



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERO COMERCIAL.**

**AUTOR: DÍAZ ACUÑA LUIS FERNANDO**

**TEMA: INVESTIGACIÓN SOBRE LA INCIDENCIA DE LOS HÁBITOS DE  
USO Y CONSUMO DE LOS ADULTOS MAYORES PARA LA CREACIÓN  
DE UN CENTRO GERIÁTRICO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

**DIRECTOR: ING. TAPIA, JULIO  
CODIRECTOR: LIC. CABEZAS EDISON**

LATACUNGA, JULIO 2014

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE****CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL****CERTIFICADO**

Ing. Julio Tapia L.

Lic. Edison Cabezas

**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “Investigación sobre la incidencia de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores para la creación de un centro geriátrico en la ciudad de Latacunga” realizado por el Sr. Luis Fernando Díaz Acuña, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, SI recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat. Autorizan a Luis Fernando Díaz Acuña que lo entreguen a Ing. Xavier Fabara, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga, Marzo del 2014. .

---

Ing. Julio Tapia L.

**DIRECTOR**

---

Lic. Edison Cabezas

**CODIRECTOR**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Luis Fernando Díaz Acuña

**DECLARO QUE:**

El proyecto de grado denominado “Investigación sobre la incidencia de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores para la creación de un centro geriátrico en la ciudad de Latacunga”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondientes y basándose en las normas apa, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, Marzo del 2014.

---

Luis Fernando Díaz Acuña  
C.C.: 0502648116

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE****CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL****AUTORIZACIÓN**

Yo, Luis Fernando Díaz Acuña

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Investigación sobre la incidencia de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores para la creación de un centro geriátrico en la ciudad de Latacunga”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, Marzo del 2014.

---

Luis Fernando Díaz Acuña

C.C.: 0502648116

## DEDICATORIA

No basta anhelar, para triunfar; hace falta emprender las cosas con abnegación y valentía para lograr los objetivos trazados, podrán venir vientos, mareas y hasta tempestades, porque cuando la familia está unida, no hay nada que los separe.

Con esta visión y compromiso cumplo con el inmenso honor de dedicar la presente tesis, que constituye el resultado de mi esfuerzo, trabajo, y dedicación total.

A mi abuela materna el principal pilar dentro de mi vida que día tras día sin importar nada lo ha hecho todo por mí con su esfuerzo, sacrificio y perseverancia me ha permitido seguir adelante superando y venciendo obstáculos, ella que me ha inculcado sus valores me ha hecho una persona de bien; ella que con sinceridad infinita y a viva voz siempre me dijo lucha no decaigas sigue con la frente en alto vence tus miedos y triunfaras en la vida,:" ¡sigue tus sueños recuerda que ellos están hechos de la misa tela que está hecha la vida!".

A mi abuelo materno que con sus sabias palabras y consejos supo encaminarme por senderos correctos de la vida.

A mi madre que dejándolo todo tuvo que migrar a un país extranjero para poder brindarme un futuro mejor, a ella que a lo lejos supo brindarme su apoyo incondicional y no desampárame bajo ninguna circunstancia respetando todas mis decisiones.

A mis tíos Fernanda, Eugenia y German que han sido el impulso en todo sentido en mi vida de una u otra forma cada uno supo brindarme su cariño inmenso y apoyo incondicional he sido bendecido ya que cada uno de ellos siempre estuvieron conmigo cuando más los necesite.

A mi novia cómplice y amiga en toda mi etapa universitaria, ella que en las buenas y en las malas me ha apoyado incondicionalmente, sin importar que el camino este lleno de obstáculos, uno de los pilares fundamentales para que este trabajo sea realizado.

A mis maestros que en el transcurso de mi vida universitaria, supieron brindarme la mano para poder recorrer este duro camino, ellos que con su enseñanza pudieron formarme como una persona útil para la sociedad y para enfrentar la vida.

***Luis***

## AGRADECIMIENTO

Cuando la sabiduría entre en tu corazón comprenderás lo que es: juicio, justicia, equidad y el camino correcto que te llevara a la gloria.

### ***Agradezco:***

A Dios por darme su santa bendición fuerza y sabiduría para afrontar grandes desafíos en la vida y saber vencer los obstáculos puestos en el camino, y darme su protección en todos los momentos de mi vida.

A mis abuelos, madre, tíos y familiares por su apoyo incansable e incondicional, quienes con su respaldo me dieron valor moral y fuerza para concluir y ver plasmado mi más grande sueño.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y en especial a nuestros maestros, quienes con gran paciencia han impartido sus conocimientos que me ayudaran a desenvolverme en el ámbito profesional y ser un ente positivo en la sociedad.

A mi director Ing. Julio Tapia y codirector Lic. Edison Cabezas, quienes fueron motor fundamental para la realización de este proyecto, ya que desde el inicio confiaron en el mismo para su elaboración brindándome todo su conocimiento, tiempo, apoyo y paciencia para culminarlo.

***Luis***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICADO.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT .....	xix
CAPÍTULO I.....	1
ASPECTOS GENERALES .....	1
1.1 Problema.....	1
1.2 Árbol de Problemas.....	3
1.3 Análisis crítico .....	4
1.4 Prognosis .....	4
1.5 Formulación del Problema .....	5
1.6 Objetivos .....	5
1.6.1 Objetivo General .....	5
1.6.2 Objetivos Específicos .....	5
1.6.3 Justificación.....	6
1.7 Hipótesis .....	7
1.8 Operacionalización de Variables Independiente .....	8
1.9 Operacionalización de Variables Dependiente.....	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO .....	10
2.1 Introducción.....	10
2.2 Organizador Lógico de Variables .....	11
2.3 Hábitos de consumo.....	11
2.3.1 Clases de hábitos.....	12
2.3.2 Concepto de consumo .....	12



2.3.3	Clasificación de consumo.....	13
2.3.4	Salud.....	14
2.4	Calidad de vida y estilo de vida.....	15
2.4.1	Definición de Centro Geriátrico .....	16
2.4.2	Tipos de centros Geriátricos .....	16
2.5	Adulto mayor .....	17
2.6	Estudio de mercado .....	19
2.6.1	Objetivos del estudio de mercado .....	20
2.7	Demanda.....	21
2.8	Oferta .....	22
2.8.1	Ley de la oferta .....	23
2.8.2	Tipos de oferta .....	23
2.9	Estudio técnico.....	24
2.10	Mercado .....	25
2.11	Disponibilidad de recursos financieros .....	26
2.12	Estudio económico y financiero.....	27
2.13	Marco Legal .....	28
2.14	Requisitos para su funcionamiento .....	29
2.15	Obtención del RUC .....	29
2.16	Patente municipal.....	29
2.17	Legislación y Normativa .....	30
2.18	Análisis Investigativo.....	34
2.19	Identificación de los AIO de los hábitos (Actividades, intereses, opiniones).....	36
2.20	Análisis investigativo .....	37
2.20.1	Análisis de preferencias .....	37
2.20.2	Análisis de uso del servicio. ....	37
2.20.3	Análisis hábitos de consumo.....	38
2.21	Análisis de sensibilidad .....	43
CAPÍTULO III .....		45
ESTUDIO DE MERCADO.....		45
3.1	Identificación del proyecto.....	45
3.2	Características Generales del servicio geriátrico .....	45
3.3	Competencia del personal – personal profesional .....	49

3.4	Unidad del paciente usuario .....	50
3.5	Segmentación de Mercado .....	51
3.6	Mercado objetivo .....	51
3.7	Análisis de la demanda .....	52
3.7.1	Comportamiento histórico de la Demanda .....	52
3.7.2	Demanda Actual.....	52
3.7.3	Proyección de la Demanda .....	53
3.7.4	Análisis de la Oferta .....	53
3.7.5	Factores que afectan la oferta.....	54
3.7.6	El precio del bien.....	54
3.7.7	La disponibilidad de recursos.....	54
3.7.8	La tecnología.....	54
3.7.9	Los precios de las materias primas .....	54
3.7.10	La intervención del estado .....	55
3.7.11	La competencia.....	55
3.7.12	Comportamiento histórico de la Oferta.....	55
3.7.13	Oferta Actual .....	56
3.7.14	Determinación de la Demanda Insatisfecha para servicios sustitutivos .....	57
3.15	Investigación de mercado .....	59
3.16	Diseño del Cuestionario .....	60
3.16.1	Encuestas .....	61
3.16.2	Encuesta aplicada a la población económicamente activa de Latacunga .....	61
3.16.3	Metodología .....	61
3.16.4	Ficha Técnica.....	62
3.16.5	Encuesta aplicada al adulto mayor de Latacunga.....	62
3.16.6	Datos demográficos .....	63
3.17	Verificación de Hipótesis.....	73
3.18	Formulación de la hipótesis nula y alternativa.....	73
3.19	Comprobación de la hipótesis.....	78
CAPÍTULO IV.....		80
ESTUDIO TÉCNICO.....		80
4.1	Tamaño del proyecto .....	80

4.2	Factores Determinantes del Tamaño .....	80
4.2.1	Mercado .....	80
4.3	ANÁLISIS DE MERCADO .....	82
4.3.1	ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LATACUNGA .....	82
4.4	Disponibilidad de Recursos Financieros .....	100
4.5	Disponibilidad de Mano de Obra .....	100
4.6	Disponibilidad de Tecnología. ....	100
4.7	Capacidad de Comercialización del Servicio .....	101
4.8	Localización del Proyecto.....	102
4.9	Macro Localización.....	102
4.9.1	SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA "BELISARIO QUEVEDO" .....	102
4.9.2	Datos generales de la parroquia "Belisario Quevedo" .....	103
4.9.3	Atractivos turísticos de la parroquia "Belisario Quevedo".....	104
4.9.4	Rutas de acceso al Putzulagua.....	105
4.9.5	Parque Recreacional "Santa Rosa".....	105
4.10	Micro Localización.....	106
4.11	Ingeniería del Proyecto .....	106
4.12	El Proceso de Comercialización.....	109
4.13	Diagrama de Flujo.....	109
4.14	Requerimiento de mano de obra.....	110
4.15	Estimación de la Inversión .....	112
4.16	Estimación de la inversión.....	112
4.17	Infraestructura a comodato. ....	112
4.18	Canales de distribución del Proyecto .....	117
4.19	Intermediarios .....	118
4.20	Plaza o Distribución.....	118
4.21	Promoción.....	118
4.22	Publicidad.....	118
4.23	Personal .....	119
4.24	Estrategia de Contingencia .....	119
	CAPÍTULO V.....	120
	LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN .....	120

5.1	La Empresa.....	120
5.1.1	Según el sector de la actividad .....	120
5.1.2	Según el tamaño .....	120
5.1.3	Según el ámbito de la actividad .....	121
5.1.4	Según el destino de los beneficios .....	122
5.1.5	Según la forma jurídica .....	122
5.1.6	Base Filosófica de la Empresa.....	123
5.1.7	Valores corporativos.....	124
5.2	Estrategia empresarial .....	125
5.3	Objetivos Estratégicos.....	125
5.4	La Organización .....	126
5.5	Organigrama Estructural .....	126
	CAPÍTULO VI.....	131
	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO .....	131
6.1	Presupuestos .....	131
6.2	Presupuestos de Inversión.....	131
6.3	Activos Diferidos y Capital de Trabajo.....	132
6.4	Presupuestos de Operación.....	134
6.4.1	Presupuestos de Ingresos.....	134
6.5	Presupuestos de gastos de personal .....	136
6.6	Estructura de Financiamiento.....	138
6.7	Punto de Equilibrio .....	139
6.8	Estados Financieros.....	140
6.9	Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).....	141
6.10	Estado de Origen y Aplicación de Fondos .....	142
6.11	Evaluación Financiera .....	143
6.12	Determinación de la Tasa de Descuento .....	144
6.13	Criterios de Evaluación .....	144
6.13.1	Valor Actual Neto .....	144
6.13.2	Tasa Interna de Retorno .....	146
6.13.3	Período de recuperación de la inversión.....	147
6.13.4	Relación Costo- Beneficio .....	148
6.14	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	150
	BIBLIOGRAFÍA.....	153

NETGRAFÍA .....	154
ANEXOS .....	156
ANEXO 1 .....	157
CERTIFICACIÓN .....	159

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 1: Variable Independiente: Hábitos de Consumo .....	8
Tabla 1. 2: Variable Dependiente: Centro Geriátrico .....	9
Tabla 3. 1: Proyección De La Demanda .....	57
Tabla 3. 2: Demanda Insatisfecha .....	57
Tabla 3. 3: Segmento Geográfico .....	59
Tabla 3. 4: Segmento demográfico .....	59
Tabla 3. 5: Variables Socioeconómicas .....	60
Tabla 3. 6: Variables Específicas.....	60
Tabla 3. 7: Asistencia médica actualmente.....	63
Tabla 3. 8: Cuidados especiales.....	64
Tabla 3. 9: Asistencia y cuidados especiales la mejor opción. ....	65
Tabla 3. 10: Horas de ejercicio o actividad física semanalmente .....	66
Tabla 3. 11: Actividades realizadas con frecuencia. ....	67
Tabla 3. 12: Creación de un centro de atención al adulto mayor .....	68
Tabla 3. 13: Debe ser un Centro Geriátrico. ....	69
Tabla 3. 14: Disponibilidad de pago por servicio.....	70
Tabla 3. 15: Ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga. ....	71
Tabla 3. 16: Tipo de servicio a ofrecer en el Centro Geriátrico. ....	72
Tabla 3. 17: Resumen del procesamiento de los casos.....	74
Tabla 3. 18: Tabla 3. De contingencia .....	75
Tabla 3. 19: Pruebas de chi-cuadrado.....	77
Tabla 4. 1: Población Actual 65 Años A 100 Años.....	81
Tabla 4. 2: Población Total (Latacunga) .....	81
Tabla 4. 3: Responsabilidad del cuidado del hogar .....	82
Tabla 4. 4: Dependen económicamente de algún familiar .....	83
Tabla 4. 5: Entidades financieras para ahorrar o inversión.....	84
Tabla 4. 6: Destino sus ingresos.....	85
Tabla 4. 7: Visualización al menos una hora de TV a la semana.....	86
Tabla 4. 8: Disponibilidad de TV por cable en el hogar.....	87
Tabla 4. 9: Días de la semana. ....	88
Tabla 4. 10: Dedicación de escuchar radio a la semana .....	89

Tabla 4. 11: Preferencia de frecuencia de radio .....	90
Tabla 4. 12: Preferencia de días para escuchar radio .....	91
Tabla 4. 13: Hábito de lectura de periódico a la semana .....	92
Tabla 4. 14: Horario que lee con más frecuencia el periódico .....	93
Tabla 4. 15: Preferencia del periódico local .....	94
Tabla 4. 16: Uso de Internet .....	95
Tabla 4. 17: Disponibilidad en red social. ....	96
Tabla 4. 18: Herramientas de internet más utilizadas .....	97
Tabla 4. 19: Percepción del mejor medio de comunicación .....	98
Tabla 4. 20: Requiere servicio residencial permanente o de guardería para un adulto mayor .....	99
Tabla 4. 21: Capacidad Instalada .....	107
Tabla 4. 22: Capacidad Instalada /día .....	107
Tabla 4. 23: Capacidad Instalada /anual.....	107
Tabla 4. 24: Requerimiento de mano de obra.....	111
Tabla 4. 25: Inversión área de Rehabilitación .....	113
Tabla 4. 26: Inversión área de Terapia Ocupacional .....	114
Tabla 4. 27: Inversión área de Dispensario .....	114
Tabla 4. 28: Inversión área Dietética .....	115
Tabla 4. 29: Inversión área de Reposo .....	116
Tabla 4. 30: Inversión área de Sala .....	116
Tabla 4. 31: Inversión área de Comedor.....	117
Tabla 4. 32: Inversión área de limpieza y mantenimiento .....	117
Tabla 6. 1: Presupuesto De Inversión Activos Fijos.....	131
Tabla 6. 2: Capital De Trabajo .....	133
Tabla 6. 3: Resumen inversiones iniciales.....	133
Tabla 6. 4: Análisis de la Demanda Total .....	134
Tabla 6. 5: Proyección de la Demanda .....	135
Tabla 6. 6: Proyección de la Oferta.....	135
Tabla 6. 7: Proyección de la demanda insatisfecha.....	135
Tabla 6. 8: Presupuesto De Ingresos.....	136
Tabla 6. 9: Presupuesto de gastos de personal.....	137
Tabla 6. 10: Presupuesto gastos administrativos, ventas, operativos y financieros. ....	137

Tabla 6. 11: Estructura de Financiamiento .....	138
Tabla 6. 12: Amortización mensual.....	138
Tabla 6. 13: Datos Punto de Equilibrio.....	139
Tabla 6. 14: Datos Punto de Equilibrio.....	139
Tabla 6. 15: Estado de Resultados .....	141
Tabla 6. 16: Estado de origen y aplicación de fondos.....	143
Tabla 6. 17: Tasa de descuento para el proyecto .....	144
Tabla 6. 18: Valor Actual Neto (Van) del Proyecto.....	145



