	100,00 %

Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Gráfico 14 pregunta 10



Fuente: Investigación de mercado – Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Conclusión.

Para el 42,33% de los posibles usuarios, las actividades ofertadas son suficientes, Sin embargo se debe tomar en cuenta las sugerencias, sobre todo de aquellas que tienen

una calificación significativa como es el caso de paseos y excursiones con un 15,87%.

2.2.5. Entrevista personal en profundidad.

"Se define como una interacción dinámica de comunicación entre dos personas, entrevistador y entrevistado, bajo control del primero"[9]. Éste método presenta ventajas como que el entrevistado sienta que sus opiniones son importantes y se puede sondear a fondo sobre la información requerida. Como desventajas se tendría el hecho de que no se puede realizar muchas entrevistas, otra dificultad sería que la validez de los resultados y la calidad de la información dependen exclusivamente del entrevistador.

Sin embargo al no tener conocimiento previo sobre el tema tratado es conveniente obtener información de personas que por experiencia manejan el tema, en éste caso el manejo de centros de atención a ancianos.

Para realizar la entrevista se debe prepara un cuestionario que reúna los temas sobre los que se requiere información y que a continuación se detalla:

- **Cuestionario para la realización de la entrevista personal profunda**

1. ¿Qué servicios ofrece el centro que usted dirige?
2. ¿A qué personas brinda el servicio?
3. Comentario sobre el desarrollo del centro
4. ¿Cómo se desarrollan las actividades diarias?
5. Ventajas que ofrece sobre otros centros similares.
6. Capacidad de las instalaciones.
7. Disposición de recursos físicos y humanos
8. Otros servicios que planea incorporar.
9. Inversión aproximada

[9] TRESPALACIOS GUTIERRÉZ, Juan Antonio. VÁZQUEZ CASIELLES, Rodolfo. BELLO ACEBRÓN, Lauretino. *Investigación de Mercados*. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Thomson Editores Spain. España 2005. Pág. 77

10. Dificultades que ha encontrado en la marcha para el desarrollo de las actividades.
11. ¿Qué opina de la creación de un centro de estancia diurna para ancianos?

La información obtenida en la entrevista servirá como guía para la planificación de actividades, conocer las dificultades con las que se pueda topar, así como un diagnóstico sobre la competencia y la oferta actual.

2.2.6. Resultados entrevista a profundidad.

Se realizaron entrevistas telefónicas y mediante visitas a los centros de la ciudad. Telefónicamente se obtuvo información del Centro Diurno Gerontológico "Sta. Teresa de Monay", a éste centro acuden de 15 a 20 personas, funciona los días miércoles y jueves de 2 a 5 p.m. para realizar manualidades. El costo es de $10 mensuales y reciben asistencia del MIES y de particulares.

Otro centro que funciona de forma similar es el Centro Diurno Gerontológico "San José del Vecino", se reúnen unas 15 personas lunes y viernes de 2 a 5 p.m. en una casa entregada en comodato por el municipio, realizan manualidades y juegan bingo, reúnen fondos para realizar paseos o excursiones, no reciben ayuda económica de ninguna institución.

Se visitó la Comunidad Geriátrica "Jesús de Nazareth", ubicada en la Panamericana Norte en el sector de Challuabamba, su directora y trabajadora social es la Lcda. Catalina Iñiguez. El servicio está dirigido a personas de la tercera edad sean auto válidos o no, que puedan costear su permanencia en el centro, para fijar la mensualidad la Lcda. Iñiguez realiza una entrevista a los familiares para establecer la condición económica, funciona sólo como residencia. Posee instalaciones muy bonitas con amplios jardines. Los ancianos reciben terapias físicas, visita médica, asistencia psicológica y terapia ocupacional, actualmente atienden a 33 personas, aunque la capacidad instalada es para 38 personas, las habitaciones son para tres y cuatro personas, pero son cómodas. Cuentan con un personal de 25 empleados en total de los cuales 15 son enfermeras que realizan turnos. Las estudiantes de la Escuela de Enfermería realizan pasantías diarias para colaborar con la atención a los ancianos. Como ventajas sobre otros centros similares serían sus instalaciones y contar con suficiente personal calificado.

Otro centro visitado fue “la Casa del Abuelo/a” ubicado en la Urbanización la Prensa, su Directora es la Dra. Soraya Martínez. Ofrecen la modalidad diurna y de residencia, cuentan al momento con 13 ancianitos, de los cuales solo dos hacen uso de la modalidad diurna. Ofrecen terapias físicas y ocupacionales, la visita de 2 médicos, asistencia psicológica. La capacidad física del centro es para 20 personas, cuentan con dos enfermeras y personal de cocina y limpieza. Como ventaja sería el contar con dos médicos, pero cuentan con poco personal de enfermería.

El último centro visitado fue el Grupo de Adultos Mayores “María Reina de la Paz”, que funciona en la pastoral de Totoracocha y está dirigido por la Lcda. Anita Tapia, es un centro gratuito que funciona de martes a viernes con el auspicio del MIES, la Pastoral Social y de personas voluntarias.

Acuden actualmente unas 80 personas a las que se les divide por grupos para realizar diferentes actividades. Tienen talleres de manualidades, música y canto, baile, cocina, talleres ocupacionales, etc. Asisten a los ancianos con chequeos médicos, terapias físicas, ayuda psicológica y social. El lugar se encuentra bien equipado, tanto en los talleres como en el consultorio médico y el área de terapias. Cuentan con profesores remunerados para los talleres, personal para cocina y limpieza y además reciben pasantes de colegios cercanos para ayudar en la atención a los adultos. Es un centro ejemplo de organización y buen funcionamiento, en el que los ancianos reciben atención, mucho cariño y el estímulo necesario para sentirse útiles y activos.

Al ver la alegría que muestran los mayores en sus rostros se puede medir el éxito del centro.

2.3. Mercado Objetivo.

El mercado al que está dirigido el proyecto está constituido por personas auto-válidas que se encuentren entre 65 y 80 años y se hallan en un nivel socio-económico medio-alto a alto de la zona urbana de Cuenca. Al analizar la proyección de la población segmentada para el año 2010 tenemos un total de 5.351 personas que constituirían el universo de población. De éste total, según los resultados de las encuestas realizadas, el 91,53%, es decir, 4.897,7 estarían dispuestos a utilizar los servicios de Casablanca para sus familiares, de aquí 82,01%, es decir, 4.016,60 estarían en capacidad de

pagar entre $250 y $500 que sería aproximadamente el costo del servicio. Sin embargo debido a la capacidad física de la que se dispone, no sería posible dar atención a todos ellos. Se puede estimar que sería posible dar atención a unas 20 personas en la mañana y 25 en la tarde, por lo menos en la etapa inicial, ya que no sería realista incrementar la capacidad sin incrementar la inversión.

Al comparar la capacidad máxima de la que se dispone con la demanda esperada se observa que existe una gran demanda insatisfecha, lo que prueba que este sector no ha sido lo suficientemente atendido. La demanda es demasiado amplia para la capacidad de la que se dispone, por lo que una gran cantidad de personas no podrían ser atendidas por Casablanca. De las 4.016,60 personas, que son el mercado objetivo, tan solo se podrá satisfacer la necesidad de un 1,12% de la población, el restante 98,88% sería demanda insatisfecha.

2.4. Análisis de la competencia.

Para analizar la competencia, se realizó una investigación tanto de fuentes primarias, mediante visitas o llamadas a diferentes centros realizando entrevistas y buscando información, así como de fuentes secundarias como los datos obtenidos en el MIES, de los principales competidores dentro de la industria.

En visita realizada al MIES que es el ente rector de los asuntos de la tercera edad, se encarga de: autorizar, supervisar, asesorar y controlar, todos los centros para la tercera edad; se entrevistó a la Lcda. Yolanda Arias, Directora actual de la Dirección de Gestión de Atención Integral Gerontológica del Ministerio, quién coordina los centros geriátricos de la provincia.

Según lo indicado por ella existen diferentes tipos de centros a nivel provincial, la mayoría de ellos son residencias o acilos, en donde generalmente los ancianos permanecen hasta el final de sus días. Asistencia domiciliaria, es cuando la persona especializada acude al hogar del anciano, generalmente personas incapacitadas. Están los clubes de la tercera edad, sobre todo en áreas rurales y en barrios de escasos recursos, en donde se reúnen con fines recreativos y ocupacionales. Los Centros de Rehabilitación Comunitaria (CRC) son organizaciones para la tercera edad que se encuentran en las zonas rurales de la provincia, bajo la coordinación del Ministerio,

con la finalidad de ofrecer a las personas de la tercera edad talleres ocupacionales, de manualidades y actividades recreativas, funcionan una o dos veces a la semana en las casas parroquiales, a éstos el MIESS les asigna un promotor comunitario, quien es el encargado de coordinar las actividades. Y finalmente están los centros gerontológicos diurnos, a los que las personas de la tercera edad acuden por horas o durante todo el día para ser atendidos. (**Anexo 4**)

El proyecto se define, como un centro integral gerontológico diurno para recreación de personas adultas mayores de 65 años, el cual combina la terapia de esparcimiento y recreación con una atención y cuidado de calidad.

De los datos obtenidos en las entrevistas, se deduce que en la ciudad de Cuenca existen muy pocos centros diurnos que son: El del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, al que acuden los afiliados jubilados en busca de actividades recreativas. El Grupo de Adultos Mayores "María Reina de la Paz" ubicado en la Pastoral Social de Totoracocha, el cual dispone de varias actividades y es un centro de asistencia social para personas de bajos recursos. Centro Diurno Gerontológico "Sta. Teresa de Monay" y el Centro Diurno "San José del Vecino", que se reúnen únicamente dos veces a la semana. "La Casa del Abuelo/a" tienen las dos modalidades: residencia y diurna, pero actualmente cuenta con 2 personas en el horario diurno. Cabe recalcar que los centros mencionados no constituirían verdadera competencia para Casablanca, ya que están dirigidos a un segmento de mercado diferente al de Casablanca o proponen diferentes servicios.

En el cuadro siguiente se detallan los más significativos:

Tabla 14 Competencia

Institución	Dirección	Teléfono	Beneficios	Clientes	Director/a	Costo mensual
Comunidad Geriátrica "Jesús de Nazareth"	Panamericana Norte Km. 10	2875439	Alojamiento, asistencia médica y psicológica	34	Lcda. Catalina Iñiguez	-
Clínica Geriátrica "Los Jardines"	Fray Gaspar de Carvajal	2886852	Alojamiento, asistencia médica y psicológica	40	Ing. Fernando Castillo	$600
"La Casa del Abuelo/a"	La Prensa entre el Tiempo y el Mercurio	2862830	Servicio diurno o alojamiento, Terapistas, psicólogo, médico	13 personas	Dra. Soraya Martínez	$550
Centro Diurno Gerontológico "San José del Vecino"	Vargas Machuca y R. M. Arízaga	2832879	Servicio diurno o completo	15 personas	Dra. Ma. Eulalia Robles	$0
Centro Diurno Gerontológico "Sta. Teresa de Monay"	Ciudadela Tomebamba	2808936	Miércoles y jueves, manualidades - bingo	De 20 a 30 personas	Sra. Inés Carpio	$10

Fuente: MIES – Elaborado por Ma. Eulalia Toral

Si bien es cierto, que la población a la que está dirigida el proyecto dispone de recursos para solventar el gasto que implica una actividad como la que ofrece Casablanca, también es cierto que son personas que tiene necesidades de atención y cuidado y no cuenta con lugares a los que puedan acudir.

2.4.1. Conclusiones.

Como resultado de la investigación se pudo constatar que en la ciudad de Cuenca existen negocios similares como es el caso de los asilos, casas de reposo, clubes e incluso centros diurnos gratuitos. Sin embargo, no existe en la actualidad otro centro gerontológico diurno con las características del presentado en el proyecto, en el que a pesar de ser un negocio, se ofrezca la posibilidad de unir recreación con salud.

De las visitas a los centros se pudo constatar la diferencia marcada que existe entre los asilos y los centros diurnos. En los asilos a pesar de que los ancianos reciben toda la atención y el cuidado, tienen en su rostro la sombra de la tristeza y el abandono;

mientras la experiencia del centro diurno es muy diferente, los ancianos están contentos, activos, se sienten útiles y al final de la tarde regresan a sus hogares felices habiendo ocupado su tiempo en lo que les gusta.

2.5. Capacidad del Proyecto.

Se ofertarán dos turnos, uno diurno y otro vespertino, con horarios a elegir y actividades de acuerdo a las preferencias de los clientes.

Se ha considerado que en el horario vespertino la demanda será mayor en un 4%, es decir aproximadamente 2 personas adicionales, debido a la disponibilidad de tiempo de los usuarios.

Se estima una demanda inicial de 20 personas al día, por ser un negocio nuevo; para conseguir mayor acogida habrá que esperar el tiempo necesario para posicionarse en el mercado y de esta manera aumentar la capacidad instalada.

Se proyecta que para el tercer año de actividades, la capacidad aumente, ya que la casa cuenta con espacio adicional para actividades de mayor movimiento.

A partir del tercer año se llegaría a la utilización de mayor número de costos en talento organizacional competitivo y gastos para las tareas programadas, así como la creación de nuevas actividades de acuerdo a pedidos del cliente.

Capítulo 3

Estrategia Comercial

- **Antecedentes.**

Existe un amplio mercado insatisfecho al que se puede ofertar el servicio, ya que en la ciudad de Cuenca, actualmente no existen lugares con las características que ofrece el proyecto, sin embargo existen centros similares que se encuentran ya posicionados en el mercado.

Es necesario realizar un plan de marketing que permita forjar y mantener relaciones provechosas con los clientes meta, para conseguir el posicionamiento deseado y alcanzar las metas como organización.

Objetivos.

- Dar a conocer los servicios que ofrece el Centro de Recreación Diurno Casablanca.
- Difundir a los posibles usuarios y sus familiares las ventajas de contar con un centro de las características de Casablanca.
- Captar el número necesario de personas de la tercera edad que justifique la inversión realizada.

3.1. Estrategia de marketing.

El plan tiene como mercado meta las personas entre 65 y 80 años de la zona urbana de Cuenca, por lo que las estrategias de marketing estarán dirigidas, a estas personas como usuarios y sus familiares por ser los que tendrán la decisión de compra.

Para lograr posicionarse se buscara crear un servicio diferenciado, basado en los más altos estándares de calidad y atención personalizada, buscando satisfacer a los clientes a que se sientan “mejor que en su propia casa”, así se conseguirá fidelidad y

que los clientes y sus familiares sean los principales promotores de los servicios que Casablanca ofrecerá.

Se acudirá a algunas estrategias publicitarias inicialmente con el propósito de captar atención y atraer a los nuevos usuarios.

Las estrategias publicitarias que se aplicarán serán:

Tabla 15 Estrategias publicitarias

Tipo de publicidad	Medio	Instrumento	Costo
Hojas volantes para incluirlos en estados de cuenta de tarjetas de crédito	Diners Visa	Arte y diseño	2000 volantes full color, tamaño 15 x 12 cm, $ 80,00
Promotor Contratación por 2 meses	Visita a instituciones, públicas y privadas	Entrega personalizada de publicidad e invitación a inauguración	$ 200,00 mensuales
Entrevistas	Unsión TV ETV Telerama	Programa En Familia Programa Día a Día	0,00
Página Web	Internet	Elaboración de la página web en la que los usuarios realicen visitas virtuales y obtengan la información requerida	$ 100,00 mensuales

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

3.2. Producto y Marca.

Existen muy pocas instituciones que se dedican a brindar la atención y el cuidado que los adultos mayores necesitan, por esta razón surge la idea de la creación de un centro integral destinado a brindar un plan de actividades elegidas para proporcionar recreación, desarrollo y cuidado a los mayores, un centro que no es un asilo, sino al cual acudirán diariamente, o los días que ellos deseen para recibir diversos talleres y actividades encaminadas a su desarrollo personal como terapias físicas, lectura, música, charlas, talleres ocupacionales y de manualidades, etc., convidada por personas especializadas y con una excelente calidad humana. Cada persona encontrará la actividad con la cual se identifica, en un ambiente tranquilo y armonioso.

Casablanca es el nombre de la institución y será sinónimo de confianza, responsabilidad, seguridad y empatía, que será la percepción que los usuarios tendrán al visitar las instalaciones, pero ello se logrará sólo con el compromiso de todos los miembros de la organización de entregar a los clientes cada día, lo mejor sí.

El objetivo es mejorar la salud física y psicológica de los adultos mayores, mediante la realización de las actividades dispuestas, logrando así que se mantengan activos útiles a la sociedad para que su calidad de vida mejore.

Se brindará atención personalizada con valores humanos y bases científicas en un lugar cálido y acogedor, por ello el lema de Casablanca es:

"Un lugar muy especial"

Los clientes satisfechos serán los mejores promotores de los servicios que el centro ofertará, ya que sentirán que cuentan con en lugar en el que pueden disfrutar sin tener que alejarse de sus familiares más que el tiempo que ellos decidan.

3.3. Descripción del servicio.

Para el correcto funcionamiento del centro se llevará a cabo diferentes procedimientos que a continuación se detallan:

Para la admisión.

1.- Calificación previa a través de la entrevista con el familiar o interesado.

2.- Llenar la ficha de ingreso en recepción. (**Anexo No. 10**)

3.- Evaluación médica y orientación.

4.- Inducción al usuario sobre horarios, transporte y actividades diarias.

5.- Inserción en el grupo de preferencia.

Proceso de actividades diarias.

1.- Recepción y ambientación.

2.- Conversatorio o video fórum.

3.- Refrigerio.

4.- Yoga o actividades físicas.

5.- Música y canto o actividades lúdicas.

6.- Almuerzo.

7.- Reposo y tiempo libre.

8.- Manualidades o talleres.

9. Juegos de salón o bailo terapia.

10.- Salida a los hogares.

Cabe señalar que simultáneamente se ofrecerán dos alternativas de actividades para que las personas escojan de acuerdo a sus gustos, además se alternarán las de la mañana y la tarde para que los ancianos que usen un solo horario puedan disfrutar de todas las actividades.

Algunas de las actividades previstas en el centro serán:

Conversatorios:

Ilustración 4 Conversatorios

Fuente: Imágenes de Google

Los grupos de conversación serán encuentros - discusiones en horarios establecidos, alrededor de un tema elegido con anticipación de preferencia por los usuarios, para

que no se conviertan en consumidores pasivos de la animación. Esta actividad favorece la comunicación y las relaciones entre los usuarios y el personal del Centro.

Algunos temas propuestos podrían ser:

Aficiones e intereses, charlas sobre las distintas regiones de origen de los miembros del grupo, crear entre todos un libro de refranes, confeccionar un libro de recetas, leer un libro en común e ir comentando los diferentes capítulos, tratar temas actuales.

Video fórum:

Dentro de este espacio se incluirán películas, documentales, programas de televisión y radio. La actividad consiste en ver una película y posteriormente abrir un diálogo sobre lo observado.

Manualidades:

Ilustración 5 Talleres de manualidades

Fuente: Imágenes de Google

Estas actividades se orientan a estimular las capacidades sensoriales, mentales y motrices a través del apoyo de las técnicas artísticas. Es un modo de expresión individual y una forma de comunicación que propicia la apertura hacia el diálogo.

Dentro de este tipo de actividades se encuentran:

Pintura y dibujo, escultura o modelaje con arcilla o plastilina, telar, collage, decoupage.

Taller de música y canto:

El objetivo principal será la relajación, mediante la actividad de escuchar música o divertirse cantando con la ayuda de un karaoke.

Ilustración 6 Canto

Fuente: Imágenes de Google.

Cocina y repostería:

Los participantes podrán aprender a combinar los alimentos de manera que elaboren platos más saludables y balanceados, de acuerdo a las recomendaciones de la Nutricionista, teniendo en consideración sus problemas de salud y necesidades nutricionales específicas. Conocerán nuevas recetas, al mismo tiempo que se divertirán, socializarán.

Jardinería:

Ilustración 7 Jardinería

Fuente: Imágenes de Google

Se aprovecharán de los espacios verdes, y se dispondrá de un pequeño invernadero apto para el cultivo y cuidado de plantas ornamentales.

Actividades Lúdicas y juegos de salón:

Ilustración 8 Juegos

Fuente: Imágenes de Google

Lúdica se refiere a las necesidades del ser humano, de comunicarse, sentir, expresarse y producir en los seres humanos una serie de emociones orientadas hacia el entretenimiento, la diversión, el esparcimiento, que nos llevan a reír, gritar e inclusive llorar, es una fuente generadora de emociones.

Mediantes estas actividades se conseguirá que exista sinergia y comunicación abierta entre el grupo participante, así como mayor confianza en el equipo que los guiará.

Además se fomentará: juegos de mesa como cartas, parchís, dominó, etc.

Aeróbicos y actividades físicas:

Ilustración 9 Ejercicios

Fuente: Imágenes de Google

A través de los ejercicios se estimula la actividad cardiovascular y respiratoria. Se propondrá un plan de acuerdo a cada persona bajo la dirección del fisioterapista.

Bailo terapia:

Ilustración 10 Bailo terapia

Imágenes de Google

Clases de baile para fomentar la camaradería y el ejercicio físico tan necesario en los mayores.

Paseos y excursiones:

Se organizarán caminatas cortas por los alrededores, así como: Visitas a museos de la localidad, salidas al cine, paseos a lugares previamente acordados, etc.

Celebraciones de fiestas tradicionales:

Entre las celebraciones más importantes tenemos: Cumpleaños, San Valentín, Carnavales, Día de la Madre, Día del Padre, Fiestas de Cuenca, Fiestas Navideñas.