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. 1: Relación Causa – Efecto (Árbol de problemas).....	3
Gráfico 2. 1: Variables .....	11
Gráfico 3. 1: Asistencia médica actualmente .....	63
Gráfico 3. 2: Cuidados especiales .....	64
Gráfico 3. 3: Asistencia y cuidados especiales la mejor opción .....	65
Gráfico 3. 4: Horas de ejercicio o actividad física semanalmente .....	66
Gráfico 3. 5: Actividades realizadas con frecuencia.....	67
Gráfico 3. 6: Creación de un centro de atención al adulto mayor .....	68
Gráfico 3. 7: Debe ser un Centro Geriátrico.....	69
Gráfico 3. 8: Disponibilidad de pago por servicio .....	70
Gráfico 3. 9: Ubicación del Centro Geriátrico.....	71
Gráfico 3. 10: Tipo de servicio a ofrecer en el Centro Geriátrico .....	72
Gráfico 4. 1: Responsabilidad del cuidado del hogar.....	82
Gráfico 4. 2: Dependencia económica de algún familiar .....	83
Gráfico 4. 3: Entidades financieras para ahorrar o inversión .....	84
Gráfico 4. 4: Destino de sus ingresos .....	85
Gráfico 4. 5: Visualización al menos una hora de TV a la semana .....	86
Gráfico 4. 6: Disponibilidad de TV por cable en el hogar .....	87
Gráfico 4. 7: Días de la semana.....	88
Gráfico 4. 8: Dedicación de escuchar radio a la semana .....	89
Gráfico 4. 10: Preferencia de días para escuchar radio .....	91
Gráfico 4. 11: Hábito de lectura de periódico a la semana .....	92
Gráfico 4. 12: Horario que lee con más frecuencia el periódico.....	93
Gráfico 4. 13: Preferencia del periódico local .....	94
Gráfico 4. 14: Uso de Internet.....	95
Gráfico 4. 15: Disponibilidad en red social.....	96
Gráfico 4. 16: Herramientas de internet más utilizadas .....	97
Gráfico 4. 17: Percepción del mejor medio de comunicación .....	98
Gráfico 4. 18: Requiere servicio residencial permanente o de guardería para un adulto mayor.....	99
Gráfico 4. 19: Diagrama de Flujo .....	110
Gráfico 5. 1: Organigrama Estructural .....	126

## RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo general desarrollar un plan de investigación, cuyo fin es la creación de un centro de Geriátrico dirigido, orientado a satisfacer las necesidades de los mayores adultos, será destinado a la atención integral durante la jornada diaria siendo una alternativa para quienes sean carentes de estimulación cognitiva, física y social en el domicilio, encuentren un espacio en el ámbito institucional, su objetivo es el de estimular, mantener las capacidades y destrezas remanentes, abrir un espacio de protagonismo. El equipo terapéutico llevará a cabo una evaluación y confeccionará el cronograma de actividades acorde al estado físico, cognitivo, intereses y capacidades de interacción social del adulto mayor. Todas las actividades y servicios abrirán la posibilidad de permanencia del adulto mayor fuera de su marco familiar y social íntimo, brindando el merecido alivio a los cuidadores. Los objetivos planteados son: establecer el mercado objetivo, la demanda insatisfecha para el proyecto, determinar qué zona más adecuada para el diseño e instalación del centro, desarrollar el estudio de mercado, técnico, administrativo-legal que permita establecer el escenario geográfico, las condiciones para operar y la evaluación económica y financiera que se determinará bajo un presupuesto e índices para la ejecución del proyecto

## ABSTRACT

This thesis has the overall aim to develop a research plan, aimed at creating a center for geriatric directed, oriented to meet the needs of the elderly, will be destined to comprehensive care during the workday is an alternative for those are devoid of cognitive, physical and social stimulation at home, they find a space at the institutional level, your goal is to stimulate, maintain skills and abilities remaining open space role. The treatment team will conduct an assessment and draw up a schedule of activities according to fitness, cognitive, interests and capabilities of social interaction of the elderly. All activities and services open the possibility of permanence of the elderly out of their intimate family and social context, providing a welcome relief to caregivers. The objectives are to establish the target market, the unmet demand for the project, determine which area most suitable for the design and installation of the center, developing market research, technical, administrative and legal system which permits the geographical setting, the conditions to operate and the economic and financial assessment will be determined on a budget and indexes for project implementation.

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS GENERALES

### 1.1 Problema

En Ecuador, el aporte institucional para los adultos mayores tiene poca trascendencia según se puede investigar en los reportes MIES, existen pocos proyectos de investigación orientados a este grupo etario. En el país el adulto mayor enfrenta la realidad del envejecimiento en medio de una sociedad que practica la marginación social, sintiéndose asimismo como alguien que ya no cuenta ni aporta mucho para los demás.

Los ancianos son un grupo considerable de la población según el censo (2010) que pertenecen a un grupo de uso y consumo, el direccionamiento objetivo del presente proyecto es el adulto mayor considerando que este importante segmento que necesita de atención médica, psicológica, fisiopeutic especial.

Según la Agenda de igualdad para adultos mayores 2012-2013 del Ministerio de Inclusión Económica y Social, manifiesta que el Ecuador se muestra como un país en plena fase de transición demográfica, este fenómeno demuestra que los adultos mayores al 2010, representa el 7% de la población del Ecuador y al 2050 representarán el 18% de la población. El envejecimiento poblacional es uno de los fenómenos de mayor impacto en la actual época, lo que ocasiona un aumento de personas de 65 y más años de edad y el aumento de los índices de enfermedades crónicas degenerativas e incapacidades.

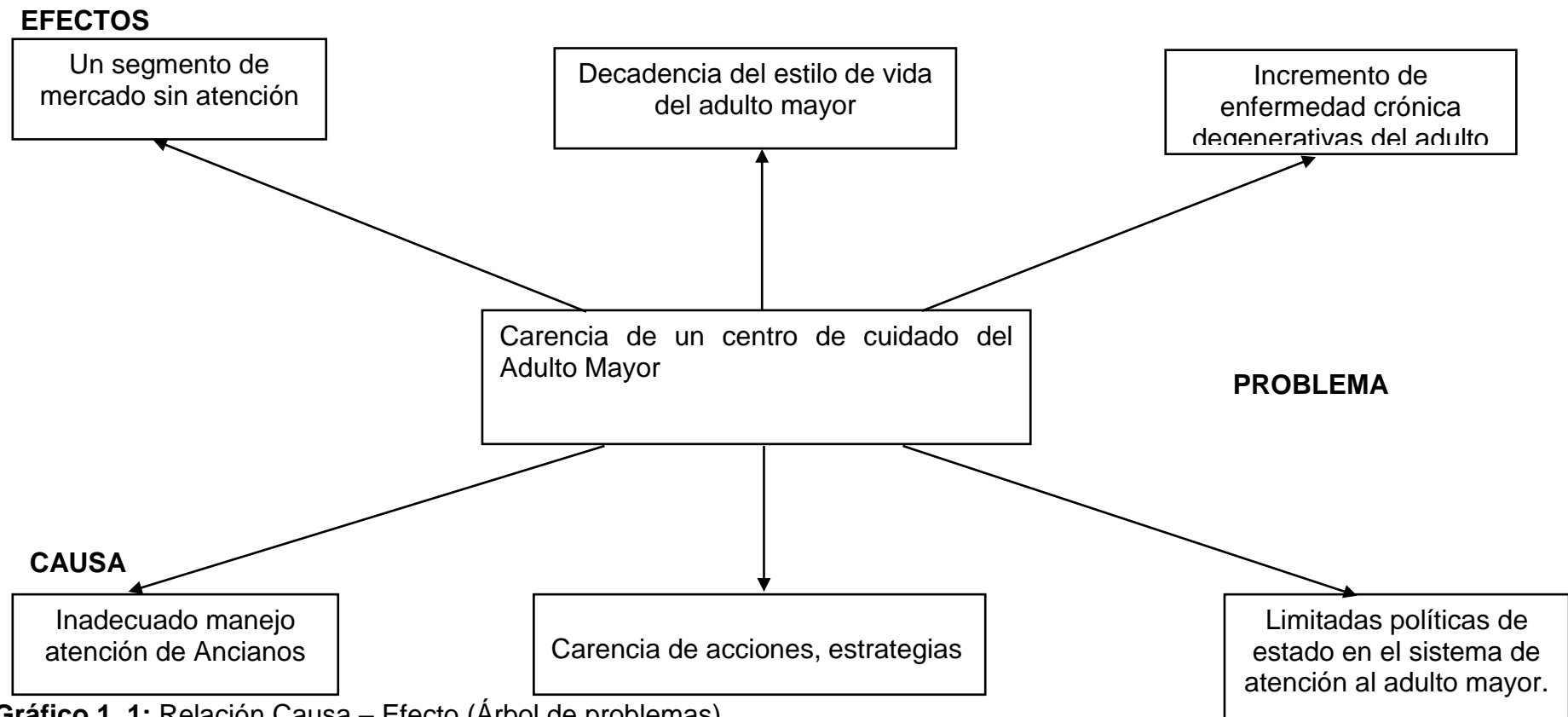
En Cotopaxi, se observa que la mayoría de los adultos mayores por efecto de la mala atención no muestra la lucidez necesaria y, en algunos casos, su memoria se ha vuelto frágil y han olvidado varios detalles de su vida y esto necesita ser tratado de manera especial y un centro geriátrico en

funcionamiento no se encuentra registrado en ningún cantón dentro de la Superintendencia de compañías y tampoco en el MIES, por lo que el adulto mayor pasa de una vida activa a un lugar de descanso o sedentarismo, esta transición afecta a la persona, desvinculándole totalmente de la vida activa, es un punto importante ya que no existe programas donde puedan vincularse el adulto mayor, ya que los individuos no saben que hacer, como ocupar su tiempo libre que antes era destinado a trabajar. Además podemos incluir otros problemas a resolver como: el biológico, el financiero, el sexual, las relaciones sociales y el problema lúdico que cada vez es más agudo.

La necesidades de salud de los adultos mayores de la provincia de Cotopaxi; son diferentes que las otras etapas de la vida por ser un grupo poblacional complejo donde confluyen por un lado aspectos intrínsecos del envejecimiento, alta prevalencia de enfermedades crónicas degenerativas (depresión-demencia).

En Latacunga, existe un centro de cuidado del adulto mayor que difícilmente subsiste con recursos limitados e instituciones aliadas que no soportan un impacto de aumento en su capacidad operativa según lo muestran en las diferentes declaraciones que emiten en el diario LA GACETA, por lo tanto se necesita proponer la creación de un Centro Geriátrico más allá del cumplimiento reglamentario para graduarse, también es una ventaja de iniciación empresarial por la oportunidad que se presenta, ya que la demanda es alta según el censo 2010 que indica la existencia del segmento de tercera edad y solo existe un centro de cuidado del adulto mayor, según informes del MIES 2010 y se debe aprovechar esta debilidad; desarrollando el centro geriátrico.

## 1.2 Árbol de Problemas.



**Gráfico 1. 1:** Relación Causa – Efecto (Árbol de problemas)

Elaborado por: Luis F. Díaz

Fuente: Investigación directa

### **1.3 Análisis crítico**

Inadecuado manejo atención de Ancianos ocasiona un segmento de mercado sin atención lo que incurre directamente con un mercado virgen sin atención, que genera la destrucción paulatina del frágil manejo en estos temas, por ende un deficiente desarrollo de la atención, es por ello que se debe sustentar de manera principal un porcentaje aceptable de estrategias bajo un punto de equilibrio adecuado, en donde se establezca formas que permitan alcanzar los objetivos y metas para satisfacer las necesidades de este grupo de personas.

El mal manejo de un sistema de comercialización trae como consecuencia una disminución del cuidado del adulto mayor, lo que no permite un adecuado sostenimiento de las personas de la tercera edad frente a una sociedad consumista y de cambios radicales a nivel tecnológico y social.

Los cambios de tendencias del mercado tiene como efecto pérdidas de recursos económicos disminución de cuidados del Adulto mayor, debido a la carencia de un estudio del mercado que genere estrategias de contingencia simplemente el macro entorno económico ocasiona el incumplimiento de las necesidades de los clientes externos.

Las enfermedades crónico degenerativas que se expone el adulto mayor son de larga duración y por lo general de progresión lenta. Las enfermedades cardíacas, los infartos, el cáncer, las enfermedades respiratorias, la diabetes, la hipertensión arterial, son las principales causas de mortalidad en el mundo.

### **1.4 Prognosis**

Al no ejecutarse este proyecto se corre el riesgo que el segmento de mercado del adulto mayor no pueda poseer en la ciudad de Latacunga un

centro que brinde los cuidados para la satisfacción de las necesidades de este grupo etario.

## **1.5 Formulación del Problema**

¿Cómo incide la investigación sobre la incidencia de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores para la creación de un Centro Geriátrico en la ciudad de Latacunga?

## **1.6 Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

- Determinar la incidencia de los hábitos de uso y consumo en los adultos mayores con la creación de un centro geriátrico en la ciudad de Latacunga.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar mediante la investigación el impacto de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores con respecto al mejoramiento de su calidad de vida.
- Desarrollar un estudio de mercado, para establecer las necesidades, requerimientos y demanda insatisfecha de la población.
- Analizar y desarrollar los procedimientos administrativos, operativos, legales y organizacionales que permitirán la creación de un centro geriátrico.
- Determinar el estudio económico y financiero para determinar la inversión en la que se incurrirá para la elaboración del proyecto.



### 1.6.3 Justificación

El tema de investigación tiene como interés fundamental estudiar los hábitos de vida del adulto mayor, con el objetivo de crear un centro geriátrico en el cual la calidad de vida mejore considerablemente en la provincia de Cotopaxi.

El proceso de envejecimiento tiene una repercusión considerable en su importancia social, en el funcionamiento normal de las sociedades y el bienestar relativo, no sólo de los adultos mayores, sino también de las generaciones más jóvenes. Entre los aspectos en que su efecto se hará evidente de manera acentuada están los sistemas de pensión y jubilación, la composición de la fuerza laboral, las estructuras familiares, las transferencias intergeneracionales dentro de las familias, las condiciones sanitarias y las condiciones de salud de los adultos mayores.

Tiene una relevancia científica en el proceso de envejecimiento se suma un deterioro gradual de las condiciones de salud física y mental de las personas. Típicamente, las enfermedades más sobresalientes de los adultos mayores son crónicas en vez de agudas, y progresivas en lugar de regresivas. Esta combinación se traduce en una demanda diferente de los servicios de salud y un incremento, con frecuencia exorbitante, en los costos de la asistencia sanitaria. Esta situación está por supuesto asociada a una reducción o cese completo de la participación en el mercado laboral y a una mayor dependencia de las transferencias de ingresos de diversas fuentes públicas y privadas.

Por otro lado, también es cierto que la expectativa de vida de la población ha subido por los avances en la medicina, mejoras de las condiciones de vida y la mayor información sobre hábitos de vida, higiene y alimentación saludable en comparativos en los censos realizados por el INEC del 2001 y del 2010.

La investigación está enfocada en mejorar la calidad de vida que se basa en la satisfacción de las necesidades del individuo, y en los adultos mayores de la ciudad de Latacunga con la aplicación del Plan de Marketing como una estrategia para ofertar productos y servicios y sobre todo llegar de un modo más eficaz a los cliente actuales y potenciales, así como con la identificación de un estudio técnico y económico para la creación de un centro geriátrico.

### **1.7 Hipótesis**

¿Los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores inciden en la creación de un centro geriátrico en la ciudad de Latacunga?

## 1.8 Operacionalización de Variables Independiente

**Tabla 1. 1:** Variable Independiente: Hábitos de Consumo

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	HERRAMIENTAS
Es la necesidad de consumo de productos y servicios para satisfacer primeras necesidades ya sean primarias y secundarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad</li> <li>• Consumo</li> <li>• Servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de necesidad</li> <li>• Niveles de Consumo</li> <li>• Calidad de los servicios</li> </ul>	<p>¿Actualmente requiere de asistencia médica?</p> <p>¿Actualmente requiere de asistencia médica?</p> <p>¿Cuántas horas de ejercicio físico realiza habitualmente?</p>	Encuesta

Elaborado por: Luis F. Díaz

## 1.9 Operacionalización de Variables Dependiente

**Tabla 1. 2:** Variable Dependiente: Centro Geriátrico

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	HERRAMIENTAS
Es una Institución especializada en brindar cuidados especiales, servicios de enfermería y atención médico-geriátrica que requieren los adultos mayores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Institución Especializada</li> <li>Cuidados especiales</li> <li>Atención médico-geriátrico</li> </ul>	<p>Cantidad de instituciones especializadas</p> <p>Tipos de Cuidados especiales.</p> <p>Calidad de la atención médico-geriátrico</p>	<p>¿Está de acuerdo con la creación de Centro Geriátrico?</p> <p>¿Este Centro Geriátrico debía ser Privado o Público?</p> <p>¿Disponibilidad de pago por el servicio que recibe?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>

Elaborado por: Luis F. Díaz

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Introducción**

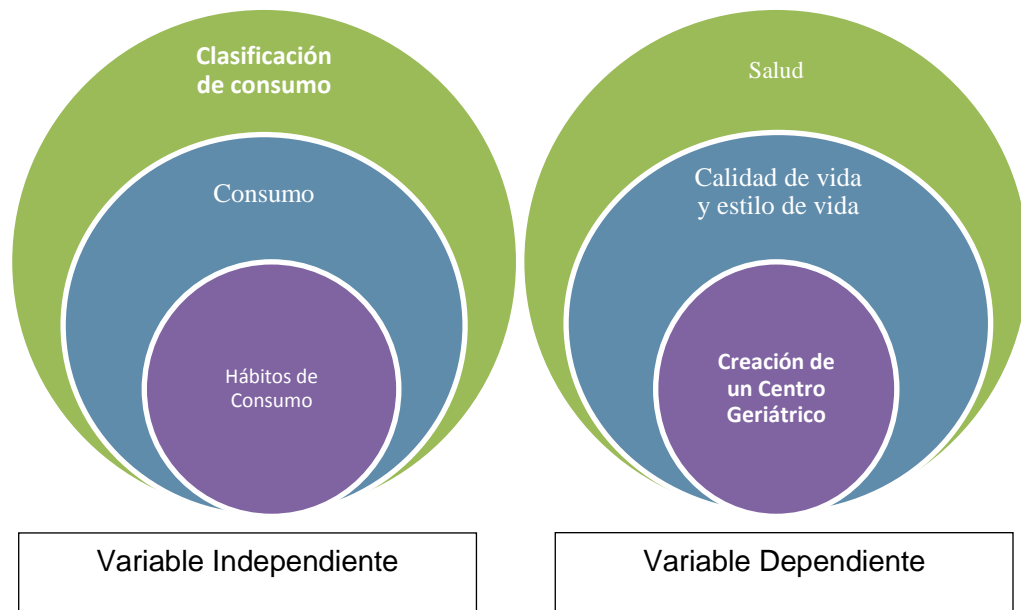
En todo proceso investigativo, el fundamento teórico o marco teórico implica analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes que se consideran válidos para un correcto encuadre del estudio.