3.4. Políticas de Precios.

Los precios serán fijados de acuerdo al tiempo que los adultos mayores hagan uso de los servicios que ofrece el centro.

- Habrá un precio de $450,00 para las personas que permanezcan en el centro todo el día, de manera que se incluye dos refrigerios y el almuerzo.
- La asistencia al centro por media jornada y que incluya un solo refrigerio tendrá un precio de $250,00.

- Y finalmente habrá un costo fijado por horas para las personas que asisten ciertos días a la semana u ocasionalmente, que será fijado de acuerdo a los talleres contratados.

Los precios han sido fijados tomando en cuenta los de la competencia y de acuerdo al estudio económico.

Capítulo 4

Estudio Financiero.

- **Antecedentes.**

Mediante el estudio económico se podrá determinar la inversión necesaria para el funcionamiento del establecimiento, el capital de trabajo que permitirá el correcto funcionamiento de las actividades de la institución, así como saber si el proyecto es rentable o no.

Para iniciar con el estudio económico, es necesario establecer la capacidad de la que se dispone de acuerdo a las instalaciones, misma que se contabilizará como cupos anuales.

La capacidad esperada para el primer año es de 252 cupos, es decir unas 21 personas diarias, se espera que a partir del segundo año la clientela aumente gradualmente, gracias a la buena promoción por parte de los clientes, conforme a la especialización y dado que los espacios libres de los que se dispone son grandes, se prevé crecimiento a partir del tercer año.

A continuación se presenta la proyección de la capacidad máxima a la que se pretende llegar anualmente en el proyecto.

Tabla 16 Capacidad instalada

Capacidad anual	
2011	252
2012	300
2013	324
2014	360
2015	408

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Se podrá disponer de esta capacidad sin tener que hacer inversiones fuertes, al menos dentro de los primeros cinco años, para el sexto se deberá reestructurar la inversión y

así disponer de mayor capital, ya que de otra manera no se podrá atender a más de 408 cupos por año.

4.1. Inversión inicial.

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria para iniciar el negocio y la debida implementación del centro, se ha solicitado proformas a algunos proveedores de los bienes requeridos. En función de la información facilitada, y de los resultados obtenidos en el estudio económico, se deduce que la inversión esencial para la puesta en funcionamiento del negocio y el capital requerido para contar con liquidez, se desglosa en:**(Anexo No.5)**

Tabla 17 Resumen de la inversión inicial

RESUMEN DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	TOTAL	PROPIO	FINANCIADO
ACTIVOS FIJOS	11.281,66	15.574,13	20.000,00
OTROS ACTIVOS	865,37		
CAPITAL DE TRABAJO	23.427,10	43,78%	56,22%
INVERSION TOTAL	35.574,13		

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Del total de la inversión inicial de $35.574,13, el 43,78% será aporte de los accionistas y el 56,22% será con financiamiento de un banco privado.

4.1.1. Balance de pérdidas y Ganancias y flujos de caja.

El Centro de Recreación y cuidado diario “Casablanca”, contempla una capacidad instalada de hasta 40 personas diarias en el horizonte del proyecto (5 años), de tal manera que los ingresos generados serán el resultado del pago mensual que cada persona haga por el uso del servicio. En el siguiente cuadro se detalla un resumen de los ingresos proyectados para 5 años: (**Anexo 6**)

Tabla 18 Proyección de los ingresos

AÑOS	VENTAS
1	113.205,89
2	140.987,37
3	148.036,73
4	169.940,33
5	193.664,20

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Todos los gastos previstos para proveer el servicio, así como para el mantenimiento del centro, tienen un crecimiento proporcional al incremento del costo de la vida, se prevé además en el cuarto año un incremento de personal, ya que al acrecentar el número de clientes, es necesario aumentar personal con el propósito de mantener la calidad del servicio.

Dentro de los gastos presupuestados se encuentran:

- Alimentos y refrigerios
- Suministros para talleres y jardinería
- Servicios básicos
- Suministros limpieza
- Suministros médicos
- Sueldos y salarios
- Gastos administrativos
- Publicidad
- Depreciaciones
- Gastos financieros.

Que se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 19 Costos

GASTOS DIRECTOS		SUELDOS Y SALARIOS		GASTOS DE PROMOCIÓN	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	20.958,00	1	70.190,40	1	2.560,00
2	22.005,90	2	73.699,92	2	2.288,00
3	23.106,20	3	77.384,92	3	2.402,40
4	24.261,50	4	92.409,36	4	2.522,52
5	25.474,58	5	108.742,79	5	2.648,65

GASTOS ADMINISTRATIVOS		DEPRECIACIÓN		GASTOS FINANCIEROS	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	9.960,00	1	1.392,17	1	3.000,00
2	10.458,00	2	1.192,23	2	2.555,05
3	10.980,90	3	1.032,32	3	2.043,36
4	11.529,95	4	822,43	4	1.454,92
5	12.106,44	5	740,19	5	778,21

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Toda la información para la elaboración del balance de pérdidas y ganancias se encuentra en el desglose de Ingresos **(Anexo 6)** y Gastos (**Anexo 7)**.

Tabla 20 Balance de pérdidas y ganancias

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA EMPRESA CASABLANCA CIA. LTDA							
PROYECTADO A : 5 AÑOS							
		0	1	2	3	4	5
+VENTAS			113.205,89	140.987,37	148.036,73	169.940,33	193.664,20
-COSTOS DIRECTOS			20.958,00	22.005,90	23.106,20	24.261,50	25.474,58
=UTILIDAD BRUTA			**92.247,89**	**118.981,47**	**124.930,54**	**145.678,83**	**168.189,62**
-GASTOS ADMINISTRATIVOS			9.960,00	10.458,00	10.980,90	11.529,95	12.106,44
-GASTOS DE PROMOCIÓN			2.560,00	2.288,00	2.402,40	2.522,52	2.648,65
-SUELDOS Y SALARIOS			70.190,40	73.699,92	77.384,92	92.409,36	108.742,79
-DEPRECIACIONES			1.392,17	1.192,23	1.032,32	822,43	740,19
=UTILIDAD OPERACIONAL			**8.145,33**	**31.343,32**	**33.130,00**	**38.394,57**	**43.951,55**
-FINANCIAMIENTO			3.000,00	2.555,05	2.043,36	1.454,92	778,21
+VENTA DE ACTIVOS					-		
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMP.			**5.145,33**	**28.788,26**	**31.086,63**	**36.939,64**	**43.173,33**
REPARTO UTILIDADES A TRABAJADORES	15%		771,80	4.318,24	4.663,00	5.540,95	6.476,00
=BENEFICO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA			**4.373,53**	**24.470,02**	**26.423,64**	**31.398,70**	**36.697,33**
-IMPUESTO A LA RENTA	25%		1.093,38	6.117,51	6.605,91	7.849,67	9.174,33
=UTILIDAD NETA			**3.280,15**	**18.352,52**	**19.817,73**	**23.549,02**	**27.523,00**

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

(Anexo 8)

Tabla 21 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA							
	AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA			3.280,15	18.352,52	19.817,73	23.549,02	27.523,00
+INTERESES*(1-t)	36,25%		1.912,50	1.628,85	1.302,64	927,51	496,11
+DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES			1.392,17	1.192,23	1.032,32	822,43	740,19
=FONDO GENERADO POR OPERACIONES(FGO)			**6.584,81**	**21.173,59**	**22.152,70**	**25.298,97**	**28.759,30**
-INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS y otros		- 12.147,03					
-CAPITAL DE TRABAJO		- 23.427,10					23.427,10
=CAJA GENERADA POR OPERACIONES(CGO)		**- 35.574,13**	**6.584,81**	**21.173,59**	**22.152,70**	**25.298,97**	**52.186,40**

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

4.2. Evaluación económica TIR - VAN.

Tabla 22 TIR Y VAN

Tasa mínima aceptable de rendimiento	14%
VAN	43.529,86
TIR	45,2%

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Desde el punto de vista de la factibilidad del proyecto, en donde el valor actual neto debe ser mayor o igual a cero, observando la estimación de los flujos de caja, se concluye que el proyecto tiene un VAN positivo gracias a la gran de demanda y a su baja sensibilidad al precio, que si bien es alto, se justifica con la calidad del servicio y el hecho de que en él se encuentran incluidos los costos y materiales de los diferentes talleres.

En la evaluación del proyecto, se tiene un Valor Actual de la empresa de $43.529,86, que es un valor aproximado de lo que sería el costo del proyecto al día de hoy, siempre y cuando se mantengan las tendencias de los costos y la demanda.

Calculando el VAN del proyecto, se obtiene un Valor Actual menos la inversión inicial de $7.955,73, lo que indica un alto índice de recuperación de la inversión, comenzando con flujos no muy bajos por el precio que tiene el servicio, a medida que se obtiene especialización en el campo de servicios, los flujos mejoran notablemente.

Otro cálculo importante es la TIR que es igual a la tasa que debe tener un proyecto para poder sobrevivir. La tasa mínima aceptable de rendimiento para el proyecto es del 14%, una tasa inferior a ésta indicaría que el proyecto no es rentable, sin embargo, según los resultados del proyecto éste indicador da una tasa del 45,2%, que indica que el proyecto es rentable.

De los resultados de los datos presentados, se puede advertir que el proyecto es viable de acuerdo a la recuperación propia de la inversión, es decir, es posible su elaboración porque los flujos reportarán ingresos mayores a la inversión en el futuro, así como por la rentabilidad y seguridad que ofrece a los inversionistas, esto

proporciona una idea clara de que con esfuerzo y sabiendo planificar y proyectar los números se llegará a cumplir con los objetivos planteados.

4.3. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio en el proyecto es el nivel de ventas en el que los beneficios por las ventas son exactamente igual a la suma de los costos fijos y variables. Para el cálculo del punto de equilibrio, se tomará los datos financieros del tercer año del proyecto, ya que se considera que en ese año se alcanzará estabilidad. (**Anexo9**)

Tabla 23 Resumen de costos

COSTOS	
Costos Fijos =	97.766,60
Costos variables =	19.183,50
Ventas totales =	148.036,73

Elaborado por: Ma. Eulalia Toral

Para el cálculo del punto de equilibrio se utilizará la siguiente fórmula:

$$PEV = \frac{TCF}{1-(CVT/VT)}$$

$$PEV = \frac{97.766,60}{1-(=19183,50/148036,73)}$$

PEV= 112.321,96

El punto de equilibrio se logra con ventas que generen un total de $112.321,96, que corresponde al 75,87% de lo proyectado para las ventas en el tercer año, lo cual se alcanza prestando el servicio a 20 personas diarias.

Conclusiones.

Con la realización de este proyecto se demuestra que es posible realizar acciones encaminadas a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, las actividades en la tercera edad deben tener como objetivo conservar la autosuficiencia, la adaptación social y los vínculos con su entorno. Para ello se debe facilitar a los ancianos lugares propicios en donde puedan tener esas facilidades.