La creación de un centro geriátrico de carácter privado generan sin duda el fortalecimiento social de este importante sector de la población, muchas veces olvidados y excluidos, más aun cuando se consideran los principales obstáculos que es necesario superar para integrar los principios y criterios de sostenibilidad al desarrollo y la gestión comercial a través de la aplicación del Marketing, conviene tener en cuenta la posición de los tres tipos principales de actores o interesados directos: el consumidor, el centro geriátrico privado, y la colectividad.

De hecho, el centro geriátrico no podrá pasar a ser una actividad más sostenible a menos que los usuarios y familias concienticen sobre la calidad de servicio que debe ofrecer este tipo de centros de cuidados al adulto mayor.

Existen algunos signos alentadores a las respuestas del mercado: La mayoría de los adultos mayores les preocupa la calidad del servicio, de salud y de vida en el ocaso de su existencia; de todos modos, es probable que sea más difícil generar un nuevo proyecto para crear un servicio que piense en responsabilidad social, es por ello que estamos convencidos en la factibilidad de este proyecto y romper dichos paradigmas.

## 2.2 Organizador Lógico de Variables



**Gráfico 2. 1:** Variables

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

## 2.3 Hábitos de consumo

Según VELÁZQUEZ (2009), en su libro Curso elemental de psicología plantea: ***“Se define como hábito a toda conducta que se repite en el tiempo de modo sistemático, aquello que una persona hace de forma constante, y la relación con el consumo se determina a partir de aquello que acostumbre adquirir y consumir”*** Pág. 314.

Los psicoanalistas consideran que los hábitos son expresiones de pulsiones que encuentran un escape a través del comportamiento repetitivo de ciertas prácticas frecuentes, al contrario de los conductistas reducen los hábitos a las leyes del condicionamiento y el refuerzo. Otra perspectiva más descriptiva y más genérica es la de considerar los hábitos en términos de comportamiento adquiridos sobre los que el sujeto tiene poco control voluntario.

### 2.3.1 Clases de hábitos

Existen varias clases de hábitos, entre los que se pueden señalar:

- Hábitos biológicos.
- Hábitos motores.
- Hábitos mentales.

*Hábitos biológicos:* nuestro organismo se habitúa, con más o menos facilidad, a nuevas condiciones del medio ambiente. Ejemplo: cuando los animales y el hombre tienen que pasar por un proceso de aclimatación cuando se trasladan de un país frío a uno tropical, o a la inversa, hasta que llegan a habituarse.

*Hábitos motores:* Infinidad de hábitos motores llenan nuestra vida cotidiana: vestirnos, desvestirnos, bañarnos, tomar el desayuno, encaminarnos a nuestro trabajo, conducir un automóvil, escribir en máquina, etc.

*Hábitos mentales:* bajo este epígrafe comprendemos desde los hábitos de tipo intelectual, como el de calcular, hasta los de carácter moral, como el de cumplir puntual y concienzudamente sus obligaciones, o su opuesto, el del incumplimiento y la pereza”.

### 2.3.2 Concepto de consumo

Es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, y otros géneros de vida efímera, o bienes y servicios, como la energía, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias. El consumo masivo ha dado lugar al consumismo y a la denominada sociedad de consumo. Sin embargo, se debe apuntar que no hay una teoría única y universal del consumo que gravite como tal en los escenarios académicos. Lo que existe es una diversidad de criterios y enfoques inscritos en diversas corrientes del pensamiento económico, sociológico, antropológico, psicológico e histórico.

Corrientes cuyos perfiles conceptuales pueden variar conforme a la visión que se asuma clásica, marginalista o marxista, entre otras.

Según SANTANA, Adalberto (2009) en su texto, El narcotráfico en América Latina plantea:

***“En determinadas corrientes teóricas el concepto de consumo se puede interpretar en relación con la destrucción o el gasto de utilidades; o bien puede ser entendido como el fin último de la actividad económica. Del mismo modo puede ubicársele con referencia al uso de bienes y servicios”.pág. 46***

El consumo de forma general se denomina como la acción y efecto de consumir o gastar todo tipo de productos.

En términos económicos se entiende por consumo la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo. En conclusiones, el consumo, significa satisfacer las necesidades presentes o futuras, se le considera el último proceso económico y constituye una actividad de tipo circular.

### **2.3.3 Clasificación de consumo**

De acuerdo con BATAILLE Georges (2008), en su libro La parte maldita precedida de la noción de consumo. Plantea ***“Según función de las necesidades del sujeto y de la frecuencia en el gasto del bien o servicio se pueden establecer tres tipos de consumo.”***Pág. 235

*Consumo experimental:* Es aquel donde el consumo del producto o servicio se produce por novedad o curiosidad.

*Consumo ocasional:* Es aquel donde el consumo es intermitente, y se basa en la disponibilidad del bien o servicio o en la satisfacción de necesidades no permanente.



*Consumo habitual:* Es aquel donde el consumo ya forma parte de las actividades cotidianas del sujeto.

Además, el consumo también es empleado en macroeconomía, teniendo en cuenta:

*Consumo privado:* Es el valor de todas las compras de bienes y servicios que se realizan por las unidades familiares, empresas privadas y las instituciones privadas sin ánimo de lucro.

*Consumo público:* Es el valor de todas las compras y gastos que realizan las administraciones públicas en el desempeño de sus funciones y objetivos.

#### **2.3.4 Salud**

De acuerdo con DULCEEY, E., & Parales, C (2002) la construcción social del envejecimiento y de la vejez: un análisis discursivo en prensa escrita. Revista Latinoamericana de Psicología, 34 (1-2) 107-121, Bogotá.

***“Otro aspecto importante en relación a este punto es la salud, ya que no todas las personas adultas mayores de 65 años son saludables emocionalmente. En el plano psicológico, se pueden presentar ciertos cambios en la memoria, aprendizaje, atención, orientación y agilidad mental”.*** Pág. 107

La cultura, educación, y experiencia vivida del adulto mayor a lo largo de su vida, constituye la base para reentrenar y reaprender las habilidades disminuidas por la edad.

La salud debe ser de preocupación permanente de las autoridades y de los que están vinculados con la salud, ya que requiere de todos ellos su atención, para mejorar las condiciones de vida, económica, social y familiar del adulto mayor, para lograr que esta población viva con calidad y dignidad, los últimos años de su vida.

## 2.4 Calidad de vida y estilo de vida

Según PEREZ A. Instituto superior de cultura física “Manuel Fajardo” La Habana Cuba, 2003.

***“La calidad de vida es una categoría socioeconómica que expresa las características de vida cualitativas y a diferencia el nivel de vida expresan el grado en que se satisfacen las demandas de carácter más complejo que no se pueden cuantificar”.***pág. 20

Hablar de calidad de vida se puede hacer entre otros, desde puntos de vista económicos (ingreso, consumo), ambientales (calidad del aire, agua), tecnológicos (condiciones laborales, vivienda, tráfico), sociológicos (familiares, hábitos alimentarios, ejercicio físico), biomédicos (salud, asistencia sanitaria, herencia fisiológica), o psicológicos (salud mental, sensación de bienestar estrés). En concreto, y desde el punto de vista de la actividad física y la salud, ello estaría implicando, fundamentalmente, una mayor esperanza de vida y, sobre todo vivir en mejores condiciones físicas y mentales.

Según OMS (2002)

***“El estilo de vida es la forma en que se desempeña el individuo según esta organización, se basa en patrones de comportamientos identificables, determinadas por la interacción de las características personales, las condiciones sociales y las condiciones de vida de carácter socioeconómico y ambiental del sujeto”.***pág. 77

Podemos decir que el estilo de vida es un componente de salud, del bienestar y de la enfermedad, ya que este comportamiento puede ser negativo, como el sedentarismo, la obesidad, mala nutrición, consumo del alcohol y tabaco, tranquilizantes, así como ausencia de valoraciones clínicas

periódicas, además promiscuidad sexual que es un comportamiento de alto riesgo para padecer alguna enfermedad.

#### 2.4.1 Definición de Centro Geriátrico

De acuerdo con ANZOLA Elías (2009), La Atención de los ancianos: un desafío para los años noventa:

***“Se refiere a un lugar donde se ofrece servicios de cuidado y atención especializada a personas que por cualquier situación demuestren o se puede catalogar como la Institución especializada en brindar cuidados especiales, servicios de enfermería y atención médico-geriátrica que requieren los adultos mayores dependientes debido a las enfermedades o complicaciones que padecen”*** Pág. 82.

#### 2.4.2 Tipos de centros Geriátricos

Los centros geriátricos o Residencias, son conocidos por el término de centro socio sanitario, y se clasifican en dos grupos:

1. Centros socio sanitarios de larga estancia.
2. Centros socio sanitarios asistidos.

**Los de larga estancia:** son los destinados a prestar asistencia a aquellos pacientes que no necesitan la aplicación de los medios diagnósticos y terapéuticos de un hospital de agudos, independientemente de su edad, pero que precisen controles médicos y farmacológicos diversos, continuados y permanentes, que no pueden darse en su domicilio.

**Los asistidos:** son aquellos centros sustitutorios del hogar que se destinan a acoger personas de más de 60 años o aquellos otros colectivos de edad inferior que no sean objeto de una regulación específica, que presentan además carencias sociales, problemas sanitarios no agudos, con

un grado de patología que requiere tratamientos preventivos y/o rehabilitadores permanentes, así como control médico y farmacológico continuado.

En la práctica, los requisitos exigidos para ambos tipos de centros son idénticos, excepción de exigirse terapia ocupacional en el caso de los centros socio sanitarios asistidos.

Para los tipos de centros los requisitos asistenciales son:

- a) Acogida y convivencia.
- b) Alojamiento y comedor.
- c) Descanso y tiempo libre.
- d) Higiene.
- e) Asistencia médica continuada.
- f) Asistencia de enfermería continuada y permanente.
- g) Asistencia social.
- h) Terapéutica y control farmacológico.
- i) Farmacia hospitalaria o depósito de medicamentos.
- j) Rehabilitación integral.
- k) Pastoral asistencial a demanda.

Para centros socio sanitario de larga estancia:

- a) Analítica y radiología básica (propia o concentrada).

Para centros socio sanitario asistido:

- a) Terapia ocupacional”.

## **2.5 Adulto mayor**

Según PERLADO Fernando (2009), Teoría y práctica de la geriatría.

***“El concepto de adulto mayor en un constructo reciente, joven, que nació hace aproximadamente una década. Su semántica no solo alude a personas ancianas que han alcanzado una edad cronológica mayor***

***de sesenta años, ni tampoco a personas vulnerables clínica, social y culturalmente. De esa manera el término de adulto mayor no es una simple categoría biológica o sociológica como muchos pueden creer. Dicho termino en un constructo inminentemente político, pues no se trata de una elucubración académica, ni de un modismo inventado por algún partido político”.*** Pág. 279.

Adultos mayores son aquellas personas que han alcanzado los 65 años de edad, muchas de ellas están aún ejerciendo sus profesiones, otros están jubilados, en espacios de tranquilidad y otros están cuidando a los nietos. Sin embargo de cualquier manera, no reciben la atención debida ya que las generaciones más jóvenes no toman en cuenta que en su momento ellos en su edad productiva sustentaron las necesidades de su hogar y también de la sociedad.

A este ciclo de la vida se lo ha denominado tercera edad o adulto mayor ya que han alcanzado su madurez completa y empiezan a sentir algunos cambios físicos y biológicos, lo que no significa que sean incapaces de manejar su vida de manera integral; al contrario, en su mayoría gozan de un estado físico, mental y social muy bueno con capacidades de entendimiento, pensamiento, orientación, destrezas y conocimientos que las han cultivado durante toda su vida. Se trata de personas con mucha experiencia, tanto en su área laboral y como en su vida personal, a quienes se les presenta la oportunidad de empezar a disfrutar de su tiempo con tranquilidad.

***“Se le denomina adulto mayor a aquel individuo que se encuentra atravesando ya la última etapa de la vida, es la etapa que sigue tras la adultez y que antecede al fallecimiento de la persona e individuo. En síntesis, es precisamente durante esta fase que el cuerpo y las facultades cognitivas de las personas se van deteriorando”.***<http://www.definicionabc.com/social/adulto-mayor.php>

Por lo general se califica de adulto mayor a aquellas personas que superan los 65 años de edad.

Hoy en día la expresión tercera edad es un término antrópico-social, el cual se refiere a la población de personas mayores o ancianas. En esta etapa como se explicó anteriormente, el cuerpo se va deteriorando y, por tanto, es sinónimo de vejez y de ancianidad. Se habla de un grupo de la población que tiene 70 años de edad o más. Actualmente, este término va dejando de utilizarse por los profesionales y es más utilizado el término personas mayores como es el caso en España y Argentina y adulto mayor en América Latina. Es conocida como la séptima y última etapa de la vida entre las que consta: prenatal, infancia, niñez, adolescencia, juventud, adultez y vejez o ancianidad; aconteciendo después de esta la muerte.

Este es el término o nombre que reciben quienes pertenecen al grupo de personas que tienen más de 60 años para los que viven en los países en vías de desarrollo y de 65 años a los que viven en países desarrollados; en 1994 la OPS ajustó la edad de 65 años de edad. Por lo general, se considera que los adultos mayores, sólo por haber alcanzado este rango de edad, son lo que se conocen como pertenecientes a la tercera edad, o ancianos. Y por otro lado, otra cuestión que caracteriza a este tipo de población y que se toma sin dudas también como parámetro para definirlos en esta etapa, es el tema de la jubilación o retiro de la actividad laboral por ya haber traspasado la barrera de años estipulada por el estado en cuestión y que determina hasta cuando una persona se considera activa y a partir de cuándo es que entonces deberá recibir el aporte económico del estado para vivir, en retribución, a todos los años que la persona trabajó y también aportó para cuando le llegase la edad del retiro poder vivir cómodamente.

## **2.6 Estudio de mercado**

De acuerdo con CEVALLOS Jácome, ENERTO Pablo (2008), Estudio de Mercado de para Prefrita en las Ciudades,

***“El mercado se define como el área donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único. Se puede decir***

***también que mercado es: cualquier acuerdo mediante el cual compradores y vendedores interactúan para determinar el precio y la cantidad de los bienes y servicios intercambiados***". Pág. 6

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios o plan de marketing, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

***"El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos."***<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado>

El estudio de mercado es generalmente primario o secundario. En el estudio secundario, la compañía utiliza información obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente. Las ventajas del estudio secundario incluyen el hecho de ser relativamente barato y fácilmente accesible. Las desventajas del estudio secundario: a menudo no es específico al área de investigación y los datos utilizados pueden ser tendenciosos y complicados de validar.

### **2.6.1 Objetivos del estudio de mercado**

"El IFAIN, 1993, cita los siguientes objetivos que tiene un estudio de mercado.

- Definir el mercado al cual el proyecto estará orientado su producción.
- Definir el producto que debe producir.
- Determinar la cantidad de producto que se puede colocar en el mercado.
- Definir los canales por los cuales se comercializará el producto.
- Estimar los precios a los que se puede colocar el producto.

- Determinar la estrategia a seguir considerando el entorno interno (fortalezas y debilidades) y el externo (oportunidades y amenazas) que permitan asegurar el éxito del proyecto.”

## 2.7 Demanda

Según CASADO Ana B., SELLERS Ricardo (2009), Dirección de marketing **“Es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos”**. Pág.96

Dado que el análisis de la demanda supone un estudio cuantitativo del mercado, se puede definir la demanda de un producto como: el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un período de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados.

Dentro de esta definición existen tres dimensiones que ayudan a acotar o delimitar el concepto de demanda: producto, mercado y tiempo.

*Dimensión Producto:* permite hablar de cuatro tipos de demanda.

- Demanda global: Total de bienes demandados por una industria o sector determinado (ejemplo: Automóviles).
- Demanda de empresa: Total de bienes demandados por una empresa (ejemplo: Renault).
- Demanda de una línea de productos: Abarca modelos con características similares que produce una misma empresa (ejemplo: Automóviles utilitarios vs. Comerciales).
- Demanda de marca: Que es la demanda de un producto específico (ejemplo: Automóviles utilitarios Renault Clio).

*Dimensión Mercado:* Hace referencia al grupo de compradores del producto.

- Demanda de un comprador individual.



- Demanda de un segmento del mercado.
- Demanda de todo el mercado.