La realización del estudio de mercado indica que en la ciudad de Cuenca no existe por el momento un Centro privado que brinde actividades recreacionales como las que se proponen en el proyecto a pesar de que existe suficiente demanda para un centro de las características de Casablanca.

El estudio económico demuestra que dar un servicio de ésta naturaleza puede llegar a ser con la correcta planificación un negocio rentable.

Bibliografía.

GELLIBERT, T. Carmen Inés, MESÍAS, S. Rosita, REINO, M. Ligia, REINO, M. Marcia, TORAL, M. María Eulalia. Trabajo final para el Modulo de Gestión estratégica de proyectos. Cuenca – Ecuador. Junio de 2009.

INEC. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Urbanos – ENIGHU. Resultados anuales febrero 2003 – enero 2004. Toma III: Cuenca – Machala. Quito – Ecuador. 2004. Cuadro 29.

ROBBINS, P. Stephen. y DE CENZO, David A. Fundamentos de Administración 3ª edición. Pearson Educación. México, 2002. 552 pág.

ROSALES Heredia, Pablo. Módulo de elaboración de Tesis. Cuenca. Diciembre 2010.

TORRES C, Giordano. Módulo de "Gestión Estratégica de Proyectos". Material proporcionado para el módulo. Cuenca, Ecuador. 2009.

TRESPALACIOS GUTIERRÉZ, Juan Antonio. VÁZQUEZ CASIELLES, Rodolfo. BELLO ACEBRÓN, Lauretino. Investigación de Mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Thomson Editores Spain. España 2005. 353 Pág.

UGALDE S., Cecilia. Módulo de "Comunicación y Marketing de Servicios", Material proporcionado para el módulo. Cuenca, Ecuador. 2009.

Referencia electrónica.

ABOGADOS EN LÍNEA.EC. "Minuta de constitución compañía de responsabilidad limitada". Ecuador. (en línea). Fecha de consulta 06 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.abogadosenlinea.ec/modelos-escritos/modelos-de-minutas/64-minuta-compania-responsabilidad-limitada.

CEPAR, USAIR, UNICEF, INEC Y OTROS. "ENDEMIAN 2004". Encuesta demográfica y de salud materna e infantil. Gastos en salud. (en línea). Ecuador 2004. Fecha de consulta: 28 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/informe/gastos/gastos1.htm

INEC. Compendio Estadístico Regional 2008. Análisis Socioeconómico Regional Sur. (en línea) Ecuador 2008. Pág. 52. Fecha de consulta 06 de noviembre de 2010. Disponible en web: http://www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId=3302451&name=DLFE-24901.pdf.

INEC. Sistema Integrado de Consultas. Censo de Población y Vivienda 2001. Estructura de la población. Distribución por edades. (en línea). Ecuador 2001. Fecha de consulta: 10 de Diciembre de 2010. Disponible en web: http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2001&MAIN=WebServerMain.inl.

INEC. Ecuador Proyecciones. Proyección de la población Ecuatoriana por área y años calendario, según provincias y cantones. Período 2001 – 2010. (en línea). Ecuador 2001. Fecha de consulta 15 de enero de 2010. Disponible en web: http://www.inec.gob.ec/web/guest/publicaciones/anuarios/cen_nac/pob_viv?doAsUserId=bOXxdIp7JDY%253D. Pág. 77

ITURRALDE, Ernesto y Asociados. *"Lúdica".*Taemwork. Programas para desarrollar y fortalecer el trabajo en equipo (en línea). Fecha de consulta 01 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.teamw0rk.com/ludica.htm.

MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL. Descargas. Requisitos Gerontología. "Requisitos para permiso de funcionamiento de un Centro Gerontológico". (en línea). Fecha de consulta: 06 de diciembre de 2010. Disponible en web: http://www.mies.gov.ec/index.php/descargas/category/54

NACIONES UNIDAS EN ECUADOR. Información sobre Ecuador. Índice de Desarrollo Humano. (en línea). Ecuador. Fecha de consulta: 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://www.un.org.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=14.

Anexos

Anexo No. 1

ENDEMAIN 2004: Gastos en salud

Cuadro 19.1 B

Gasto total en salud anualizado, por gasto total del hogar y per cápita, según características seleccionadas.
Ecuador: ENDEMAIN 2004

Características seleccionadas	Gasto per cápita											No. de casos
	Rango de gasto (en dólares)						Hogares con problemas de salud que no hicieron nada(*)	Hogares sin problemas de salud o no usaron los servicios de salud	Total	Promedio de gastos, hogares con problemas de salud o usaron servicios de salud (en dólares)	Promedio de gastos, todos los hogares (en dólares)	
	Usaron servicios de salud y no gastaron	0,1 a 19,99	20 a 39,99	40 a 79,99	80 a 199,99	200 ó más						
Total	5.4	24.6	10.6	13.9	18.9	18.9	1.7	6.0	100.0	157.29	147.93	10985
Área												
Urbana	3.7	22.1	10.5	14.0	20.5	22.0	1.1	6.0	100.0	179.32	168.61	5823
Rural	7.8	28.4	10.7	13.6	16.4	14.4	2.7	5.9	100.0	125.29	117.88	5162
Región y Dominio												
Sierra	6.4	22.7	9.5	13.1	17.9	21.8	2.1	6.6	100.0	185.20	172.99	6307
Quito	3.5	20.3	10.0	12.7	20.8	24.7	1.0	7.0	100.0	211.48	196.71	888
Resto Urbano	3.6	19.5	8.8	13.4	19.6	27.6	1.2	6.4	100.0	229.07	214.34	1921
Rural	9.3	25.7	9.7	13.1	15.5	17.1	3.2	6.5	100.0	148.18	138.56	3498
Costa	4.2	26.5	11.7	14.7	20.2	16.1	1.4	5.3	100.0	128.11	121.30	3903
Guayaquil	4.4	22.1	10.7	15.6	20.4	20.3	1.3	5.1	100.0	153.65	145.81	940
Resto Urbano	3.2	25.6	12.2	14.4	20.9	17.2	1.0	5.4	100.0	139.40	131.90	1613
Rural	5.3	32.0	12.1	14.2	19.0	10.1	1.9	5.5	100.0	87.33	82.56	1350
Amazonia	6.0	29.2	11.9	13.8	16.6	16.4	1.3	4.7	100.0	151.34	144.19	529
Insular	6.5	14.6	4.1	10.2	16.3	19.1	2.4	26.8	100.0	385.74	282.25	246
Provincia												
Carchi	6.1	25.6	11.3	15.4	18.7	16.0	2.4	4.5	100.0	120.77	115.40	539
Imbabura	7.6	23.7	9.3	11.9	14.7	16.6	4.3	11.9	100.0	150.87	132.95	463
Pichincha	3.6	22.1	10.4	14.2	19.5	22.5	1.2	6.5	100.0	188.95	176.65	1490
Cotopaxi	10.7	29.0	10.0	12.2	14.0	12.3	2.1	9.7	100.0	100.38	90.68	559
Tungurahua	3.0	21.1	9.5	15.5	19.1	25.0	1.3	5.4	100.0	238.87	225.93	535
Bolívar	10.9	28.5	8.7	11.8	14.5	15.5	3.9	6.3	100.0	105.80	99.17	543
Chimborazo	15.8	21.8	10.5	11.8	15.3	14.4	2.4	8.0	100.0	109.97	101.17	550
Cañar	7.6	18.2	7.6	12.3	17.0	27.3	3.9	6.1	100.0	338.92	318.40	512
Azuay	4.8	22.1	6.5	10.4	19.6	28.7	3.3	4.6	100.0	223.89	213.49	603
Loja	9.4	21.8	9.2	12.1	15.4	25.3	2.1	4.7	100.0	189.69	180.82	513
Esmeraldas	7.7	31.1	11.7	11.9	13.8	10.0	2.5	11.3	100.0	128.20	113.68	521
Manabí	4.0	29.6	12.5	16.3	20.1	13.3	0.5	3.6	100.0	113.85	109.73	607
Los Ríos	2.9	26.6	12.1	14.1	21.2	14.0	1.4	7.8	100.0	118.74	109.52	580
Guayas	4.1	24.9	11.6	14.4	20.3	18.2	1.4	5.0	100.0	136.41	129.55	1609
El Oro	4.6	25.3	10.0	15.9	23.1	15.5	2.0	3.6	100.0	119.07	114.80	586
Grupo étnico												
Mestizo	4.8	24.4	10.7	14.2	19.4	19.4	1.6	5.5	100.0	161.04	152.21	9422
Indígena	12.8	29.2	8.8	10.9	13.5	10.6	4.1	10.2	100.0	87.16	78.27	910
Otros	6.3	24.8	11.0	11.7	16.7	19.5	1.5	8.6	100.0	174.30	159.38	653
Quintil económico												
1 (más pobre)	10.3	35.6	12.5	14.0	12.6	7.7	2.8	4.4	100.0	68.35	65.32	2318
2	6.0	29.1	11.8	15.8	18.4	11.8	1.9	5.2	100.0	105.65	100.19	2178
3 (intermedio)	4.2	25.3	11.4	14.9	21.3	16.2	1.5	5.2	100.0	132.90	126.02	2148
4	3.1	20.8	10.0	13.9	22.2	22.9	0.9	6.1	100.0	178.63	167.82	2175
5 (más rico)	3.8	14.1	7.7	11.0	19.2	33.9	1.6	8.7	100.0	292.33	267.00	2166

(*) Incluye hogares con mujeres de 15 a 49 años que no tuvieron control prenatal

Anexo No. 2

ECUADOR: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN POR ÁREAS Y AÑOS CALENDARIO, SEGÚN PROVINCIAS Y CANTONES

PERÍODO 2001 - 2010

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
TOTAL PAIS	**13.805.095**	**8.993.796**	**4.811.299**	**14.005.449**	**9.202.590**	**4.802.859**	**14.204.900**	**9.410.481**	**4.794.419**
AZUAY	**691.054**	**425.410**	**265.644**	**702.994**	**441.527**	**261.467**	**714.341**	**457.041**	**257.300**
CUENCA	479.614	374.242	105.372	487.901	388.420	99.481	495.776	402.068	93.708
GIRON	14.466	4.747	9.719	14.716	4.928	9.788	14.953	5.100	9.853
GUALACEO	44.360	14.412	29.948	45.127	14.959	30.168	45.855	15.484	30.371
NABON	17.383	1.413	15.970	17.684	1.466	16.218	17.969	1.518	16.451
PAUTE	26.563	6.765	19.798	27.022	7.021	20.001	27.458	7.268	20.190
PUCARA	11.131	1.264	9.867	11.323	1.312	10.011	11.506	1.358	10.148
SAN FERNANDO	4.554	1.882	2.672	4.632	1.953	2.679	4.708	2.022	2.686
SANTA ISABEL	19.286	5.706	13.580	19.619	5.922	13.697	19.936	6.130	13.806
SIGSIG	28.321	4.489	23.832	28.810	4.659	24.151	29.275	4.823	24.452
OÑA	3.714	922	2.792	3.779	956	2.823	3.840	990	2.850
CHORDELEG	12.484	3.203	9.281	12.699	3.324	9.375	12.904	3.441	9.463
EL PAN	3.535	571	2.964	3.596	592	3.004	3.654	613	3.041
SEVILLA DE ORO	6.017	1.044	4.973	6.121	1.084	5.037	6.220	1.122	5.098
GUACHAPALA	3.593	1.102	2.491	3.655	1.144	2.511	3.714	1.184	2.530
CAMILO PONCE ENRIQUEZ	16.033	3.648	12.385	16.310	3.787	12.523	16.573	3.920	12.653

CUADRO No. 29

ENIGHU - POBLACIÓN - INGRESOS - CUENCA

POBLACIÓN E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTILES									
			QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES	POBLACIÓN TOTALES	INGRESO TOTALES
TOTAL	**292,224**	**615,289,897**	**77,146**	**58,694,415**	**62,571**	**86,901,982**	**60,181**	**119,123,299**	**52,993**	**151,863,060**	**39,333**	**198,707,141**
10 A 24 AÑOS	17,722	26,765,886	6,759	5,424,485	4,564	6,290,432	4,344	7,913,515	1,429	4,119,339	626	3,018,114
25 A 34 AÑOS	56,934	109,846,468	18,082	13,524,215	13,001	17,666,691	10,602	21,556,602	7,831	22,114,774	7,419	34,984,186
35 A 44 AÑOS	68,253	139,946,001	17,225	14,498,473	17,662	24,621,843	10,764	20,654,050	15,269	43,611,663	7,332	36,559,971
45 A 54 AÑOS	83,340	178,795,929	22,618	16,706,704	15,699	21,612,155	17,764	35,092,616	14,035	39,440,203	13,224	65,944,252
55 A 64 AÑOS	38,933	86,216,704	8,580	4,966,901	6,742	9,782,915	10,891	21,517,241	7,661	23,122,047	5,059	26,827,599
65 AÑOS Y MÁS	27,043	73,718,909	3,882	3,573,637	4,904	6,927,945	5,815	12,389,274	6,768	19,455,035	5,674	31,373,018
TOTAL HOMBRES	**214,884**	**471,852,112**	**53,431**	**41,920,428**	**42,340**	**59,108,814**	**45,454**	**89,951,945**	**41,423**	**118,749,044**	**32,236**	**162,121,881**
10 A 24 AÑOS	11,932	17,008,893	5,032	3,838,760	3,698	5,131,147	1,539	2,786,944	1,284	3,607,028	379	1,645,015
25 A 34 AÑOS	42,091	86,945,157	11,866	9,474,819	8,944	12,109,414	9,171	18,330,148	5,400	15,132,969	6,711	31,897,807
35 A 44 AÑOS	51,941	110,710,439	12,736	11,085,115	11,086	15,422,397	8,817	16,975,214	13,351	37,926,160	5,951	29,301,553
45 A 54 AÑOS	61,334	142,851,728	14,673	11,152,691	9,099	12,637,117	14,563	28,765,648	10,917	30,474,438	12,082	59,821,833
55 A 64 AÑOS	30,334	69,372,269	6,102	3,505,196	6,390	9,325,430	6,722	13,011,921	6,957	20,966,854	4,163	22,562,868
65 AÑOS Y MÁS	17,251	44,963,627	3,022	2,863,847	3,123	4,483,309	4,642	10,082,071	3,514	10,641,595	2,950	16,892,805
TOTAL MUJERES	**77,341**	**143,437,785**	**23,715**	**16,773,987**	**20,231**	**27,793,168**	**14,727**	**29,171,354**	**11,570**	**33,114,015**	**7,097**	**36,585,260**
10 A 24 AÑOS	5,790	9,756,993	1,727	1,585,726	866	1,159,285	2,805	5,126,571	145	512,312	247	1,373,099
25 A 34 AÑOS	14,843	22,901,311	6,216	4,049,396	4,056	5,557,278	1,431	3,226,454	2,431	6,981,805	708	3,086,379
35 A 44 AÑOS	16,312	29,235,562	4,489	3,413,358	6,576	9,199,447	1,947	3,678,836	1,918	5,685,502	1,381	7,258,419
45 A 54 AÑOS	22,006	35,944,202	7,945	5,554,013	6,600	8,975,037	3,201	6,326,968	3,117	8,965,764	1,142	6,122,419
55 A 64 AÑOS	8,599	16,844,435	2,428	1,461,705	352	457,486	4,169	8,505,320	704	2,155,193	896	4,264,731
65 AÑOS Y MÁS	9,791	28,755,283	859	709,790	1,781	2,444,636	1,174	2,307,203	3,254	8,813,440	2,724	14,480,213

Fuente: INEC, ENIGHU 2003 - 2004

Anexo No. 3

69

MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL

DIRECCION DE GESTION DE ATENCION INTEGRAL GERONTOLOGICA

INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS Y/O CENTROS GERONTOLOGICOS

CANTON	PARROQUIA	INSTITUCION	DIRECCION	TELEFONO	FAX	DIRECTOR/A REPRESENTANT LEGAL
CUENCA	Bellavista	Hogar Cristo Rey	Sangurima y Estevez de Toral	2822893	2835657	Sor. Raquel Fernandez
CUENCA	San Sebastián	Hogar Miguel León	Bolívar y Esteves de Toral	2 82 2928	2 836686	Hna. Patricia Rodrigiez
CUENCA	Sucre	Hogar Santa Ana	Avenida Loja y Remigio Tamariz	2 819 309	2 819 309	Eco. Noemí Ulloa
CUENCA	El Sagrario	Posada San Francisco	General Torres y Juan Jaramillo	2 822987	2822987	P. Rigoberto Jara
CUENCA	Sidcay	Comunidad Geriátrica "Jesús de Nazareth"	Panamericana Norte Km. 10 sector Challoabamba	2 875439	2875439	Lcda. Catalina Iñiguez
CUENCA	Yanuncay	Clínica Geriátrica "Los Jardines "	Calle Fray Gaspar de Carvajal (sector Don Bosco)	2886852	2886852	Ing. Fernando Castillo
CUENCA	Bellavista	Comunidad Geriátrica "Nueva Esperanza"	Padre Aguirre y Héroes de Verdeloma	2837771	2837771	Dra. María Eulalia Robles
CUENCA	Huayna Càpac	Centro Médico Integral para el Adulto Mayor - DIAM	Ave. Paucarbamba 4-158 y Rafael Torres	2817161	2817161	Ing. Janeth Encalada
CUENCA	El Vecino	Centro Diurno Gerontológico "San José del Vecino"	Vargas Machuca y Rafael María Arízaga	2 832879	2832879	Sra. María Argudo
CUENCA	Monay	Centro Diurno Gerontológico "Sta. Teresa de Monay"	Ciudadela Tomebamba	2 808936		Sra. Inés Carpio
CUENCA	Totoracocha	Grupo de Adultos Mayores "María Reina de la Paz"	Pastoral social de Totoracocha	280 5451	2864103	Lcda. Anita Tapia
CUENCA		Servicios Sociales para la Tercera Edad (IESS)	antiguo Hospital del IESS	2871800	2871800	Soc. Martha Ugalde
CUENCA	El Vecino	Asociación de Adultos/as Mayores Voluntarios del Azuay	Héroes de Verdeloma 1-41 y Gil Ramirez Dávalos	2 862501		Sr. Manuel Dominguez
CUENCA		Casa de Acogida "Plenitud"	Ave. Don Bonsco y la Pinta	2 88 70 80	2 88 70 80	Dra. María Dolores Córdova
CUENCA	Totoracocha	Residencia Geriátrica San Andrés	Calle Retorno y Culebrillas - Parque Curiquinga	2 869955		Dra. Enma Bravo

Anexo No. 4

61

CUENCA	Monay	La Casa del Abuelo/a	La Prensa entre El Tiempo y El Mercurio	2862830		Dra. Soraya Martínez
GUALACEO	Gualaceo	Centro Diurno Gerontológico "La Esperanza"	Sector El Belén	2 2555020	2255020	Hna. Carmen Chazy
CHORDELEG	Chordeleg	Proyecto Intergneracional La Esperanza (Albergue El Nido)	Calle 5 Febrero y Aven 15 de Abril	2 223355	2223355	P. Hernán Serrano Vega
SIGSIG	Sigsig	Centro Gerontológico Juan Pablo II	Espinoza entre Dávila y Vega Muñoz	2 266247	2266247	Sra. Livia Zhiminay
PAUTE	Paute	Casa de nuestros mayores "Antonio Granda Centeno"	Sector La Playa - entrada de Paute	2250714	2250714	Sra. Teresa Villavicencio
PUCARA	Pucará	Centro Gerontológico "Nuestra Señora del Rosario"	Lluragallpa	2 432109	2 432136	Dra. Liliana Guzmán
GIRON	Girón	Comedor de ancianos San Juan Bautista	Convento Parroquial	2275116	2275116	Padre. José Miguel Uzhca
SANTA ISABEL	Santa Isabel	Centro Gerontológico "Sta. Luisa de Marillac"	Amparito Tamariz y Rolando Sarmiento	2270572	2271113	Sra. Marlene Cabrera
OÑA	Oña	Taller Ocupacional de la Tercera Edad en telares	Escuela La Inmaculada Concepción	2434108	2434108	Hna. Elizabeth Santy
GUACHAPALA		Comedor Municipal para la Tercera Edad			2284196	Ing. Carmita Pesantez
SEVILLA DE ORO	La Unión	Centro Gerontológico Nueva Esperanza	Casa Comunal La Unión	2280231	2280127	Lcda. Pricila
NABON	Nabón	Casa Hogar para adultos/as mayores Tarcila Rubio de Ordóñez	Cruz Loma	227145		Ing. . Fabián Ugalde

62

Anexo No. 5

INVERSIONES CASABLANCA CIA. LTDA.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Nº	MUEBLES Y ENSERES	Valor Unitario	Total
2	Juegos de Sala	575,00	1.150,00
10	Camas	37,71	377,09
10	Colchones	33,31	333,14
1	Telefax	117,85	117,85
2	Escritorios	127,91	255,82
2	Sillas para escritorio	63,67	127,34
5	Mesas y sillas para comedor o trabajos	130,02	650,08
	ELECTRODOMÉSTICOS		
1	Cocina	508,93	508,93
1	Refrigerador	669,64	669,64
1	Microondas	223,21	223,21
1	Equipo de sonido	401,79	401,79
1	TV.Plasma de 50" + soporte	758,93	758,93
1	Cine en casa	205,36	205,36
1	Computador - impresora - mueble	714,29	714,29
	EQUIPO MEDICO		
1	BOTIQUIN	120,00	120,00
1	CAMILLA	384,77	384,77
1	Set de diagnóstico	100,00	100,00
1	Estetoscopio y tensiometro	100,00	100,00
	EQUIPO DE COCINA		
2	Juegos de ollas	116,46	232,92
5	Vajillas completas	13,82	69,11
4	Juegos de cubiertos	17,85	71,41
1	Enseres varios	150,00	150,00
	VARIOS		
10	Cobijas térmicas	8,33	83,26
10	almohadas	2,49	24,86
1	Alarma	400,00	400,00
1	Equipo de jardineria	100,00	100,00
6	Juegos de salón	18,00	108,00
10	colchoneta	15,00	150,00
	EQUIPO DE GIMNASIA		
3	Caminadoras	414,54	1.243,62
2	Bicicletas estáticas	120,75	241,49
	TOTAL INVERSIÓN	**6.649,62**	**10.072,91**
		12%	1.208,75
		TOTAL	**11.281,66**