*Dimensión Tiempo:* hace referencia al período de tiempo en el que se cuantifica la cantidad vendida. Se pueden hacer distintas clasificaciones:

- Diaria, semanal, mensual, anual.
- Corto plazo, medio plazo, largo plazo.

Combinado esas tres dimensiones obtenemos distintas medidas de demanda (ejemplo: Producto: zapatos; mercado; conjunto de compradores; tiempo: temporada de verano”).

La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

## **2.8 Oferta**

De acuerdo con KEAT Paul G., YOUNG Philip K. Y.(2008), Economía de empresa

***“Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto período al mantenerse constante otros factores distintos al precio. La única diferencia entre oferta y demanda, es que para este caso se utiliza la palabra vender en lugar de comprar. Como en el caso de la demanda, la oferta está basada en un período en el que el precio y los otros factores pueden afectar la cantidad ofrecida”.*** Pág. 83

En síntesis, la oferta es la relación entre la cantidad ofertada de un bien y su precio, cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes.

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

Oferta también se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos.

Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros.

### **2.8.1 Ley de la oferta**

Si los demás factores se mantienen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será su cantidad ofertada.

Factores que alteran la Oferta:

1. Los precios de los recursos utilizados en la producción de un bien.
2. Los precios de los bienes relacionados
3. Los precios esperados en el futuro.
4. El número de proveedores.
5. La tecnología.
6. El estado de la naturaleza (clima).

### **2.8.2 Tipos de oferta**

Según BÁEZ Clara, ARREGUI Mariví (2008), Oferta y demanda de información y capacitación para un mejor relacionamiento institucional estado- sociedad civil.

***“Existen dos tipos de oferta, una a nivel intersectorial y otra a nivel intrasectorial. A nivel intersectorial se ha identificado que las empresas lucrativas y los organismos internacionales disponen de oferta de capacitación y/o apoyo dirigida a las organizaciones de la sociedad***

***civil y a los organismos gubernamentales. La oferta de los organismos internacionales no está orientada lucrativamente***”pág. 94.

También existe una oferta de apoyo que proviene de los mismos organismos del estado dirigidas a sus mismos segmentos y, en menor medida a los demás segmentos. Esta oferta tampoco se orienta lucrativamente, aunque sí implica costos para los demandantes.

## **2.9 Estudio técnico**

De acuerdo con EROSSA Victoria E. (2009), Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología).

***“El estudio técnico de un proyecto en sí es un proceso interactivo al cual las demás investigaciones se refieren varias veces hasta que finalmente se determina el concepto entero en el estudio de factibilidad. Los estudios técnicos evidencian los conocimientos profundos de los planificadores del proyecto en cuanto a las características sobresalientes”***. Pág. 99

Es la reunión y análisis de la información que permita verificar la posibilidad técnica para la creación de un proyecto físico y determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.”

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condición en su mejor ubicación.

- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.

## 2.10 Mercado

Según FISHER Laura y ESPEJO Jorge (2008), Mercadotecnia, ***“El mercado son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio”***. Pág. 84.

Los tres elementos importantes que complementan el concepto son:

1. La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
2. La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
3. La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos.

De acuerdo con KOTLER Philip, HALL Prentice (2009) Dirección de Mercadotecnia,

***“El concepto de intercambio conduce al concepto de mercado. En ese sentido, un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que***

***podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo***". Pág. 11

De este modo, el tamaño del mercado, a criterio de Kotler, depende de que el número de personas que manifiesten la necesidad, tengan los recursos que interesan a otros y estén dispuestos a ofrecerlos en intercambio por lo que ellos desean".

Los conceptos más comunes que se tienen de mercado, son los siguientes:

- Lugar en donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes y servicios en venta y se realizan transferencias de títulos de propiedad.
- Demanda agregada generada por los compradores potenciales de un producto o servicio.
- Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y de gastarlo".

## **2.11 Disponibilidad de recursos financieros**

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), (2009), Lineamientos Básicos Para El Mejoramiento Del Sistema Nacional de Investigación, "**Los recursos financieros son los activos que se sabe tienen algún grado de liquidez. El dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias de acciones y bonos forman parte de los recursos financieros**". Pág. 3.

Los indicadores económicos constituyen información que los inversores pueden analizar para comprender el estado y la dirección actual de la economía. Estos se valen de este recurso, junto con el estudio de las divisas, donde por poner un ejemplo, se abren las puertas a mejores decisiones con respecto a las compras y ventas. La correcta interpretación de las cifras económicas permite:

- Obtener el mejor retorno posible con respecto a una inversión realizada;
- Estudiar el funcionamiento de las empresas y sus productos;
- Detectar el momento adecuado para adquirir, invertir o entrar en el mercado;
- Entender el desarrollo de la economía;
- Analizar y juzgar las diversas políticas económicas.

## **2.12 Estudio económico y financiero**

El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que pueda operar.

La evaluación económica viene a definir la rentabilidad del proyecto y para ello se utilizan fundamentalmente la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN), el cual considera un costo de capital o tasa de descuento (TMAR), y ambas técnicas suponen que las ganancias se reinvierten en su totalidad y que al reinvertirse ganan la misma tasa de descuento a la cual fueron calculadas.

Un análisis financiero permite la evaluación del monto de inversión del proyecto, origen de la inversión, amortización del crédito bancario, los costos e ingresos, puntos de equilibrio, estados financieros proyectados, razones financieras para el proyecto y finalmente el flujo de caja el cual servirá de base para el análisis económico.

El análisis Económico, permitirá determinar la rentabilidad del proyecto por medio de los análisis del VAN, TIR, PRI, C/B y finalmente un análisis general.

El fin de un estudio económico y financiero no es la cuantificación de indicadores, como comúnmente se cree, inclusive en el argot de los evaluadores. El Valor Presente Neto, Costo Presente, Tasa Interna de Retorno, etc., no son más que una ayuda para evaluar. La parte medular de un estudio financiero más bien, es la propia generación y comparación de alternativas, que a semejanza de las opciones técnicas u organizacionales, tendrán que medirse desde varios puntos de vista (social, político, económico, etc.).

En un estudio financiero se define de dónde provienen los fondos, a dónde van, y cómo son recuperados. Se estudia también los costos y beneficios derivados de todas las fases del proyecto (especialmente en la construcción y operación). Asociado al origen y destino de los recursos: los riesgos involucrados. La ilustración que muestra los principales actores en una organización, también ejemplifica las múltiples fuentes y fines de los recursos financieros, en donde no sólo hay que concentrarse en los esquemas que provengan de los “inversionistas” sino de todos los participantes.

### **2.13 Marco Legal**

En el marco Legal se determinan los aspectos legales, como por ejemplo identificar el trámite a seguir para la constitución de la compañía, para el funcionamiento de un centro geriátrico; conocer sobre cumplimientos de horas de trabajos; leyes tributarias y reglamentación interna del centro para su normal funcionamiento y regulación para el personal.

## **2.14 Requisitos para su funcionamiento**

Previamente a la obtención de la matrícula de comercio, los comerciantes para ejercer su actividad, deberán afiliarse a la Cámara de Comercio del Cantón donde realizarán su actividad y cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Seleccionar un nombre, al cual se ha de identificar en las oficinas del Municipio de Latacunga para obtener la patente municipal y en el SRI, previo pago de derechos.
- b. En el caso de una Empresa colectiva, se inscribe la escritura pública de su constitución.

## **2.15 Obtención del RUC**

Para la obtención del RUC, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Presentar original y copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte si es extranjero; y, copia de un documento para verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica.
- b. Los ecuatorianos presentarán también el original de la papeleta de votación del último proceso electoral hasta un año después de la emisión por parte del Concejo Nacional Electoral.

## **2.16 Patente municipal**

Es un comprobante de pago emitido por la administración zonal, correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal, se graba a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial.

En caso de inscripción para obtener la Patente por primera vez, deberá presentar:



- a. Formulario de solicitud y declaración de patente.
- b. Formulario de Patente Municipal.
- c. Certificado de no adeudar al Municipio.
- d. Copia de la Cédula de Ciudadanía del propietario responsable y del Certificado de Votación.
- e. RUC original y copia.
- f. Copia de la declaración del impuesto a la renta (si es que la actividad ya ha cumplido un período de operaciones).
- g. Copia de la última declaración del IVA del año anterior (para quienes no están obligados a declarar el Impuesto a la Renta).

## **2.17 Legislación y Normativa**

Constitución de la República del Ecuador, 2008.

Última actualización 11 de julio del 2011

Capítulo Tercero: Derecho de las personas y grupos de atención prioritaria.

Art.- 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social, económica y protección contra la violencia. Se consideran personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los 65 años de edad.

Art.- 37.- El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos:

- Atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas.
- El trabajo remunerado en función de sus capacidades, para lo cual tomará en cuenta sus limitaciones.
- La jubilación universal.
- Rebajas en los servicios públicos y servicios privados de transporte y espectáculos.

- Exenciones en el Régimen Tributario.
- Exoneración del pago por costos notariales y registrales de acuerdo con la Ley.
- El acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión y consentimiento.

### **Reglamento General de la Ley del Anciano**

#### **REGISTRO OFICIAL No. 961 – 19 de Junio de 1992**

#### **Capítulo II de los Organismos de ejecución y servicios**

Art. 2.- El Ministerio de Bienestar Social es el responsable de la planificación, ejecución y coordinación de las políticas y acciones en favor de los ancianos.

Art. 10.- La Dirección Nacional de Gerontología es el órgano encargado de planificar, conocer, desarrollar y vigilar los Programas diseñados para los ancianos, de acuerdo con la Ley y este Reglamento.

Sus atribuciones y funciones serán las siguientes:

- a. Actuar como Ente regulador de toda actividad gerontológica, tanto del sector público como del privado;
- b. Establecer un sistema nacional de atención al anciano, considerando sus niveles, dentro de los servicios sanitario – asistenciales;
- c. Participar en la dirección, asesoría, constitución y funcionamiento de los Centros de Atención Especializada de los Ancianos, orientando sus fines y objetivos;
- d. Otorgar la calificación y los respectivos permisos de operación a las entidades públicas y privadas que deseen atender a los ancianos, en los que constarán obligatoriamente niveles de atención médico asistencial integral; para lo cual se establecen las siguientes clases de

centros: - Clubes y Asociaciones; - Centros Geriátricos; - Centros Gerontológico; y- Otros.

### **Reglamento Nacional que norma el funcionamiento de Centros Gerontológicos. No. 1669 – 16.03.1986**

Art. 1.- Naturaleza y fines de los centros de atención gerontológica.- Los centros de atención gerontológica serán establecimientos de atención, protección y asistencia social, creados para brindar un servicio integral a la población anciana del país. Podrán ser establecidos por el Estado o por instituciones del sector público o por personas naturales o jurídicas de derecho privado.

Art. 2.- Objetivos Generales.- Los objetivos generales de estos centros son:

Dar atención y protección a las personas que se encuentran en edad crítica o presenil a través de acciones preventivas de asesoramiento y, a las personas en edades de senilidad y a los ancianos longevos, a través del tratamiento y asistencia;

Art. 4.- Del permiso de funcionamiento.- El permiso de funcionamiento tiene carácter anual y se otorgará en base a parámetros establecidos en los manuales de funcionamiento estipulados por la Dirección de Atención Integral Gerontológica.

Se otorgará el permiso de funcionamiento a los hogares/ residencias para adultos/as mayores autónomas en centros de atención ambulatorios o permanentes para adultos/as mayores autónomos/as respectivamente.

Art. 5.- Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.- Todas las instituciones que desarrollen programas de atención al adulto mayor deberán en forma previa a iniciar el funcionamiento inscribir el centro y obtener el permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Inclusión Económica y

Social, a través de la Dirección de Atención Integral Gerontológica, para lo cual deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a. Solicitud a la Dirección de Atención Integral Gerontológica
- b. Plano del local en el cual determine la distribución del espacio físico.
- c. Detalle del personal con el que cuenta el centro, con indicación de si el mismo ejercerá sus funciones con dedicación completa o parcial y señalamiento del personal técnico, administrativo, profesional y auxiliar de servicios generales y/o cuidadores/as.

Servicios con los que cuenta y brinda el centro (señalar el número de profesionales o técnicos por servicio);

- d. Listado de equipos y mobiliario;
- e. Reglamento interno de funcionamiento, el cual contendrá, por lo menos, los siguientes requisitos: Objetivos del centro y determinación de los servicios que brindará, características de las personas destinatarias, requisitos de acceso al servicio, criterio de selección, capacidad (número de plazas), derechos y deberes de las personas usuarias y del personal, otras normas de funcionamiento interno.
- f. Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal;
- g. Copia del último recibo de luz, agua o teléfono.

Art. 6.- Del permiso.- El permiso anual de funcionamiento contendrá:

- a. El número del permiso anual de funcionamiento;
- b. El nombre del Centro;
- c. Determinación del nombre del representante legal;
- d. La ubicación del establecimiento;
- e. El tipo de establecimiento y la actividad y la fecha de su expedición y vencimiento.

Art. 7.- Servicios.- Los centros de atención gerontológica podrán brindar los siguientes servicios: internado permanente o residente y externado

permanente u ocasional, relacionados con el área social, médica, psicosocial y de rehabilitación.

Art. 9.- Otros Permisos.- Previo a su funcionamiento se deberán además obtener el permiso sanitario y de funcionamiento emitido por los respectivos cuerpos de bomberos del país.

Art. 12.- Los centros de atención gerontológica que estuvieren funcionando en el país se registrarán en el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Reglamento para el otorgamiento de permisos de funcionamiento de los centros de atención a los/las adultos/as mayores, por parte de instituciones del sector público y privado. No. 681 – 14.04.2002.

Modalidades de Atención a los adultos mayores.- Constituyen modalidades de atención de adultos mayores las siguientes:

Los hogares/residencias en el que los/las adultos/as mayores conviven de manera oportuna y están adecuados para personas autónomas; y, Los centros gerontológicos que de acuerdo a los servicios que presten atenderán de manera ambulatoria o permanente a adultos/as mayores autónomos y dependientes respectivamente.

## **2.18 Análisis Investigativo**

Para la búsqueda de variables explicativas del comportamiento del consumidor, se plantea que el análisis de los AIO (actividades, intereses y opiniones) en donde se encuentran patrones de consumo de poblaciones en observación, en este caso Adultos Mayores. Las mediciones permiten diseñar estrategias para estimular la demanda a través de las herramientas de mercadeo.

Las mediciones orientadas a establecer perfiles por Actividades, Intereses y/u Opiniones (AIO), se conocen como estudios psicográficos y se

dedican a comprender a los consumidores a través de lo que hacen y de lo que piensan en una vasta gama de situaciones de la vida en sociedad” (Dubois y Rovira, 1998: pág. 160); las facetas en las cuales se mueve este registro, son aquellas que atraviesan la vida cotidiana de una persona y en las cuales declara interesarse la persona.

El análisis investigativo, permitirá identificar el perfil del adulto mayor, para determinar el estudio de las variables demográficas básicas. El grado en que difieren los sectores innovadores de este perfil es de especial importancia para determinar el nivel socioeconómico y el estilo de vida de cada división. Este tipo de información les brinda a los introductores de nuevos productos el conocimiento que necesitan para identificar a los clientes que, con mayor seguridad, adquirirán sus productos. Alcanzar estos clientes en forma eficiente aumentaría las posibilidades que tienen un producto o servicio de ser aceptado por este segmento de clientes.

Los aspectos importantes para este capítulo son: El papel de la investigación del consumidor, la investigación del consumidor se realiza en terreno, en laboratorio o relacionando variables de mercadotecnia. Alcance de investigación del consumidor.

Puede ser desde antes de la compra (consumidor detecta necesidad), en la evaluación de alternativas, en la decisión real de compra y hasta después de la compra, evaluando el nivel de satisfacción.

Investigación del consumidor y mezcla de mercadotecnia:

**Producto:** la investigación determina que atributos del producto son los más relevantes para los familiares interesados en la creación de un centro Geriátrico.

**Precio:** la investigación determina cuánto está dispuesto a pagar el consumidor en este caso los interesados en la creación de un centro Geriátrico.

**Promoción:** la investigación ayuda a determinar elementos que persuadan al consumidor y los medios posibles de utilizar.

**Distribución:** la investigación determina dónde y cómo compran los consumidores en este caso los consumidores recibirán un servicio a los familiares adultos mayores.

### **2.19 Identificación de los AIO de los hábitos (Actividades, intereses, opiniones)**

Es muy importante darse cuenta que nunca antes llegaron a existir tantas personas tan longevas en la Humanidad, y como es de esperarse muchas se vuelven dependientes de los demás.

De acuerdo a datos presentados por el INEC realizados en el año 2010, la mayoría de personas mayores de 60 años son mujeres con el 53,4%. En la sierra residen 596.429 adultos mayores, mientras que en la costa viven 589.431 personas de la tercera edad. El director del INEC, explicó que el promedio de esperanza de vida de los ecuatorianos es de 78 años para las mujeres y 72 años para los hombres.

Por ello, los adultos mayores requieren de un lugar especial: un Centro Geriátrico, que no es un asilo, sino una Institución especializada en brindar cuidados especiales, servicios de enfermería y atención médico-geriátrica que requieren los adultos mayores dependientes debido a las enfermedades o complicaciones que padecen. También se les conoce como Centro de Retiro, Estancia o Residencia.

Seleccionar un Centro Geriátrico para un ser querido no es fácil, por varias razones, pero sobre todo porque, ¿En quién depositaré mi confianza para su cuidado?