INVERSIONES EN OTROS ACTIVOS

Nº	DETALLE	Valor Unitario	Total
1	Gastos de constitución	800,00	800,00
1	Letrero	65,37	65,37
		TOTAL	**865,37**

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

(Calculado para tres meses)

Gastos de Operación	ANUAL	EN TRES MESES
Costos directos	20.958,00	5.239,50
Sueldos y salarios	70.190,40	17.547,60
Gastos de ventas	2.560,00	640,00
TOTAL	**93.708,40**	**23.427,10**

RESUMEN DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	TOTAL	PROPIO	FINANCIADO
ACTIVOS FIJOS	11.281,66	15.574,13	20.000,00
OTROS ACTIVOS	865,37		
CAPITAL DE TRABAJO	23.427,10	43,78%	56,22%
INVERSION TOTAL	**35.574,13**		

INGRESOS CASABLANCA CIA. LTDA.

PROYECCIÓN DE LAS VENTAS

AÑO 1

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA	VENTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
8	Personas todo el día	449,23	3.593,84	43.126,05
14	Personas en la tarde	224,61	3.144,61	37.735,30
12	Personas en la mañana	224,61	2.695,38	32.344,54
21				
		TOTAL	**9.433,82**	**113.205,89**

****Las personas que hacen uso de las instalaciones en 1/2 jornada se les considera 2 por 1**

**El primer año se estima un 80% de clientes del segundo.

AÑO 2

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA	VENTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
8	Personas todo el día	469,96	3.759,66	45.115,96
18	Personas en la tarde	234,98	4.229,62	50.755,45
16	Personas en la mañana	234,98	3.759,66	45.115,96
25				
		TOTAL	**11.748,95**	**140.987,37**

**Se estiman que se tendran 25 clientes mensuales en el segundo año.

AÑO 3

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA	VENTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
10	Personas todo el día	456,90	4.569,04	54.828,42
18	Personas en la tarde	228,45	4.112,13	49.345,58
16	Personas en la mañana	228,45	3.655,23	43.862,74
27				
		TOTAL	**12.336,39**	**148.036,73**

**Se estiman que se tendran 27 clientes mensuales en el tercer año.

AÑO 4

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA	VENTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
12	Personas todo el día	472,06	5.664,68	67.976,13
19	Personas en la tarde	236,03	4.484,54	53.814,44
17	Personas en la mañana	236,03	4.012,48	48.149,76
30				
		TOTAL	**14.161,69**	**169.940,33**

**Se estiman que se tendran 30 clientes mensuales en el cuarto año.

AÑO 5

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO VENTA	VENTA MENSUAL	TOTAL ANUAL
15	Personas todo el día	474,67	7.120,01	85.440,09
20	Personas en la tarde	237,33	4.746,67	56.960,06
18	Personas en la mañana	237,33	4.272,00	51.264,05
34				
		TOTAL	**16.138,68**	**193.664,20**

**Se estiman que se tendran 34 clientes mensuales en el quinto año.

Anexo No. 7

GASTOS CASABLANCA CIA. LTDA.

GASTOS DIRECTOS

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	SUB TOTAL ANAUAL
Alimentos y refrigerios	1.000,00	12.000,00
Suministros/ talleres/ jardinería	350,00	4.200,00
DirecTV - familiar	26,50	318,00
Servicios básicos	150,00	1.800,00
Suministros limpieza	120,00	1.440,00
Suministros médicos	100,00	1.200,00
	TOTAL	**20.958,00**

GASTOS DIRECTOS

AÑO	VALOR
1	20.958,00
2	22.005,90
3	23.106,20
4	24.261,50
5	25.474,58

** El incremento anual de los gastos directos se hace con el porcentaje de la inflación

SUELDOS Y SALARIOS

Nº	DESCRIPCIÓN CARGO	SUELDO BÁSICO MENSUAL	40% BENEFICIOS SOCIALES	SUELDO ANUAL
1	Administrador	750,00	300,00	12.600,00
1	Contadora-secretaria	350,00	140,00	5.880,00
1	Geriatra	300,00	120,00	5.040,00
1	Psicólogo	300,00	120,00	5.040,00
2	Auxiliares de enfermeria	350,00	140,00	11.760,00
1	Terapista ocupacional	300,00	120,00	5.040,00
1	Fisioterapista	300,00	120,00	5.040,00
1	Trabajadora social	250,00	100,00	4.200,00
1	Cocinera	300,00	120,00	5.040,00
1	Auxiliar de servicio	264,00	105,60	4.435,20
1	Jardinero	100,00	40,00	1.680,00
1	Guardián	264,00	105,60	4.435,20
			TOTAL	**70.190,40**

SUELDOS Y SALARIOS

AÑO	VALOR
1	70.190,40
2	73.699,92
3	77.384,92
4	92.409,36
5	108.742,79

** Para el año 4 del proyecto se incrementa el siguiente puestos + % inflación anual

CARGO	SUELDOS+BENEF.	TOTAL
Aux. enfermería	560,00	6.720,00
Aux. servicios	369,60	4.435,20
	TOTAL	**11.155,20**

Anexo No. 7

GASTOS DE PROMOCIÓN		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	180,00	2.160,00
**Sueldo promotor	200,00	400,00
	Total costo ventas	**2.560,00**
**Transporte $40 x persona	35,00	8.400,00

GASTOS DE PROMOCIÓN	
AÑO	VALOR
1	2.560,00
2	2.288,00
3	2.402,40
4	2.522,52
5	2.648,65

** El promotor de ventas se contratará solo por los 2 primeros meses al inicio

** El costo por persona del transporte se sumará al total del precio como servicio

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Gastos varios	100,00	1.200,00
Material de oficina	150,00	1.800,00
Monitoreo	30,00	360,00
Arriendo local	500,00	6.000,00
Mantenimiento local	50,00	600,00
		-
	TOTAL	**9.960,00**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
AÑO	VALOR
1	9.960,00
2	10.458,00
3	10.980,90
4	11.529,95
5	12.106,44

DEPRECIACIONES						
DESCRIPCIÓN DEL ACTIVO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres 10%	11.281,66	1.128,17	1.015,35	913,81	822,43	740,19
Equipo de computación 33,33%	800,00	264,00	176,88	118,51		
	TOTAL DEPRECIACIONES	**1.392,17**	**1.192,23**	**1.032,32**	**822,43**	**740,19**

** La depreciación de equipo de computación es sólo a 3 años

Anexo No. 7

COSTO DEL SERVICIO						
DESCRIPCIÓN	**POR MES**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Gastos directos	1.746,50	20.958,00	22.005,90	23.106,20	24.261,50	25.474,58
Sueldos y Salarios	5.849,20	70.190,40	73.699,92	77.384,92	92.409,36	108.742,79
Gastos de Promoción	213,33	2.560,00	2.288,00	2.402,40	2.522,52	2.648,65
Gastos administrativos	830,00	9.960,00	10.458,00	10.980,90	11.529,95	12.106,44
TOTAL COSTOS SERVICIO	**8.639,03**	**103.668,40**	**108.451,82**	**113.874,41**	**130.723,33**	**148.972,46**
COSTO UNITARIO	345,56	345,56	361,51	351,46	363,12	365,13
GANANCIA DEL 30%	103,67	103,67	108,45	105,44	108,94	109,54
PRECIO VENTA	**449,23**	**449,23**	**469,96**	**456,90**	**472,06**	**474,67**
VALOR TRANSPORTE	35,00	35,00	36,75	38,59	40,52	42,54
PRECIO INCLUÍDO TRANSPORTE	484,23	484,23	506,71	495,49	512,57	517,21

GASTOS FINANCIEROS			
MONTO:	20.000,00		
PLAZO	5,00	años	
TASA INTERES	15%	anual	
CUOTA:	5.966,31		
AÑOS	CAPITAL	INTERES	SALDO ADEUDADO
1	2.966,31	3.000,00	17.033,69
2	3.411,26	2.555,05	13.622,43
3	3.922,95	2.043,36	9.699,48
4	4.511,39	1.454,92	5.188,10
5	5.188,10	778,21	- 0,00

Anexo No. 8

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA EMPRESA CASABLANCA CIA. LTDA

PROYECTADO A : 5 AÑOS

		0	1	2	3	4	5
+VENTAS			113.205,89	140.987,37	148.036,73	169.940,33	193.664,20
-COSTOS DIRECTOS			20.958,00	22.005,90	23.106,20	24.261,50	25.474,58
=UTILIDAD BRUTA			**92.247,89**	**118.981,47**	**124.930,54**	**145.678,83**	**168.189,62**
-GASTOS ADMINISTRATIVOS			9.960,00	10.458,00	10.980,90	11.529,95	12.106,44
-GASTOS DE PROMOCIÓN			2.560,00	2.288,00	2.402,40	2.522,52	2.648,65
-SUELDOS Y SALARIOS			70.190,40	73.699,92	77.384,92	92.409,36	108.742,79
-DEPRECIACIONES			1.392,17	1.192,23	1.032,32	822,43	740,19
=UTILIDAD OPERACIONAL			**8.145,33**	**31.343,32**	**33.130,00**	**38.394,57**	**43.951,55**
-FINANCIAMIENTO			3.000,00	2.555,05	2.043,36	1.454,92	778,21
+VENTA DE ACTIVOS					-		
= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMP.			**5.145,33**	**28.788,26**	**31.086,63**	**36.939,64**	**43.173,33**
REPARTO UTILIDADES A TRABAJADORES	15%		771,80	4.318,24	4.663,00	5.540,95	6.476,00
=BENEFICO ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA			**4.373,53**	**24.470,02**	**26.423,64**	**31.398,70**	**36.697,33**
-IMPUESTO A LA RENTA	25%		1.093,38	6.117,51	6.605,91	7.849,67	9.174,33
=UTILIDAD NETA			**3.280,15**	**18.352,52**	**19.817,73**	**23.549,02**	**27.523,00**

FLUJO DE CAJA

	AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA			3.280,15	18.352,52	19.817,73	23.549,02	27.523,00
+INTERESES*(1-t)	36,25%		1.912,50	1.628,85	1.302,64	927,51	496,11
+DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES			1.392,17	1.192,23	1.032,32	822,43	740,19
=FONDO GENERADO POR OPERACIONES(FGO)			**6.584,81**	**21.173,59**	**22.152,70**	**25.298,97**	**28.759,30**
-INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS y otros		- 12.147,03					
-CAPITAL DE TRABAJO		- 23.427,10					23.427,10
=CAJA GENERADA POR OPERACIONES(CGO)		**- 35.574,13**	**6.584,81**	**21.173,59**	**22.152,70**	**25.298,97**	**52.186,40**

Tasa mínima aceptable de rendimiento	14%
VAN	43.529,86
TIR	45,2%

Anexo No. 9

PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA COMPAÑÍA CASABLANCA CIA. LTDA.

COSTOS	TOTAL	COSTOS FIJO	COSTOS VARIABLES
GASTOS DIRECTOS	23.106,20	3.922,70	19.183,50
SUELDOS Y SALARIOS	77.384,92	77.384,92	-
GASTOS DE PROMOCIÓN	2.402,40	2.402,40	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	10.980,90	10.980,90	-
DEPRECIACIONES	1.032,32	1.032,32	-
GASTOS FINANCIEROS	2.043,36	2.043,36	-
TOTAL	**116.950,10**	**97.766,60**	**19.183,50**

** El punto de equilibrio está realizado en base a los datos del tercer año de funcionamiento.

** Para buscar el punto de equilibrio en las ventas, se utiliza la siguientes fórmulas:

$$PEV = \frac{TCF}{1-(CVT/VT)} \qquad \%PEV = \frac{TCF}{(VT-TCV)*100}$$

COSTOS	
Costos Fijos =	97.766,60
Costos variables =	19.183,50
Ventas totales =	148.036,73

Punto de equilibrio de ventas =	**112.321,96**
Porcentaje del punto de equilibrio de ventas =	**75,87**
Cupos vendidos =	**20,49**

****El punto de equilibrio se logra con un total de $ 112,321,96, que corresponde al 75,87 % de lo proyectado para las ventas del tercer año, es decir vender el servicio a 20 personas diarias.**

Formulario de Información Básica

Nombre _____

Dirección _____

Número telefónico _____

Fecha de nacimiento _____

Nombre del médico de cabecera _____

Número telefónico _____

Lista de las condiciones médicas diagnosticadas:

_____

_____

_____

Lista de cirugías previas y el año que se practicaron:

_____

_____

_____

Lista de todos los medicamentos:

(Nombre del medicamento)	¿Medicamento por receta médica u otro?	Dosis

Anexo No. 11

SEÑALX

Señor (es):
CASA BLANCA
ATT. Sra. Maria Eulalia Toral
telf:
CUENCA

Cuenca, 04 de Marzo del 2011

Referencia Cotización: 20110304
Agencia

Por medio de la presente nos es grato poner a su disposición nuestra oferta de acuerdo a las especificaciones solicitadas por usted:

Ref.	Cant.	Descripción	Tamaño	P. Unit.	Total
		BASE *Estructura en tubo cuadrado, base en tool con vinil impreso full color *Incluye dos postes en tubo cuadrado de 1"altura libre 0,60 *No incluye instalacion			
	1	Base tamaño	1,20 x 0,60 mts	$ 58,37	$ 58,37
				SUBTOTAL	$ 58,37
				12% I.V.A.	$ 7,00
				TOTAL	$ 65,37

TIEMPO DE ENTREGA: A convenir al momento de la firma del contrato.
FORMA DE PAGO: 50% de anticipo, 50% contraentrega.
VALIDEZ DE LA OFERT 15 días.

Cualquier dato adicional, no dude en consultarnos, estaremos gustosos de atenderle.
Atentamente,

SEÑALEX CIA.LTDA.

ASESOR CORPORATIVO: MA. ISABEL CASTILLO
PRESUPUESTOS: VERONICA VIDAL
AGENCIA REMIGIO CRESPO

EMAIL: vvidal@senalx.com
TELF: 2814263

Anexo No. 11

** PROFORMA ***.HORA:12:29:37 CASILLA:1

9999999 .. 01/03/2011 .SIN VALOR COMERCIAL!. 000006285

NOMBRE:CASA BLANCA CIA TDA. 01

** P R O F O R M A **

CODIGO	DESCRIPCION		CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	DSC%	DESC.VALOR	VALOR
5M1260U	JUEGO MUEBLE STATUS CHENIL 4 PZS	@	2.00	JUEGOS	575.0000	.00	.00	1,150.00
5MAJC65	COMEDOR J6O 5PZS YS-A014	@	5.00	JUEGOS	130.0163	.00	.00	650.08
5MMCD05	MUEBL P/COMPUTADOR WS4007W	@	2.00	UNIDAD	127.9113	.00	.00	255.82
5MMC805	SILLA CON MADERA TX-A040	@	2.00	UNIDAD	63.6694	.00	.00	127.34
5MMCDK1	CAMILLA PARA HOSPITAL YQC-2L	@	1.00	UNIDAD	384.7731	.00	.00	384.77
561R10W	TRA J6O DE OLLAS 6PZS 20599/036	@	2.00	JUEGOS	116.4601	.00	.00	232.92
56TRJ6D	TRA J6O CUBIERTOS HARMONIA 20PZS	@	4.00	JUEGOS	17.8517	.00	.00	71.41
5VJ2104	VAJILLA REDONDA 20P2S D1650	@	5.00	SET	13.8213	.00	.00	69.11
3SBD002	SUPER BOX-CAMA DINASTIC 105X190CM	@	10.00	UNIDAD	37.7093	.00	.00	377.09
3C10320	COLCHON ELITE 105X190X20CM.	@	10.00	UNIDAD	33.3139	.00	.00	333.14
2SC0B62	COBIJA PRESCIOSY 1-1/2PLZ 160X220CM	@	10.00	UNIDAD	8.3257	.00	.00	83.26
2SA0121	SABANAS ROYAL 1.1/2PLZ 4PZ 1.50X2.20M	@	10.00	JUEGOS	9.2025	.00	.00	92.03
3A10207	ALMOHADA AVESTRUZ 45X60CM.	@	10.00	UNIDAD	2.4863	.00	.00	24.86
5LDFW0B	EQUIP GIMNA. BANDA P/CAMINAR BY701	@	3.00	UNIDAD	414.5400	.00	.00	1,243.62
5LD2B07	BICICLETA ESTATICA ET-575	@	2.00	UNIDAD	120.7463	.00	.00	241.49
X5E0B80	TELEFAX PANASONIC KXFT981 LAB	@	1.00	UNIDAD	117.8500	.00	.00	117.85

TOTAL SON: SEIS MIL CIENTO NUEVE .36/100 DOLARES

PORCENTAJE DE I.V.A: 12%

SUBTOTAL:	5,454.79
DESCUENTO:	.00
IMPORTE TOTAL:	5,454.79
VALOR I.V.A.:	654.57
I.V.A. EXCENTO:	.00
T O T A L:	6,109.36

8%

<<<Validez de la Oferta: 8 Dias>>>

73

PROFORMA

Cuenca a, 25 de Febrero del 2011

CASA BLANCA COMP. LT.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos IMPOCOMJAHER, y a la vez le hacemos llegar la cotización por usted solicitada.

ARTICULO	DESCRIPCION	COSTO
REFRIGERADORA IND.		
COCINA IND. 5 Q		
MICROONDAS LG		
EQUIPO DE SONIDO LG RA125		
PLASMA DE 50¨LG + SOPORTE		
CINE EN CASA LG		
COMPUTADORA ARROBA +MUBLE + IMPRESORA MULT.		

TOTAL:	CONTADO	TARJETA A 12 MESES
	3900.0	4576.26

Los precios incluyen IVA.
Validez de la proforma 7 días

Atentamente,

IMPOCOMJAHER CIA. LTDA.

Lenin Castro B
Asesor Comercial Jaher

74

Universidad del Azuay

Licenciatura en Gestión de la Organización

Proyecto para la creación de un "Centro de cuidado diario y recreación para el adulto mayor"

Diseño de trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión de la Organización.

Autor: María Eulalia Toral

Profesor: Ingeniero Pablo Rosales Heredia

Cuenca, Ecuador

2010

1. Introducción.

El envejecimiento de la población es uno de los mayores desafíos que tiene la humanidad. Envejecer activamente y con dignidad debería ser preocupación de todos para mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

En la ciudad de Cuenca, actualmente, se observa que factores como la jubilación, la edad o la pérdida de habilidades, hacen que la persona mayor deje de laborar y tenga que estar más tiempo en su hogar, esto puede conducir al encierro, la soledad y como consecuencia un aislamiento de la sociedad, generando incluso estados depresivos.

Por estas circunstancias se ha decidido realizar el estudio necesario para la creación de un centro encaminado a tratar de mitigar de alguna manera la situación de los ancianos en la sociedad actual, brindándoles cuidado y recreación con atención personalizada, tratando de preservar su integridad física, emocional e intelectual.

1. Problema.

1.1. Problema general.

"La soledad y el abandono que por circunstancias como la jubilación, la falta de tiempo de sus familiares, etc. viven las personas de la tercera edad en la sociedad actual"

1.2. Tipo de problema.

El problema objeto de la investigación es de tipo valorativo, dado que se puede analizar desde diferentes perspectivas y su resolución va encaminada a solucionar una necesidad humana.

1.3. Problemas específicos.

Del problema general se derivan algunos problemas específicos.

2.3.1 La falta de acceso a actividades recreativas, sociales y culturales acordes a la tercera edad, que ayuden a mantenerlos distraídos y ocupados.

2.3.2 El escaso contacto con personas de la misma edad con quienes compartir experiencias y actividades diversas.

2.3.3 Existen muy pocas instituciones de estancia diurna, dedicadas a brindar la atención y cuidado que necesitan los ancianos, en donde además puedan realizar actividades acordes a la edad.

2. Justificación del tema.

2.1. Razones institucionales.

Para cumplir con el requisito de la Universidad de elaborar una tesis de investigación con el propósito de demandar el título profesional.

2.2. Razones personales.

Se considera que vale la pena invertir tiempo y recursos en ésta investigación ya que se podrán aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera, además de tratar de dar solución a un problema de nuestra sociedad actual.

Por ello surge la idea de la realización de un proyecto, encaminado a investigar la factibilidad de la creación de un:

“Proyecto para la creación de un Centro de recreación y cuidado diario para adultos mayores”.

El plan podría llegar a ser un negocio rentable, pues existen muy pocas instituciones de cuidado diurno, que se dedican a brindarles la atención y el cuidado que estás personas necesitan.

3. Objetivo.

3.1. Objetivo general.

Realizar un proyecto para la creación de un centro de cuidado diario, que mediante la realización de diversas actividades, busque mejorar la calidad de vida de los mayores en la sociedad actual.

3.2. Objetivos específicos.

3.2.1. Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta, demanda y segmento de la población al que está dirigido el proyecto

3.2.2. Diseñar la organización administrativa y de recursos humanos necesaria para el adecuado funcionamiento del centro.