Frecuentemente, no somos capaces de responder esta pregunta correctamente debido a nuestra falta de conocimiento acerca de estas nuevas instituciones que se dan a conocer con distintos nombres, pero finalmente como residencias de ancianos u otros. Los adultos mayores dependientes requieren de una atención especial para realizar la mayor parte de las actividades cotidianas, y por lo general poseen una salud frágil, motivo por el cual, un auténtico Centro Geriátrico, orientado hacia la atención de ancianos dependientes cuyo objetivo es fomentar el desarrollo de todas sus facultades – físicas, mentales, emocionales, cognoscitivas, etc. – y ésta es la principal característica que las diferencia de los asilos tradicionales para ancianos.

## **2.20 Análisis investigativo**

### **2.20.1 Análisis de preferencias**

Los familiares de personas que se encuentran en la etapa de la tercera edad debido a múltiples razones no cuentan con el tiempo suficiente para atenderle de una mejor manera a la persona longeva, por lo que necesitan acudir a sitios donde puedan ser cuidados de una mejor manera y ser propiciados de un mejor estilo de vida, por lo que se presentan los siguientes análisis que inciden en el momento de buscar un lugar de atención para el cuidado especial brindado a la persona de la tercera edad.

### **2.20.2 Análisis de uso del servicio.**

Los familiares de una persona de la tercera edad como uno de los requisitos principales para buscar la estancia de la persona de la tercera edad, realizará una visita previa en donde se pueda visualizar los servicios que brinda el lugar tomando en cuenta lo siguiente:

- Vivienda adecuada para su desplazamiento.
- Ambiente familiar.
- Guardería diaria.



- Enfermería 24 horas.
- Atención Médica Gerontológica.
- Terapia física, gimnasia pasiva.
- Terapia ocupacional.
- Actividades recreativas.
- Control de signos vitales.
- Suministración de Medicinas.
- Nutrición balanceada.
- Servicio de Peluquería.
- Servicios espirituales.
- Arreglo y lavado de ropa.
- Personal especializado.
- Cuidados integrales.
- Atención médica oportuna.
- Transporte puerta a puerta.

### **2.20.3 Análisis hábitos de consumo**

Aunque su fuerza física, su habilidad están ya reducidas, y sus recursos económicos son menores, la tercera edad, el colectivo de mayores de 65 años, está formada por consumidores exigentes, que no se dejan llevar fácilmente, piden un trato personal con los proveedores, se preocupan por la relación calidad-precio

#### **a) Higiene corporal**

- Ducha.
- Baño en cama.
- Aseo del cabello.
- Afeitado y depilación.
- Cuidados de los pies.
- Cuidados de las manos.
- Cuidados de la boca.

- Cuidados de los ojos.
- Cuidados de los oídos.
- Cuidados de la nariz.
- Vestimenta del anciano.

#### **b) Cuidados de la piel**

- Atender las causas que colaboran la aparición de úlceras por presión.
- Zonas donde suelen aparecer las úlceras por presión.
- Prevención de las úlceras por presión.

#### **c) Alimentación**

- Grasas, proteínas, hidratos de carbono
- Contar con adecuadas dietas y consejos alimenticios para proporción de los ancianos

#### **d) Funciones de eliminación**

- Diarrea.
- Estreñimiento.
- Incontinencia urinaria.

#### **e) Prevención de riesgos**

- Factores que influyen en las caídas.
- Como intentar evitar las caídas.
- Otros riesgos.

#### **f) Sueño del anciano**

- Higiene del sueño

- El anciano debe acostarse y levantarse todos los días a la misma hora, siempre que se pueda.
- No tomar bebidas alcohólicas ni excitantes antes de irse a la cama.
- No mantener conversaciones emotivas antes de irse a la cama o ver programas de televisión que le puedan poner nervioso.
- Intentar que realice actividades relajantes como leer, escuchar música, rezar.
- No ir a la cama recién cenado y no realizar cenas muy copiosas.
- Es aconsejable tomar un vaso de leche antes de acostarse, porque la leche induce al sueño y elimina la sensación de hambre si la cena fuera escasa.
- Si el anciano después de acostarse no conciliar el sueño y no para de dar vueltas en la cama, es mejor que se levante, antes de ponerse nervioso, y que lo vuelva a intentar algo más tarde.

#### **g) Cuidado del paciente con ostomía**

Una ostomía es la creación de un orificio (estoma) que comunica una zona del interior del organismo con el exterior. Recibe el nombre de la zona donde se realiza el orificio o estoma, como por ejemplo: traqueotomía, colostomía, gastrostomía, etc.

Las ostomías se realizan para intentar mantener la función de un órgano que por una patología o traumatismo ha dejado de cumplir su función.

Hay que tener siempre una higiene y aseo adecuado de la zona de la ostomía y de la piel que la rodea.

Diferenciar los cuidados de cada tipo de estoma. En las estomas con función de alimentación, la que se suele encontrar con más facilidad en un paciente es la gastrostomía. Consiste en un orificio que atraviesa la pared abdominal y llega hasta el estómago. En dicho orificio, se coloca una sonda por la que se introduce la alimentación al paciente.

Algunos puntos a tener en cuenta:

- Cuando introducimos la alimentación hay que pasarla a un ritmo lento, para evitar posibles diarreas.
- Antes y después de poner la alimentación, hay que pasar agua para evitar que la sonda se obstruya.
- En el caso de que se produzca obstrucción de la sonda, hay que intentar desobstruirla utilizando agua tibia.
- Es necesario proteger la piel de alrededor del estoma con una gasa, para evitar que la sonda se marque en la piel, y deberemos aplicar crema o vaselina para mantener hidratada la piel de alrededor del estoma.
- En las estomas con función de eliminación, el más común es la colostomía. Es un orificio que atraviesa la pared abdominal y llega hasta el colon, con un repliegue del tejido de la zona intestinal que forma la estoma; se observa a simple vista como una especie de cráter, por el cual el paciente elimina las heces.

Debemos tener en cuenta los siguientes puntos:

- Hay que realizar una buena higiene y aseo de la zona del estoma, utilizando agua tibia y un jabón neutro. Tendremos cuidado de no realizar fricciones de ningún tipo en esta zona.
- Para la zona periestoma utilizaremos una esponja natural.

- A todas estas ostomías de eliminación se les pone una bolsa para recoger los productos de desecho que normalmente se fija con un disco adhesivo.
- Los adhesivos suelen producir irritación de la piel donde se colocan, por lo que es conveniente, siempre que haya que cambiarlo, retirarlo con cuidado sin dar tirones, aplicando una fuerza continua y retirándolo en un solo intento, sin realizar una maniobra brusca.
- Al colocar el disco hay que ajustar lo máximo posible el orificio que hacemos en el adhesivo del mismo, al diámetro del estoma, para evitar que las heces se introduzcan por dentro del adhesivo e irriten la piel de alrededor del estoma.
- Es necesario llevar un cierto control de las características de las heces, como frecuencia, consistencia, color y la aparición de sustancia que no debe haber en las heces como sangre, moco, etc.
- Si se presentara cualquier tipo de irritación o ulceración de la piel, consultar con enfermería la manera de tratarla.
- En las estomas con función de mantener la respiración, como la traqueotomía, que es un orificio que va desde el exterior al interior de la tráquea (con el fin de que el paciente pueda mantener su función respiratoria) se suelen realizar cuando hay una obstrucción de vías aéreas superiores.

A todo paciente con traqueotomía se le introduce una cánula que puede ser de uno o dos tubos (la más utilizada suele ser la de doble tubo) y los materiales pueden ser de plata o de silicona, los más habituales.

Debemos tener en cuenta:

- Las cánulas hay que tenerlas siempre permeables, por lo que hay que realizar una higiene de estas cánulas de forma concienzuda, eliminando los restos de secreciones secas. La limpieza se suele realizar sumergiendo las cánulas en suero fisiológico; en algunos casos, se utiliza también algún tipo de antiséptico pero lo mejor es consultar con su enfermera.
- Estas cánulas se suelen fijar con unas cintas que se atan en la parte posterior del cuello y también se le suele poner un apósito para recoger las secreciones que puedan saltar desde la cánula, por un golpe de tos. Tanto las cintas como el apósito hay que cambiarlo a diario o siempre que se considere necesario.
- También debemos cuidar la piel de alrededor del estoma, ya que es una zona donde apoya la cánula y se puede irritar.

## **2.21 Análisis de sensibilidad**

Nuestros adultos mayores necesitan atención especializada en cuanto a sus requerimientos de salud básicas, los mismos que deben ser brindadas por el proponente que brinda el servicio de tal manera de satisfacer las necesidades de la persona como:

- Necesidad de respirar con normalidad.
- Necesidad de comer y beber adecuadamente.
- Necesidad de realizar la eliminación fisiológicamente.
- Necesidad de moverse y mantener las posturas.
- Necesidad de dormir y descansar.
- Necesidad de elegir la ropa adecuada. Vestirse y desvestirse.
- Necesidad de mantener la temperatura corporal.
- Necesidad de mantener la higiene corporal.
- Necesidad de seguridad.
- Necesidad de comunicación con los demás.

- Necesidad de vivir de acuerdo a sus valores y creencias.
- Necesidad de ocuparse de algo útil.
- Necesidad de practicar actividades.
- Necesidad de aprender, satisfacer la curiosidad.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Identificación del proyecto**

Un estudio de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, la cual servirá para orientar la producción del negocio.

Finalmente, el estudio de mercado brinda información acerca del precio apropiado para implementar el servicio y competir en el mercado, para ingresar y posicionarse en él.

Los adultos mayores requieren de una atención especial para realizar la mayor parte de sus actividades cotidianas, y por lo general poseen una salud frágil, motivo por el cual, un auténtico Centro Geriátrico orientado hacia la atención de ancianos dependientes sería lo ideal.

#### **3.2 Características Generales del servicio geriátrico**

En la actualidad el servicio de geriatría es la solución a la necesidad que tienen las personas de contar con un personal mejor calificado y productivo.

Las condiciones de vulnerabilidad y la modernización de las políticas públicas de atención al adulto mayor han llevado a que éste sea un sector altamente regulado por las autoridades.



Ésta norma detalla los requisitos que se deben cumplir cuando se les brinde el alojamiento por día, temporal o permanente, así como la operatividad de un centro para el adulto mayor. Para abrir una casa de retiro se necesita el permiso de la Secretaría de Salud, que periódicamente inspeccionará la casa de retiro.

En primer lugar, la legislación señala que tus instalaciones deben tener el espacio necesario, según las condiciones motrices de las personas, tanto para las que aún pueden valerse por sí mismas como para quienes deben trasladarse en silla de ruedas.

Operar una casa de retiro requiere de personal facultado en gerontología y geriatría, quienes son los especialistas en el proceso de envejecimiento y cuidados que los adultos mayores deben recibir para cuidar su salud física y mental. Además de un médico y nutriólogo, se integra una plantilla de auxiliares o cuidadores. El equipo de trabajo se puede complementar incluso con psicólogos, fisioterapeutas, que brinden terapias de rehabilitación para quienes lo necesiten.

Asociado a este perfil, los trabajadores deben tener el tacto y la delicadeza para tratar a los adultos mayores. Esto es particularmente importante al momento de ayudarlos a controlar un ataque de ansiedad o identificar las molestias por las cuales dejan de comer o de participar en alguna actividad. Así, un equipo humano con trato cortés y sensible es el elemento clave para dar confianza a los familiares de que se trata de un lugar seguro y profesional.

Las actividades físicas también deben ir acorde a la condición de los residentes. El yoga, taichí, baile, actividades lúdicas y cantos son las más adecuadas para su edad. En tanto que las terapias ocupacionales como las manualidades, clases de pintura o dibujo les ayudarán a mantener sus capacidades psicomotrices.

Es fundamental que el adulto mayor realice actividades físicas, ya que esto trae consigo muchas ventajas para la salud física, mental y emocional.

- **Cuidados y enfermería las 24 horas:** Los ancianos dependientes requieren en verdad de muchos cuidados y atenciones para cada una de sus actividades diarias como caminar, ducharse, vestirse, desvestirse, etc.
- Además, debido a la fragilidad de su salud, el médico necesita diagnosticar periódicamente cuáles son sus signos vitales. Necesitan tomar sus medicamentos a la hora indicada por sus médicos y recibir todas las terapias y curaciones de haberlas prescritas por ellos.
- **Terapias de Rehabilitación física y mental:** Las personas de la tercera edad requieren de rehabilitación y responden muy bien a ella. En cuanto un paciente ingresa a un Centro Geriátrico serio, su salud es vigilada periódicamente y el paciente recibe un programa de rehabilitación cuyo cumplimiento es vigilado estrechamente.
- **Terapias ocupacionales:** Un adulto mayor que sólo ve televisión y no tiene nada que hacer, en algo tiene que ocupar su mente. La enfermedad suele ser uno de sus temas predilectos, por ello, las terapias ocupacionales adecuadas a su edad y a sus capacidades son indispensables para su bienestar general.
- **Gimnasio de la tercera edad:** El ejercicio es una actividad que es conveniente que todos realicemos para el beneficio de nuestra salud. Sin embargo, las actividades que se realizan diariamente nos mantienen con un mínimo de condición física que impide que nuestros músculos se atrofien. Los ancianos dependientes son muy pasivos y permanecen largas horas en una misma posición, sentados o acostados. Esto puede ser muy dañino para su salud. Sus músculos llegan a atrofiarse y después ya no pueden caminar, les cuesta mucho

trabajo vestirse, etc. Independientemente, del diagnóstico que tengan es muy importante que hagan ejercicio y por ello un Gimnasio de la Tercera Edad con aparatos diseñados para ellos es imprescindible.

Además de estos beneficios principales se debe contar con una atención muy especial que a continuación se detalla:

- **Estancias permanentes:** Se ingresa en el centro por un período indefinido en calidad de privado.
- **Estancias temporales:** Acogido al programa donde permanecerá en el centro durante un determinado tiempo que puede ser de un mes prorrogable a 3 meses.
- **Estancias diurnas:** se pasa el día en el centro y por la noche regresa a casa.

El centro contará con un equipo directivo:

- Encargado de personal.
- Encargado de organización y compras.
- Encargado de gestión y administración.

La Recepción se encargará de recibir a los familiares y visitas proporcionando información del Centro.

Las instalaciones contarán con infraestructura propia para realizar todo tipo de tareas: cocina, lavandería peluquería, ejercicios varios.

Diversos salones distribuidos en grandes superficies: sala de juegos, sala de relajación, sala para fumadores, sala de lectura, sala de cine, y salones de comedor con la mejor comida preparada.

Habitaciones individuales o compartidas con baño geriátrico, TV, sistemas de calefacción y servicio de habitaciones. Todas las habitaciones tendrán vistas maravillosas al exterior.

Se contará con una Cafetería donde podrán tomar líquidos tranquilamente mientras charlan con los familiares, y estacionamiento privado.

El centro debe contar con patios y zonas ajardinadas para el disfrute de los residentes y familiares que visiten el centro, constará de un sistema de vigilancia con cámaras que permitan la seguridad de los residentes.

Además deberá contar con transporte para desplazar a los residentes al centro hospitalario y servicio de busetas para los residentes de permanencia por días.

### **3.3 Competencia del personal – personal profesional**

- **Trabajadora Social:** Talleres, juegos de mesa, manualidades, ayuda a comidas, preparación de la misa, orientación al usuario en gestión de documentación.
- **Psicóloga:** Taller de rehabilitación cognitiva, taller de lectura, cuentacuentos, salida al exterior, taller de cine, terapia individualizada, interactiva de rehabilitación cognitiva.
- **Terapeuta Ocupacional:** Fiestas, relajación psicomotricidad y participación en las comidas.
- **Fisioterapeuta:** Gimnasia, masajes, rehabilitación y se encarga de la gimnasia y rehabilitación de los encamados.

- **Enfermera Jefe:** Supervisión de enfermeras, supervisión de auxiliares plan de actuación cuidados paciente, medicación, registro, pedidos enfermería, consultas médicas, controles médicos, supervisión y gestión.
- **Médico:** Consulta diaria y una vez en semana médico del centro de salud que corresponda la residencia.
- **Psiquiatría:** Que realice terapias en los pacientes por lo menos una vez al mes.
- **Auxiliar de enfermería:** Levantar, asear y vestir, organizar la habitación del residente, administración de fármacos, ayuda en la alimentación, prevención de úlceras por presión y cambios posturales.

Por indicación del personal Auxiliar sanitario titulado colaborará en la administración de medicamentos por vía oral y rectal, con exclusión de la vía parenteral podrá aplicar enemas de limpieza. Recogida de datos termométricos y bajo supervisión del personal Auxiliar sanitario titulado, rasurado de los enfermos bajo supervisión, traslados, para su cumplimiento por los celadores, las comunicaciones verbales, documentos, correspondencia y objetos que les sean confiados por su superiores.

En general todas aquellas actividades que sin tener un carácter profesional sanitario, vienen a facilitar las funciones del médico y la enfermera o ayudante técnico sanitario.

### **3.4 Unidad del paciente usuario**

La unidad del paciente está constituida por el espacio de la habitación, el material y el mobiliario que utiliza el paciente durante su estancia.

Elementos de una unidad del paciente:

- Cama hospitalaria y accesorios para la cama: Colchón, almohada, barandilla.
- Ropa del paciente: Pijama, camión, bata, entre otros.
- Mesita individual.
- Silla o Sillón, para la persona enferma o el acompañante.
- Vaso y caja para guardar prótesis, lavamanos, cuñas/botellas, lámparas de luz indirecta, luz de emergencia, timbre de alarma, toma de oxígeno, toma de vacío pie para suero, armario, biombo o cortinillas para asegurar la intimidad del paciente.
- Utensilios para el aseo personal
- Material para las movilizaciones (muletas, andador, silla de ruedas entre otros).
- También se cuenta con las características ambientales (temperatura, humedad, ventilación, iluminación, ruidos, olores.)