3.2.3. Realizar la evaluación económica para determinar la rentabilidad del proyecto.

4. Marco teórico.

4.1. Marco histórico.

En la sociedad cuencana históricamente no estaba bien visto el dejar a los familiares en asilos, se recurría a estas instituciones cuando no había otra alternativa, incluso la calidad de servicio que ofrecían estos centros no era la mejor, eran instituciones más de beneficencia.

Sin embargo a pesar de que la ciudad de Cuenca es una ciudad ligada a sus tradiciones que generalmente giran en torno a la familia, es cada vez más problemático encargarse del cuidado de estas personas sobre todo cuando han enviudado y han quedado solos, para los familiares es una gran preocupación, ya que las exigencias de la vida actual obligan a trabajar a hombres y mujeres lo que causa que los ancianos se queden solos y aislados en sus hogares.

Según datos de las Naciones Unidas, la esperanza de vida para los ecuatorianos es de 74,7 años[10], esto quiere decir que existe un porcentaje significativo de la población que es de la tercera edad y que necesita atención y sobre todo calidad de vida.

Con la creación de la "La Ley Especial del Anciano", según la cual el Estado garantiza "el derecho a un nivel de vida que asegure la salud corporal y psicológica, la alimentación, el vestido, vivienda, asistencia médica, la atención

[10]NACIONES UNIDAS EN ECUADOR. Información sobre Ecuador, Índice de Desarrollo Humano, Fecha de consulta 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://www.un.org.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=14

geriátrica y gerontológica integral y los servicios sociales necesarios para una existencia útil y decorosa"[11], cambió en algo la situación de los ancianos, incluso en la misma ley, en el artículo 3, el Gobierno "…fomentará y garantizará el funcionamiento de instituciones del sector privado que cumplan actividades de atención a la población anciana, con sujeción a la presente Ley…"[12]

A pesar de éste impulso por parte del Estado, este segmento de la población ha sido casi olvidado, y existen muy pocas instituciones que se dedican a brindarles la atención y el cuidado que ellos necesitan.

Mejorar la calidad de vida de las personas de la tercera edad ha sido una de las principales preocupaciones, qué hacer con las personas mayores a que no se sientan solos, qué medidas tomar a que se mantengan activos y útiles a la sociedad, son problemas que están vigentes y necesitan atención.

De la indagación realizada en la Subsecretaria de Bienestar Social de Cuenca, no existe actualmente en la ciudad, centros de estancia diurna para la tercera edad, destinados a brindar actividades que proporcionen recreación, desarrollo y cuidado a los mayores, existen varios asilos que les ofrecen muy buena atención, recreación y cuidado, sin embargo, en estos lugares se incluye alojamiento, por lo que los adultos mayores son separados de sus familiares y de sus residencias.

5. Marco Conceptual.

Los conceptos en los que se basará el marco conceptual están fundamentados en los procesos que se deben desarrollar en un plan de negocios. A continuación se presentan algunos conceptos que facilitarán la comprensión del mismo.

[11]Ley No. 127. RO/ Sup 198 del 20 de Noviembre de 1997. Leyes Sociales. *Ley del Anciano*. (en línea). Ecuador. Fecha de consulta 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://eva.utpl.edu.ec/door/uploads/172/172/paginas/pagina0.html.

[12] Ley del Anciano. Loc. Cit. Art. 3

Proyecto – Plan de negocio.

"Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas una necesidad humana… …La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable".[13]

Centro de estancia diurna.

Los centros de estancia diurna son servicios de apoyo familiar que ofrecen durante el día atención a las necesidades personales básicas, terapéuticas y socioculturales de personas mayores, promoviendo su autonomía y la permanencia en su entorno habitual de vida.

Análisis FODA.

"Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización que tiene como fin encontrar un nicho estratégico que se pueda explotar".[14]

Estudio de Mercado.

"El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada"[15].

---

[13]TORRES C, Giordano. Material proporcionado para el Módulo de Gestión estratégica de proyectos. Cuenca, Ecuador. 2009.

[14] ROBBINS, STEPHEN P. y DE CENZO, David A. *Fundamentos de Administración* 3ª edición. Pearson Educación. México, 2002. Pág. 95.

[15] CARRASQUERO, Domingo. *El estudio del mercado guía para estudios de factibilidad* (en línea). Sistema de información de Mercadotecnia e Investigación. Gestiopolis.com. 2004. Fecha de consulta: 05 de octubre de 2010. Disponible en web: http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm

Además se identifica a la competencia y las condiciones en que se está suministrando el bien.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión.

Estrategia Comercial.

En forma general se puede decir que la estrategia comercial, presenta el plan de tácticas que la empresa pretende usar para vender sus productos o servicios.

Evaluación Económica.

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, la inversión inicial, capital de trabajo, depreciación, amortización, etc. su objetivo es ordenar y sistematizar la información monetaria y evaluar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

6. Esquema.

1. Introducción.

2. Capítulo 1: La empresa y sus productos.

- Antecedentes del estudio

2.1. Identificación del proyecto

2.2. Concepto y Estrategia del Negocio.

2.3. Objetivos.

2.4. Misión.

2.5. Visión.

2.6. Análisis FODA.

2.7. Descripción del Servicio.

2.8. Estudio Organizacional.

2.9. Marco legal.

3. Capítulo 2: Estudio de Mercado.

- Antecedentes.

3.1. Análisis del mercado.

3.2. Segmentación del mercado.

3.3. Mercado objetivo.

3.4. Análisis de competencia.

3.5. Capacidad del Proyecto.

4. **Capítulo 3: Estrategia comercial.**

- Antecedentes.

4.1. Estrategias de marketing

4.2. Producto y Marca.

4.3. Descripción del servicio.

4.4. Políticas de precios

5. **Capítulo 4: Estudio Financiero.**

- Antecedentes.

5.1. Inversión inicial.

5.2. Evaluación económica Tir - Van.

5.3. Punto de equilibrio.

6. **Conclusiones y recomendaciones.**

7. **Bibliografía.**

8. **Aspectos metodológicos**.

Es básico determinar el tipo de investigación que se realizará, así como el método y las técnicas utilizadas en éste proceso de investigación para poder obtener y organizar la información de una manera lógica que permita cumplir con los objetivos propuestos.

8.1. Tipo de investigación.

8.1.1. Investigación exploratoria.

Se realizará una investigación "exploratoria" ya que es la adecuada cuando existe un limitado conocimiento previo sobre el tema objeto de la investigación, además gran

parte de la información utilizada será basada en fuentes de información existentes como por ejemplo datos estadísticos del INEC o MIES y finalmente, existe información no escrita que se obtendrá de personas que conocen sobre el problema[16].

8.2. Método de investigación.

8.2.1. Método deductivo.

Es el que se va a utilizar en ésta investigación ya que se parte de datos generales para llegar a una conclusión de tipo particular, es decir, partiendo de los datos generales existentes, se realizará el plan de negocios.

8.3. Técnicas de investigación.

8.3.1. La Encuesta.

Será la técnica utilizada para recolectar y posteriormente analizar la información que nos permita lograr un mayor grado de certeza. Para la realización de la encuesta se utilizará un formulario en el que se incluirán preguntas abiertas y cerradas.

8.3.2. Bibliográfica y documental

Se realizará una recolección y selección de información en libros y páginas web, con el propósito de enriquecer y profundizar el tema.

[16]BECERRA ORTIZ, Edgar. *Guías para elaborar diseños de investigación*. Tipos de investigación. Cuenca, Ecuador. 2002. P 55

9. Cronograma.

No.	Actividad	Noviembre 1 2 3 4	Diciembre 1 2 3 4	Enero 1 2 3 4	Febrero 1 2 3 4	Marzo 1 2 3 4	Abril 1 2 3 4
1	Aprobación del diseño de tesis						
2	Investigación bibliográfica y obtención de datos						
3	Desarrollo de la tesis						
4	Aprobación de la tesis						
5	Sustentación de la tesis						

10. Presupuesto.

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Justificación
Tóner	1	75,00	75,00	Impresión
Hojas A4 (500)	1	2,50	2,50	Impresión
Anillado	4	3,00	12,00	Presentación
CD	4	0,80	3,20	Respaldos
Movilización			40,00	Transporte para investigación
Gastos de graduación	1	60,00	60,00	
Imprevistos y otros			50,00	
TOTAL			**242,70**	

11. Bibliografía.

BECERRA ORTIZ, Edgar. *Guías para elaborar diseños de investigación.* Tipos de investigación. Cuenca, Ecuador. 2002. 73Pág.

PEÑA, Carlos. Módulo de Micro finanzas y PYMES. Material de apoyo para el módulo. Ecuador. Octubre del 2008.

ROBBINS, STEPHEN P. y DE CENZO, David A. Fundamentos de Administración 3ª edición. Pearson Educación. México, 2002. 552 pág.

ROJAS REYES, Carlos; MORENO AGUILAR, Joaquín. *La Investigación en la Universidad*. Ecuador. Universidad del Azuay. 2002. 214 pág. Segunda edición.

ROSALES Heredia, Pablo. Módulo de Investigación aplicada a la Gestión de la Organización. Material de apoyo. Cuenca. Septiembre 2010.

TORRES C, Giordano. Módulo de "Gestión estratégica de proyectos". Material proporcionado para el módulo. Cuenca, Ecuador. 2009

UNIVERSIDAD DEL AZUAY. *Guía para la elaboración y presentación de trabajos de graduación*. Cuenca, Ecuador. 2006. 14 pág.

11.1. Referencia electrónica.

CARRASQUERO, Domingo. *El estudio del mercado guía para estudios de factibilidad* (en línea). Sistema de información de Mercadotecnia e Investigación. Gestiopolis.com. 2004. Fecha de consulta: 05 de octubre de 2010. Disponible en web: http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm.

INGA TIRRES, Mariela. INGAKARIM, Paz. Métodos de recolección de datos para una investigación. (en línea) Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar Guatemala. Boletín Electrónico No. 03. 21 Pág. Fecha de consulta 22 de octubre de 2010. http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_03_BAS01.pdf.

Ley No. 127. RO/ Sup 198 del 20 de Noviembre de 1997. Leyes Sociales. *Ley del Anciano*. (en línea). Ecuador. Fecha de consulta 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://eva.utpl.edu.ec/door/uploads/172/172/paginas/pagina0.html.

NACIONES UNIDAS EN ECUADOR. Información sobre Ecuador. *Índice de Desarrollo Humano*. (en línea). Ecuador. Fecha de consulta 02 de octubre de 2010. Disponible en Web: http://www.un.org.ec/pages/interna.php?txtCodiInfo=14

Ordenanza reguladora de los centros de estancias diurnas del Ayuntamiento de Murcia. Publicado en el B.O.R.M., nº 108, de 13 de mayo de 2003. España. Fecha de consulta 05 de octubre de 2010. Disponible en web: www.murcia.es/OrdenMun/Pdf/centros_ed.pdf.