### **3.5 Segmentación de Mercado**

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

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

### **3.6 Mercado objetivo**

El mercado objetivo son todos los adultos mayores de 65 años que sientan la necesidad de tener un espacio recreativo junto a personas de su edad el día a día.

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

### **3.7 Análisis de la demanda**

#### **3.7.1 Comportamiento histórico de la Demanda**

La demanda, se define como la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar. Para el presente proyecto se basa en el estudio de mercado en base a las encuestas, en donde se obtuvo la aceptación para la creación de un Centro Geriátrico en la Ciudad de Latacunga.

A medida que vaya aumentando el número de personas mayores, se irán generando necesidades acrecentadas de servicios y bienes relacionados con la salud. Por tanto, el análisis del consumo de este colectivo social plantea nuevas situaciones.

En primer lugar, las demandas que se derivan de la nueva autonomía que las personas mayores van a tener al poder disfrutar durante muchos años, a partir de la edad de la jubilación. La necesidad de llenar de contenido su tiempo libre, la necesidad de ser útiles, la necesidad de relacionarse, la necesidad de transmitir conocimientos y la necesidad de esparcimiento.

Las necesidades que se relacionan con los requerimientos y con las dependencias que causa la vejez. La necesidad de superar la soledad y la disminución de ingresos, la necesidad de solucionar las actividades diarias, la demanda de profesionales de la salud y de infraestructuras que requiere la prevención gerontológica, las necesidades de cuidadores de las personas adultas, las necesidades de equipamiento doméstico o de infraestructuras domiciliarias que faciliten su autonomía personal y la relación con los demás.

#### **3.7.2 Demanda Actual**

De la demanda existente para el servicio que presta un Centro Geriátrico representa 13.168 adultos mayores de 65 a 100 años, ya que una persona encuestada representa el requerimiento de por lo menos un familiar.

**Demanda:** Mercado Objetivo \* Aceptación al proyecto

**Mercado Objetivo:** 13.168

**Aceptación del Proyecto:** 81%

**Mercado Objetivo:** 17.850 \* 0.81

**Demanda:** 10.666,08 personas

### 3.7.3 Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda se parte del supuesto que por lo menos crecerá la necesidad del servicio en relación al crecimiento de la población en la Ciudad de Latacunga, que de acuerdo con el INEC es de 2.5% anual, la demanda tendrá un crecimiento anual para los próximos 10 años, como se aprecia a continuación:

$$(\text{Crecimiento Poblacional})^9 (\text{CP}): = \text{PA} * (1+\text{R})^n$$

Dónde:

**PA=** Población Actual= 13.168

**R=** Tasa de Crecimiento = 2.5%

**n=** Tiempo 10 años

### 3.7.4 Análisis de la Oferta

Una oferta es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte.



### **3.7.5 Factores que afectan la oferta**

Al igual que en la demanda, en la oferta también existen factores que la alteran. Citaremos seis factores importantes: el precio del bien, la disponibilidad de recursos, la tecnología, el precio de las materias primas, la regulación del estado y la competencia, de tal manera que podamos construir una función genérica de oferta de la siguiente forma:

### **3.7.6 El precio del bien**

En general se acepta que la cantidad ofertada de un producto aumenta, conforme el precio aumenta. Los precios más altos son más atractivos para los productores, ya que generan mayores ganancias.

### **3.7.7 La disponibilidad de recursos**

A mayor disponibilidad de recursos, la oferta se incrementará; es decir, si el Centro Geriátrico cuenta con trabajo, recursos naturales y capital en cantidad y calidad suficientes, propiciará el incremento de la oferta. Una disponibilidad limitada de factores productivos provocará un efecto contrario en la oferta.

### **3.7.8 La tecnología**

A medida que la técnica para producir un bien se hace más eficiente, la oferta aumenta.

### **3.7.9 Los precios de las materias primas**

Están referidos a los precios de los diferentes materiales e insumos que intervienen en el proceso productivo. Si estos precios se incrementan, los costos de producción se elevan y el empresario estará dispuesto a producir una menor cantidad.

El caso más representativo lo constituye los combustibles: un incremento en el precio de la gasolina, produce un incremento casi general, en todos los demás insumos, lo que provoca una caída de la producción.

### **3.7.10 La intervención del estado**

A través de la aplicación de impuesto y subsidios, el estado altera la oferta de bienes. Un impuesto indirecto es considerado como un incremento en los costos y en consecuencia, la oferta disminuye. Un subsidio genera un efecto contrario; disminuye los costos de producción e incrementa la oferta.

### **3.7.11 La competencia**

A medida que el número de empresas en una industria aumenta, la oferta de cada una de ellas tiende a disminuir.

Actualmente en la Ciudad de Latacunga existe una casa de asistencia para los ancianos, los mismos que por los motivos en los que se encuentran no logran ser una amenaza en el proyecto de la factibilidad de la creación de un Centro Geriátrico.

### **3.7.12 Comportamiento histórico de la Oferta**

La Dirección Provincial del MIES en Cotopaxi y el Hogar de Ancianos "Instituto ESTUPIÑÁN" de Latacunga concilian un convenio para atender a 65 adultos mayores mediante dos modalidades.

La conciliación consiste en que el MIES entregará 42.750 dólares y el Instituto Estupiñán pondrá 18.421 dólares. Esto suma 61.172 dólares anuales.

Con ese dinero se atenderá a 55 ancianos y personas con discapacidad bajo la modalidad de Casa Hogar, y a 10 adultos mayores bajo la modalidad de Centro Día.

La modalidad Casa Hogar está destinada a brindar atención integral y especializada permanente a quienes no tengan hogar. Ellos recibirán alimentación (desayuno, refrigerio, almuerzo, refrigerio, merienda), asistencia médica, recreación, medicamentos, rehabilitación, vestuario y servicios exequiales.

La modalidad Centro Día brindará atención integral y especializada desde las 08:00 hasta las 16:00, con alimentación (desayuno, almuerzo, merienda), recreación, asistencia médica, rehabilitación y vestuario.

### **3.7.13 Oferta Actual**

Se define como oferta a las distintas cantidades que un productor puede entregar al consumidor en diferentes precios. La denominada Ley de la Oferta señala que, a mayor precio de un producto o servicio, mayor oferta (los productores tendrán un mayor incentivo para ofrecer sus bienes en el mercado).

En la economía de mercado existen dos factores gracias a los cuales esta se mantiene; estos son, la oferta y la demanda. El equilibrio de este mercado es posible gracias a que alguien tiene un bien o servicio que puede ser útil para otro individuo y, a su vez el otro puede ofrecerle algo que le sirve. A través del intercambio parejo.

En el sector de Latacunga Provincia de Cotopaxi, tan solo existe un Centro de Asilo de Ancianos los mismos que no cuentan con la infraestructura adecuada, ni lugares espaciosos para realizar ejercicios, ni la atención necesaria por lo que al no existir una competencia fuerte en el mercado existe una mayor expectativa de demanda en el mercado objetivo.

## Tercera Edad / Residencia

<b>Nombre</b>	Hogar de Ancianos Instituto Estupiñan, Latacunga
<b>Descripción</b>	Centro Residencial para personas de la tercera edad
<b>Dirección</b>	Juan Abel Echeverría
<b>Localidad</b>	Latacunga
<b>Provincia</b>	Cotopaxi
<b>País</b>	Ecuador
<b>Teléfono</b>	800403

**Tabla 3. 1:** Proyección De La Demanda

REF	AÑO	POBLACIÓN
0	2013	65
1	2014	65
2	2015	65
3	2016	65
4	2017	65
5	2018	65

Elaborado por: Luis F. Díaz.

**3.7.14 Determinación de la Demanda Insatisfecha para servicios sustitutivos**

La demanda potencial insatisfecha, constituye los potenciales clientes de centros sustitutivos tales como gimnasios, federación deportiva de Cotopaxi, centro de salud, áreas deportivas comunitarias.

**Tabla 3. 2:** Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL
2010	13.168,00	65	13.233,00
2011	13.497,20	65	13.562,20
2012	13.828,63	65	13.894,00
2013	14.174,35	65	14.239,35

Continua

2014	14.528,71	65	14.594,00
2015	14.891,93	65	14.956,93
2016	15.264,23	65	15.329,00
2017	15.645,84	65	15.710,84
2018	16.036,99	65	16.102,00

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Luis F. Díaz.

La demanda potencial insatisfecha para el año 2013 es de 13.168 persona adultas de la tercera edad de mantenerse esa tendencia para el año 2018 es de 16.102,00 personas ancianas, lo que significa que existe un gran mercado para la creación un Centro Geriátrico para la Ciudad de Latacunga de la Provincia de Cotopaxi.

### 3.15 Investigación de mercado

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

**Tabla 3. 3:** Segmento Geográfico

<b>VARIABLES GEOGRÁFICAS</b>	<b>INTERVALOS</b>
Región	Sierra-Cotopaxi-Latacunga
Tamaño Población	82.301
Densidad	Urbano
Sector	La Matriz

Fuente: INEC2010

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 3. 4:** Segmento demográfico

<b>VARIABLES DEMOGRÁFICAS</b>	<b>INTERVALOS</b>
Edad	35 a 65 en adelante
Sexo	Masculino y Femenino
Tamaño Familiar	Que cuenten con padres o familiares de la tercera edad
Estado Civil	Indistinto
Religión	Católicos, Testigos de Jehová, Mormones, Evangélicos
Nacionalidad	Ecuatoriana

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 3. 5:** Variables Socioeconómicas

<b>VARIABLES SOCIOECONÓMICAS</b>	<b>INTERVALOS</b>
Ingresos	\$500,00 en adelante
Clase Social	Media, Alta
Profesión	Indiferente
Nivel de Estudios	Indiferente

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

**Tabla 3. 6:** Variables Específicas

<b>VARIABLES ESPECIFICAS</b>	<b>INTERVALOS</b>
Tipo de Usuario	Particulares
Intensidad de Uso	Usuario por primera vez, usuario regular
Volumen de Servicio	Bajo – Medio
Motivación de Servicio	Salud, no disponer de cuidados especializados para tercera edad; soledad
Beneficio Esperado	Exclusividad, precio, salud, atención
Frecuencia de Servicio	Ocasional o frecuente

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

El segmento de mercado por edad, comprende hombres y mujeres que viven en la Ciudad de Latacunga, sector urbano, cuyas edades están comprendidas entre 35 y 65 años de edad, por lo que se requiere de una muestra de 380 personas para encuestar. Las unidades de 0 muestra del estudio fueron seleccionados bajo grupos de edad tomados del Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC, ordenados de mayor a menor y clasificados en un total de 7 unidades de muestras.

### **3.16 Diseño del Cuestionario**

Realizaremos las encuestas, por medio de un muestreo aleatorio simple donde cada dato tendrá la misma posibilidad de ser encuestado. Al momento de analizar la muestra tendremos en cuenta ciudadelas pertenecientes a

sectores residenciales, las cuales están incluidas en un nivel económico medio alto y alto con respecto a sus ingresos.

### **3.16.1 Encuestas**

La de los adultos mayores.- Poder hacer un estudio de mercado sobre las actividades que estos realizan actualmente, si el proyecto tendría o no acogida, que actividades les gustaría realizar y que horarios son más cómodos para ellos.

La de los familiares.- Poder ver que tan buena acogida tiene este proyecto en los familiares, conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio, y que preferencias de localización tienen respecto al centro.

De acuerdo con datos consultados en el INEC para el año 2013 existe una población de 170.489 habitantes entre hombres y mujeres.

### **3.16.2 Encuesta aplicada a la población económicamente activa de Latacunga**

#### **Datos demográficos:**

**Edad:** 25 a 45 años

**Género:** Masculino y Femenino

**Sector:** Latacunga

### **3.16.3 Metodología**

La investigación se desarrolla bajo un estudio de mercado, en el que se levantó, recolectó y analizó la información de datos demográficos de percepción entre otros.

En referencia la información estadística se procedió a realizar un análisis descriptivo de variables primarias para explorar la información en función de



estas. A continuación se estructuran Tabla 3.s estadísticas, gráficas e interpretaciones.

#### **3.16.4 Ficha Técnica**

Técnica: Encuesta

Cobertura: Zona urbana de la ciudad de Latacunga

Fecha de ejecución:

Perfil de entrevistados: 25 – 45 años

Muestras: 385 encuestas

#### **3.16.5 Encuesta aplicada al adulto mayor de Latacunga**

Una vez realizada una encuesta a 120 persona utilizando selección de clientes atendidos por el seguro social y hospital durante una semana en manera aleatoria.

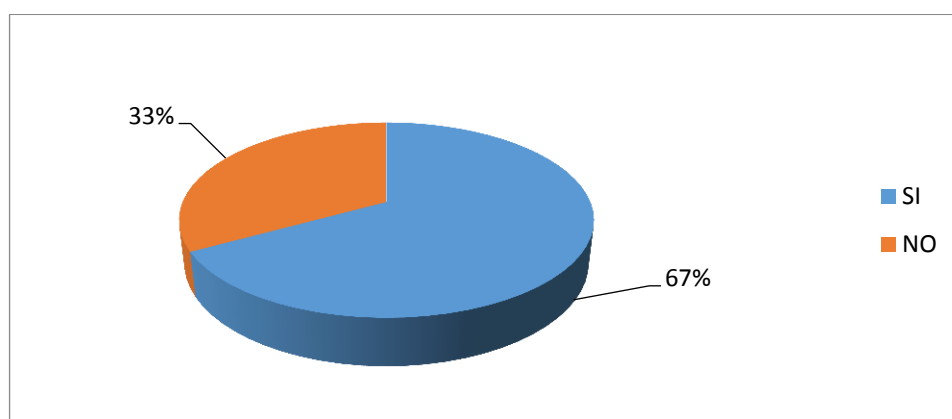
### 3.16.6 Datos demográficos

**Tabla 3. 7:** Asistencia médica actualmente.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	80	67%
NO	40	33%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis F. Díaz



**Gráfico 3. 1:** Asistencia médica actualmente

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

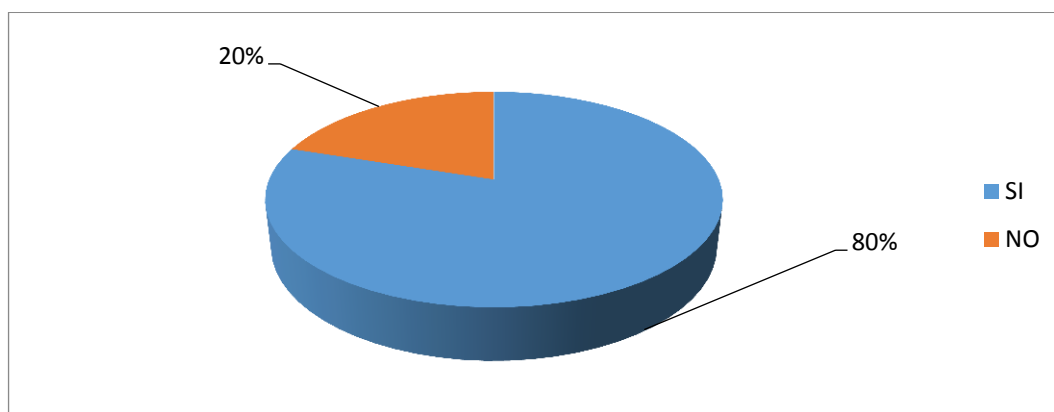
El 67% de los encuestados manifiestan que si requieren de asistencia médica, el 33% señala que no requiere.

**Tabla 3. 8:** Cuidados especiales

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
SI	95	80%
NO	25	20%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 2:** Cuidados especiales

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

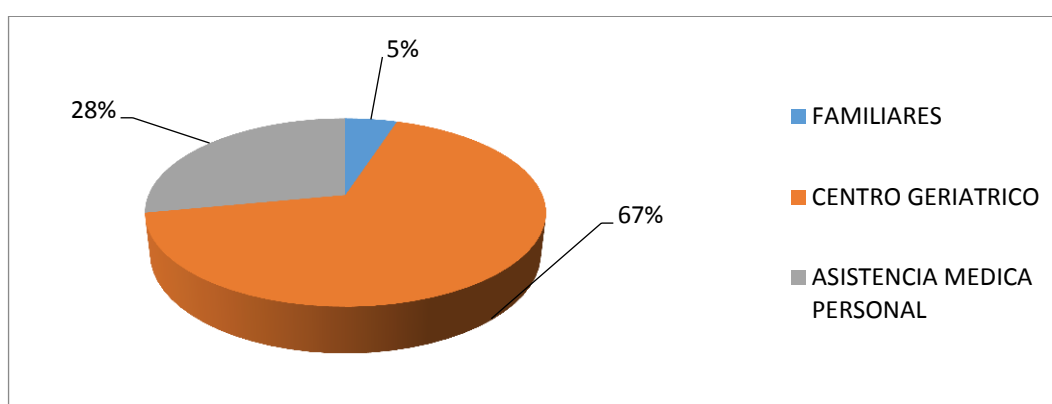
El 80% de los encuestados manifiestan que si requiere de cuidados especiales, el 20% señala que no requiere.

**Tabla 3. 9:** Asistencia y cuidados especiales la mejor opción.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
CENTRO GERIATRICO	80	67%
FAMILIARES	30	28%
ASISTENCIA MEDICA PERSONAL	10	28%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 3:** Asistencia y cuidados especiales la mejor opción

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

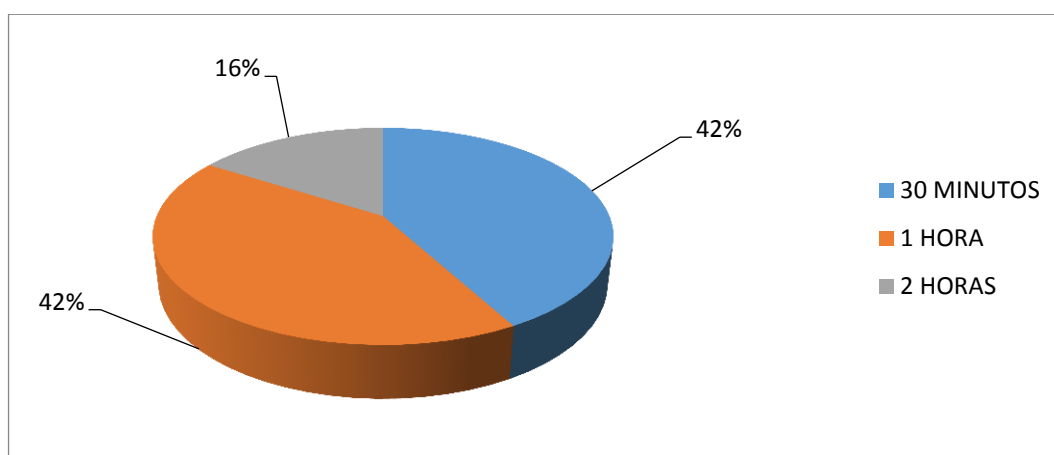
El 67% de los encuestados manifiestan que un centro geriátrico es la mejor opción para asistencia y cuidados especiales, el 28% señala que centro familiares y el 5% de la unidad de estudio asistencia médica personal.

**Tabla 3. 10:** Horas de ejercicio o actividad física semanalmente

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
30 MINUTOS	50	42%
1 HORA	50	42%
2 HORAS	20	16%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 4:** Horas de ejercicio o actividad física semanalmente

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

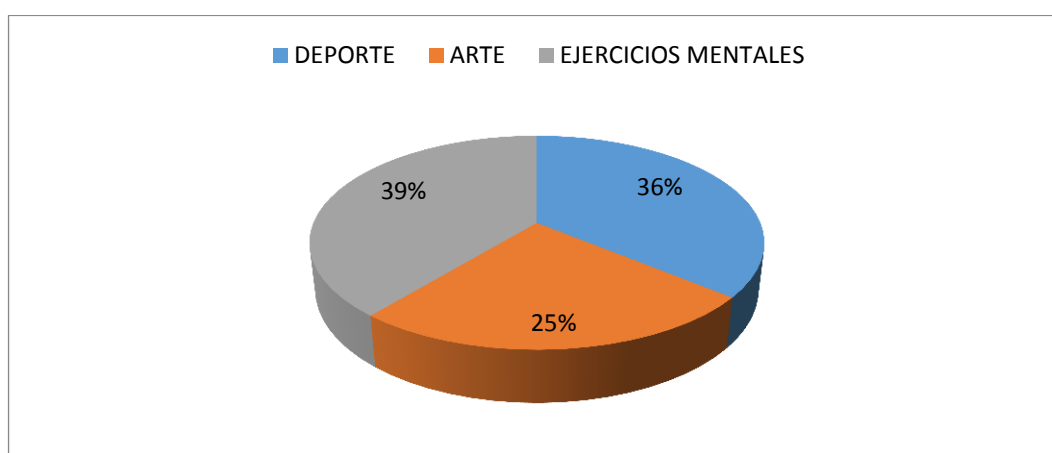
El 42% de los encuestados manifiestan que 30 minutos realizan actividad física o ejercicio a la semana, el 42% señala que 1 hora realiza ejercicios y el 16% de la unidad de estudio 2 horas.

**Tabla 3. 11:** Actividades realizadas con frecuencia.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
EJERCICIOS MENTALES	47	39%
DEPORTE	43	36%
ARTE	30	25%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 5:** Actividades realizadas con frecuencia

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

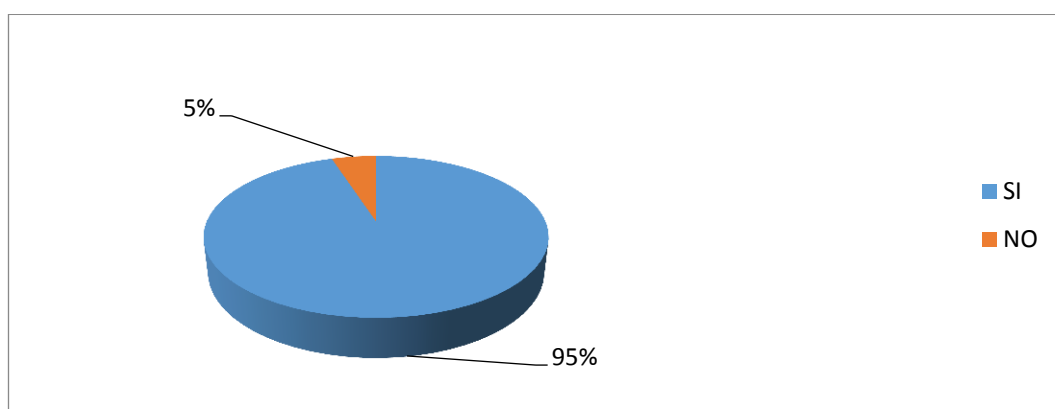
El 39% de los encuestados manifiestan que Ejercicios mentales son las actividades realizadas con frecuencia, el 36% señala que el deporte y el 25% de la unidad de estudio arte (pintura, teatro y cine).

**Tabla 3. 12:** Creación de un centro de atención al adulto mayor

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	115	95%
NO	5	5%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 6:** Creación de un centro de atención al adulto mayor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

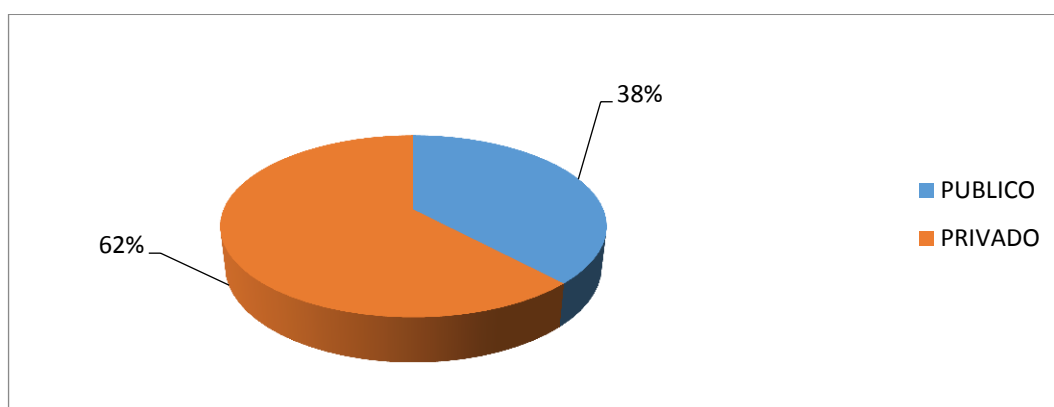
El 95% de los encuestados manifiestan que si estaría de acuerdo que se cree un centro de atención al adulto mayor (Geriátrico), el 5% señala que no.

**Tabla 3. 13:** Debe ser un Centro Geriátrico.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
PUBLICO	45	38%
PRIVADO	75	62%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis Fernando Díaz Acuña

**Gráfico 3. 7:** Debe ser un Centro Geriátrico

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

El 62% de los encuestados manifiestan que el Centro Geriátrico debería ser privado y el 38% señala que debería ser público.

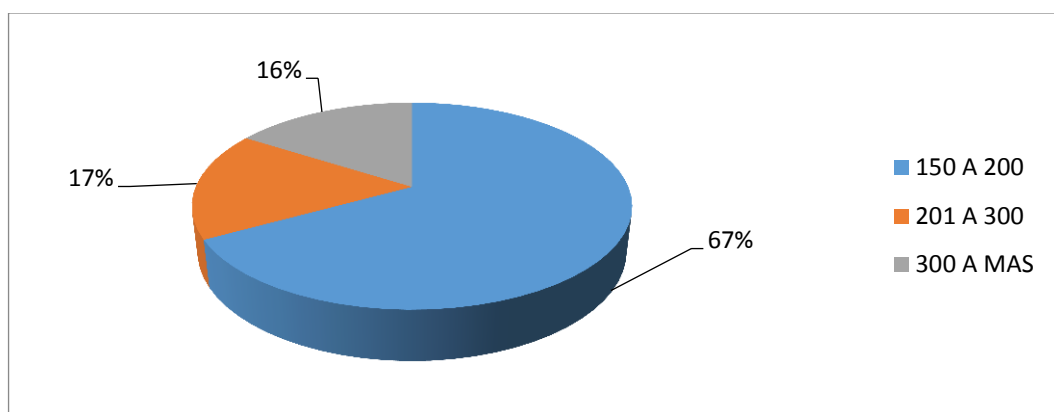


**Tabla 3. 14:** Disponibilidad de pago por servicio.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
150 A 200	80	67%
201 A 300	20	17%
300 A MAS	20	16%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 8:** Disponibilidad de pago por servicio

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

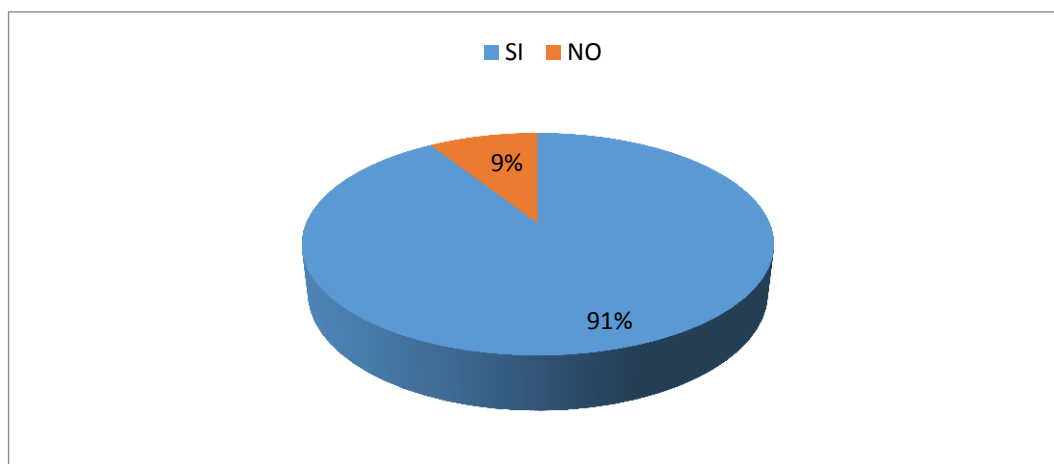
El 67% de los encuestados manifiestan que de 150 a 200 USD es el valor que estaría dispuesto a pagar mensualmente por un buen servicio; el 17% señala que 201 a 300 USD y el 16% de la unidad de estudio 300 USD a más.

**Tabla 3. 15:** Ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	110	91%
NO	10	9%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz



**Gráfico 3. 9:** Ubicación del Centro Geriátrico

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

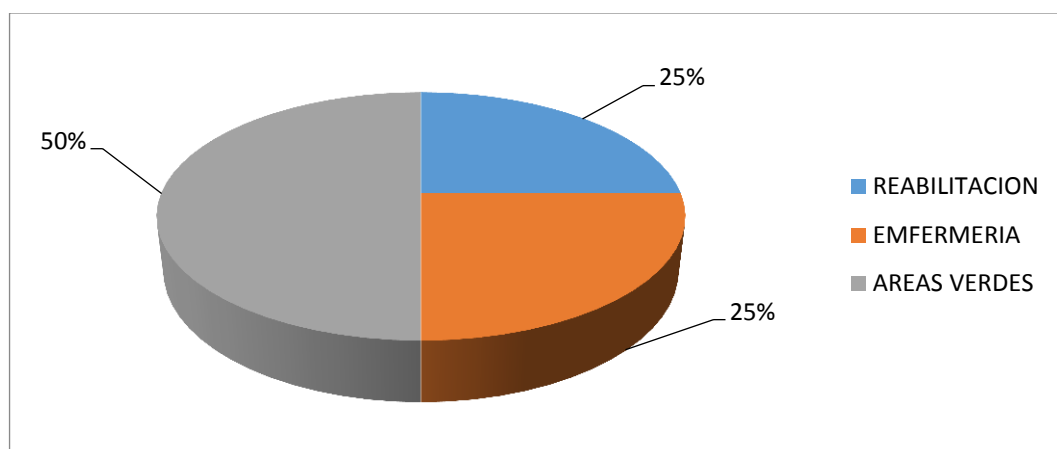
El 91% de los encuestados manifiestan que si en Belisario es un buen lugar para ubicar el Centro Geriatrico, el 9% señala que no es un buen lugar.

**Tabla 3. 16:** Tipo de servicio a ofrecer en el Centro Geriátrico.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
AREAS VERDES	60	50%
EMFERMERIA	30	25%
REHABILITACION	30	25%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 3. 10:** Tipo de servicio a ofrecer en el Centro Geriátrico

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

El 50% de los encuestados manifiestan que áreas verdes es el servicio que le gustaría que ofrezca, el 25% señala que enfermería y el 25% de la unidad de estudio rehabilitación.

### 3.17 Verificación de Hipótesis

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las personas de la tercera edad se toma en cuenta lo siguiente, para así proceder a realizar la verificación de la hipótesis.

¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIATRICO)?

¿Ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga?

Las dos preguntas se relacionan porque tienen la finalidad investigar sobre la incidencia de los hábitos de uso y consumo de los adultos mayores para la creación de un Centro Geriátrico en la Ciudad de Latacunga, el método que se utilizó para la comprobación de la hipótesis es la técnica chi cuadrado.

Se establece las preguntas como variable dependiente e independiente:

**X:** ¿Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO)?

**Y:** ¿Ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga?

### 3.18 Formulación de la hipótesis nula y alternativa

**H<sub>0</sub>:** No es indispensable aplicar una propuesta encaminada a la creación de un Centro Geriátrico en la Ciudad de Latacunga.

**H<sub>1</sub>:** Es indispensable aplicar una propuesta encaminada a la creación de un Centro Geriátrico en la Ciudad de Latacunga.

**Tabla 3. 17:** Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIATRICO). Ubicación del centro geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga.	120	100,0%	0	,0%	120	100,0%

**Tabla 3. 18:** Tabla 3. De contingencia

<b>Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO). * Ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga</b>					
			Ubicación del centro geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga		Total
			SI	NO	
Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO).	SI	Recuento	109	6	115
		% dentro de estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO).	94,8%	5,2%	100,0%
	% dentro de ubicación del centro geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga	100,0%	54,5%	95,8%	
	NO	Recuento	0	5	5

CONTINUA

	% dentro de estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO).	,0%	100,0%	100,0%
	% dentro de ubicación del Centro Geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga	,0%	45,5%	4,2%
Total	Recuento	109	11	120
	% dentro de Estaría de acuerdo en la creación de un centro de atención al adulto mayor (GERIÁTRICO).	90,8%	9,2%	100,0%

	% dentro de Ubicación del centro geriátrico en la Parroquia Belisario Quevedo del Cantón Latacunga	100,0%	100,0%	100,0%
--	--	--------	--------	--------

**Tabla 3. 19:** Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl.	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	51,700 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección por continuidad	40,943	1	,000		
Razón de verosimilitudes	26,411	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
N de casos válidos	120				

Por consiguiente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa:

Es indispensable aplicar la propuesta encaminada a la creación de un Centro Geriátrico en la ciudad de Latacunga.



### 3.19 Comprobación de la hipótesis

La situación del adulto mayor en la ciudad de Latacunga, es preocupante, ya que no existen centros dedicados a este sector, actualmente en la Ciudad se cuenta con un Asilo de Ancianos, el mismo que es subsidiado por el Gobierno y cuyos apoyos económicos no cubren las necesidades que se requieren para satisfacer las necesidades del adulto mayor ya que en su mayoría este centro se dedica a la captación de las personas para que tengan un lugar donde vivir, mas no es un lugar de recreación, este es el caso de los diferentes asilos que existen en nuestra provincia.

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

Con esta necesidad de los adultos mayores, por tener un lugar donde poder tener una actividad acorde a su edad, nace la idea de crear un Centro Geriátrico. En la Ciudad de Latacunga, no tenemos ningún centro privado de estas características que permitan al adulto mayor gozar de un momento de recreación y esparcimiento con personas de edades contemporáneas.

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

Nuestra ubicación es estratégica ya que nos permite dar la temática de casa de campo, estando a pocos minutos de la ciudad. Nuestro mercado objetivo son todos los adultos mayores que sientan la necesidad de tener un espacio que mejoren la calidad de vida junto a personas de su edad el día a día.

También nuestro enfoque es a la personas entre 30-50 años (familiares) de los adultos mayores, que sientan que no pueden dedicarle el tiempo

debido a los adultos mayores y se ven en la necesidad de recurrir a este centro de recreación para que ellos tengan una mejor calidad de vida.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Tamaño del proyecto**

El Centro Geriátrico como proyecto, busca promover la atención integral de las personas adultas mayores, que por descuidos familiares o falta de tiempo de los mismos carecen de atención. Esta es una muy buena alternativa por que el adulto mayor pasa ocupado durante el día y en la noche cuando se reintegra a la vida familiar tiene hechos o anécdotas que compartir con sus familiares.

La percepción sobre el adulto mayor en la ciudad de Latacunga es preocupante, ya que son contados los espacios o centros dedicados a este sector, que en su mayoría solo se dedican a la captación de las personas para que tengan un lugar donde vivir, mas no son lugares de recreación, este es el caso de los diferentes asilos que existen en nuestra ciudad. También porque este grupo de población permanece excluido socialmente en sus hogares, sin que sean tomados en cuenta, en vista de otras prioridades establecidas por la sociedad.

#### **4.2 Factores Determinantes del Tamaño**

Este trabajo entre los factores determinantes, evalúa el grado de satisfacción laboral de enfermeros/as y auxiliares de enfermería dedicados a la atención de personas mayores. Asimismo, explora el impacto de variables demográficas. El tamaño como tal depende en gran medida de la cantidad proporcional de clientes y el tiempo que permanecerán en este centro.

##### **4.2.1 Mercado**

Por lo general la tercera edad corresponde al cese de la actividad profesional y/o al decremento de las actividades propias del hogar, el

aumento del tiempo libre, el decremento paulatino de la autonomía física y/o mental y el descuido de parte de los familiares que los ven como personas improproductivas y con limitaciones. Con ello surge la necesidad de crear un espacio donde estos individuos puedan sentirse otra vez parte de una sociedad que los acepte como son, y les permitan envejecer adecuadamente disfrutando de todas las posibilidades que existen en su entorno, de esta manera aceptando sus limitaciones, falta de fuerzas y la necesidad de recibir algún tipo de ayuda, pero no renunciando a mantener determinados niveles de dependencia y autodeterminación. De acuerdo al Instituto Nacional Ecuatoriano de Censos, estamos hablando de 31.038 habitantes entre 60 y 95 años, lo que podríamos determinar en el estudio como la demanda insatisfecha.

**Tabla 4. 1:** Población Actual 65 Años A 100 Años

<b>Grupos de edad</b>	<b>Habitantes</b>
De 65 a 69 años	4.352
De 70 a 74 años	3.218
De 75 a 79 años	2.487
De 80 a 84 años	1.760
De 85 a 89 años	928
De 90 a 94 años	315
De 95 a 99 años	90
De 100 años y más	18
<b>TOTAL</b>	<b>13.168</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

**Tabla 4. 2:** Población Total (Latacunga)

MUJERES:	6.386	48,5%
HOMBRES:	6.782	51,5%
TOTAL:	13.168	100%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

### 4.3 ANÁLISIS DE MERCADO

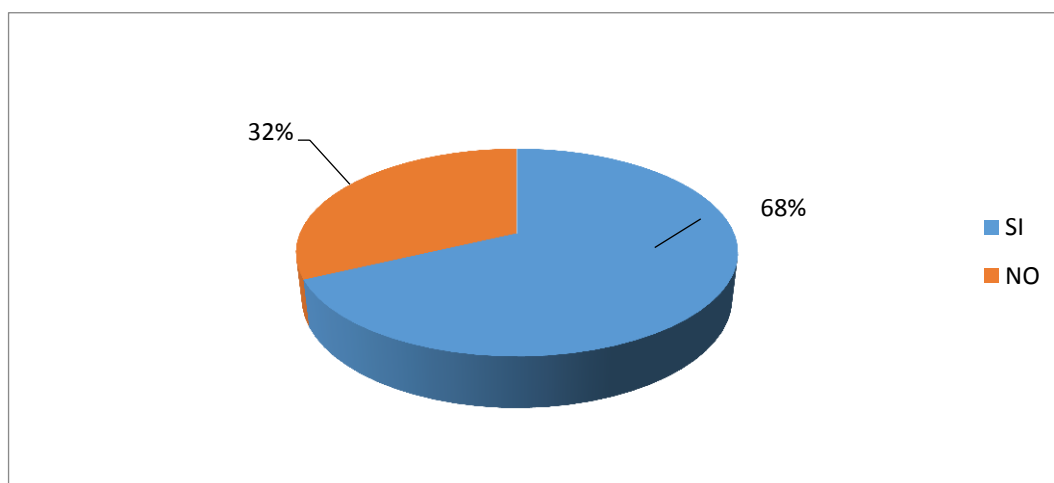
#### 4.3.1 ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LATACUNGA

**Tabla 4. 3:** Responsabilidad del cuidado del hogar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	258	68%
NO	127	32%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz



**Gráfico 4. 1:** Responsabilidad del cuidado del hogar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

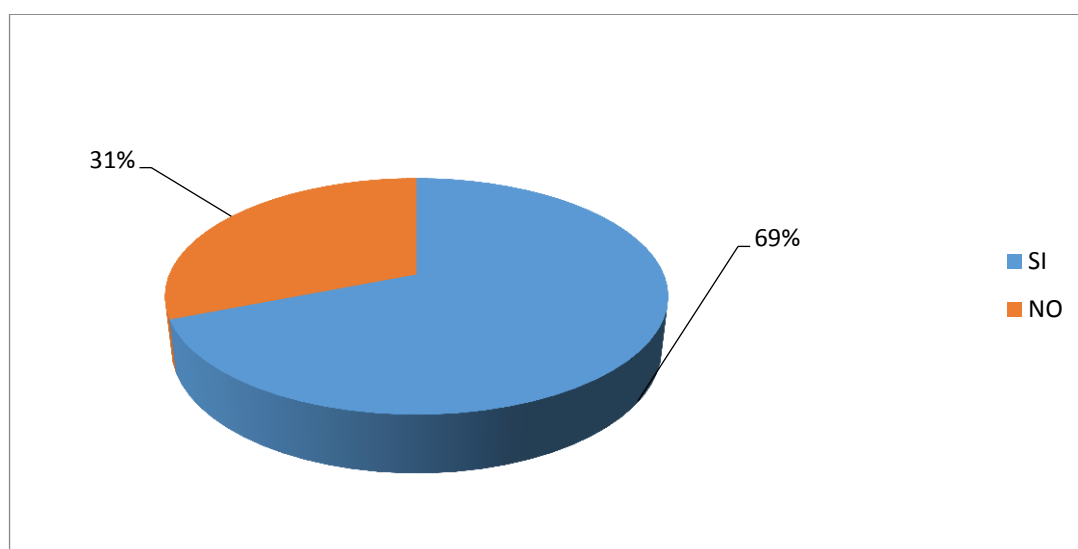
El 68% de los encuestados manifiestan que si está a cargo del cuidado del hogar, en tanto 32% no está a cargo del cuidado del hogar.

**Tabla 4. 4:** Dependen económicamente de algún familiar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	269	69%
NO	116	31%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 2:** Dependen económicamente de algún familiar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

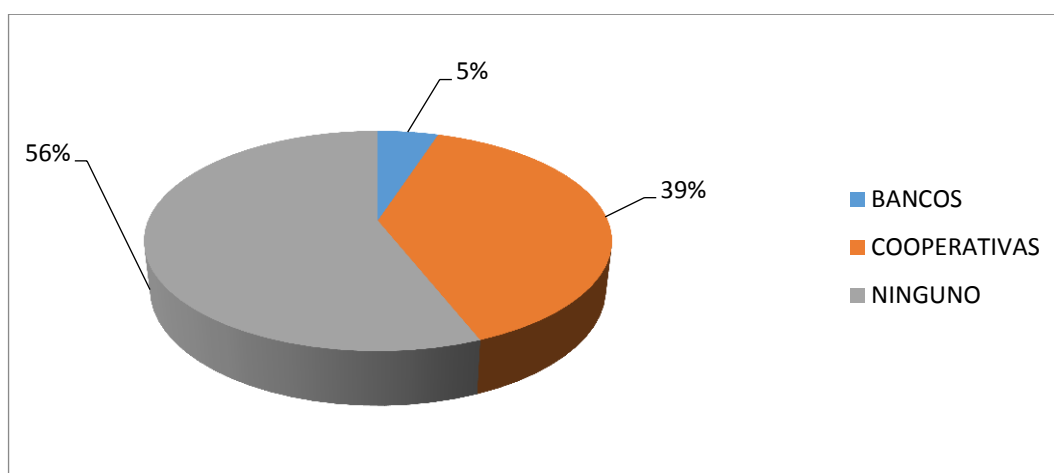
El 69% de los encuestados manifiestan que si dependen económicamente algún familiar, el 31% señala que no depende económicamente de un familiar.

**Tabla 4. 5:** Entidades financieras para ahorrar o inversión

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
NINGUNO	155	56%
COOPERATIVAS	150	39%
BANCOS	80	5%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 3:** Entidades financieras para ahorrar o inversión

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

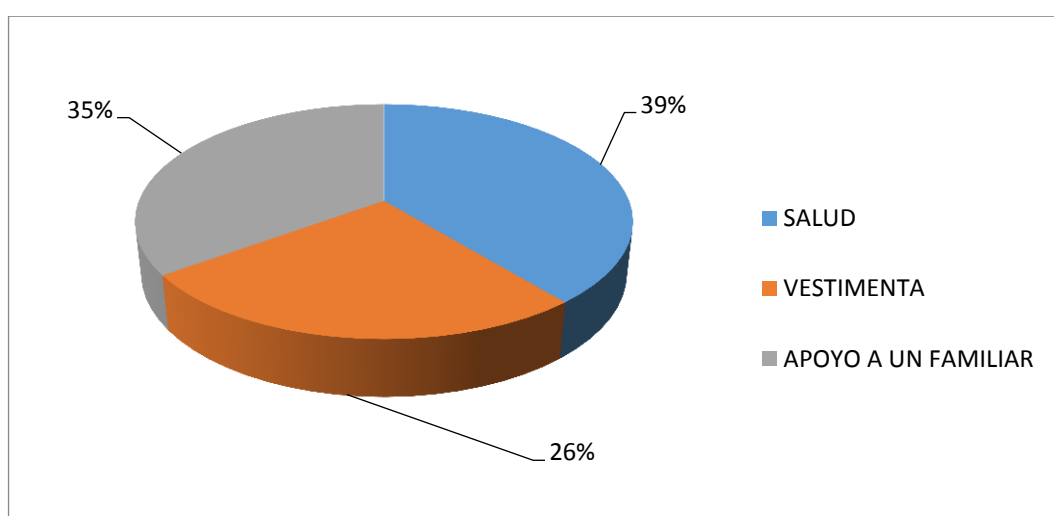
El 56% de los encuestados manifiestan que ninguna entidad financiera para ahorrar o inversión, el 39% señala que cooperativas es la entidad financiera y el 5% de la unidad de estudio bancos.

**Tabla 4. 6:** Destino sus ingresos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SALUD	150	39%
APOYO A UN FAMILIAR	135	35%
VESTIMENTA	100	26%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 4:** Destino sus ingresos

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Fernando Díaz Acuña

El 39% de los encuestados manifiestan que destina sus ingresos salud, el 35% señala que destina para apoyo a un familiar y el 26% de la unidad de estudio destina para vestimenta.

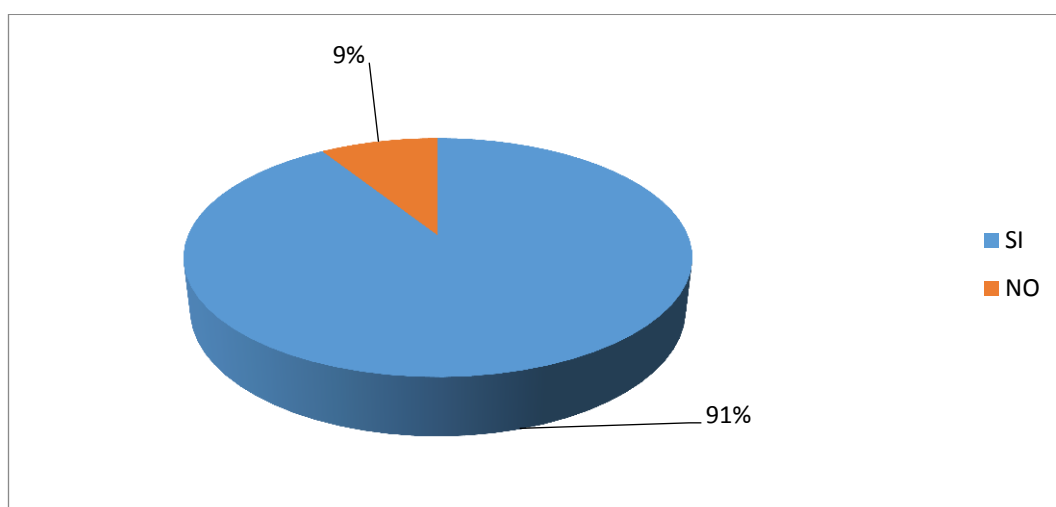


**Tabla 4. 7:** Visualización al menos una hora de TV a la semana

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	348	91%
NO	37	9%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 5:** Visualización al menos una hora de TV a la semana

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

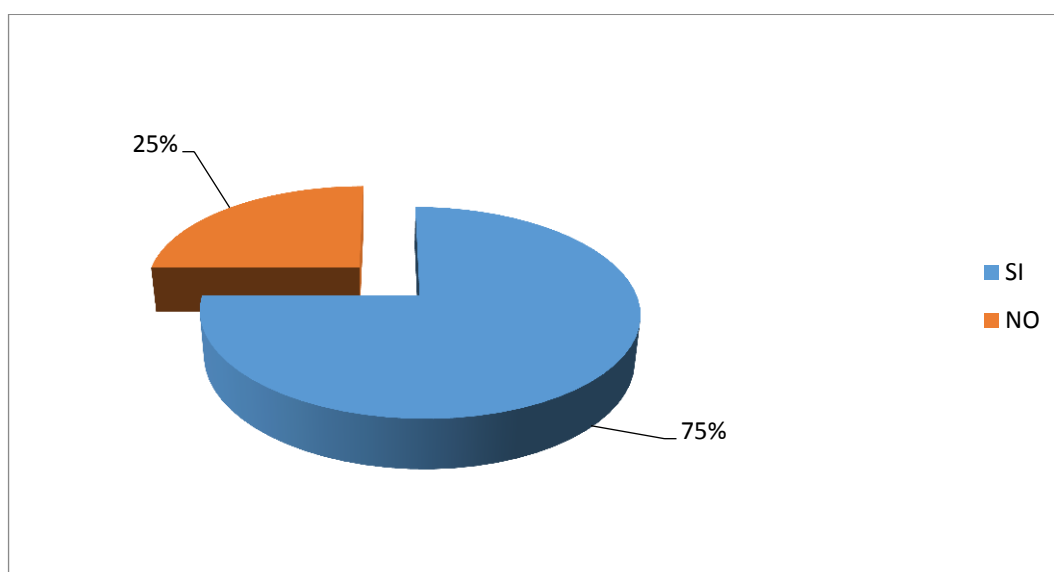
El 91% de los encuestados manifiestan que si visualizan televisión al menos una hora a la semana, el 9% señala que no visualiza televisión.

**Tabla 4. 8:** Disponibilidad de TV por cable en el hogar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	285	75%
NO	100	25%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 6:** Disponibilidad de TV por cable en el hogar

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

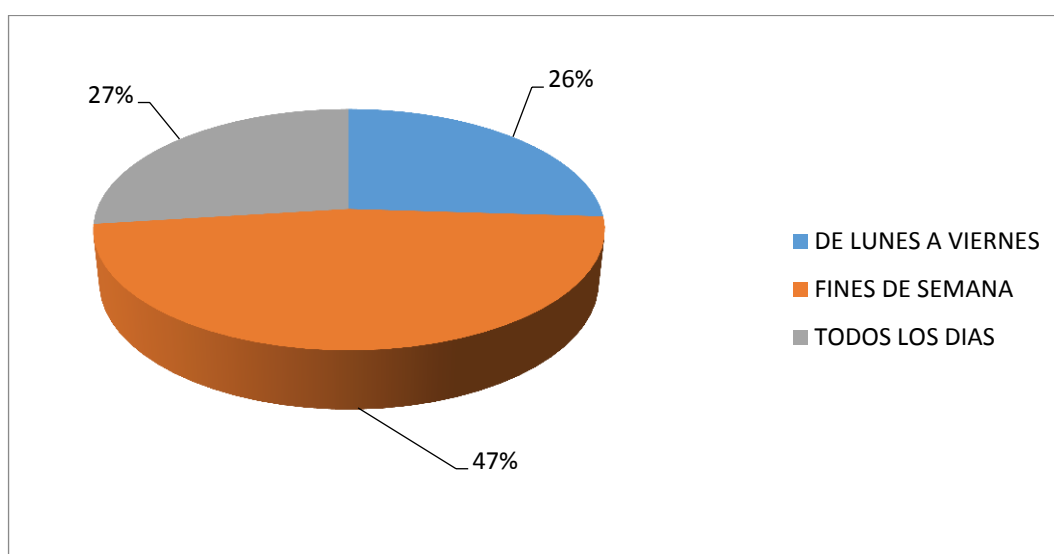
El 75% de los encuestados manifiestan que si tiene disponibilidad de tv por cable en su hogar, el 25% señala que no tiene disponibilidad.

**Tabla 4. 9:** Días de la semana.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
FINES DE SEMANA	180	47%
TODOS LOS DIAS	105	27%
DE LUNES A VIERNES	100	26%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 7:** Días de la semana

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

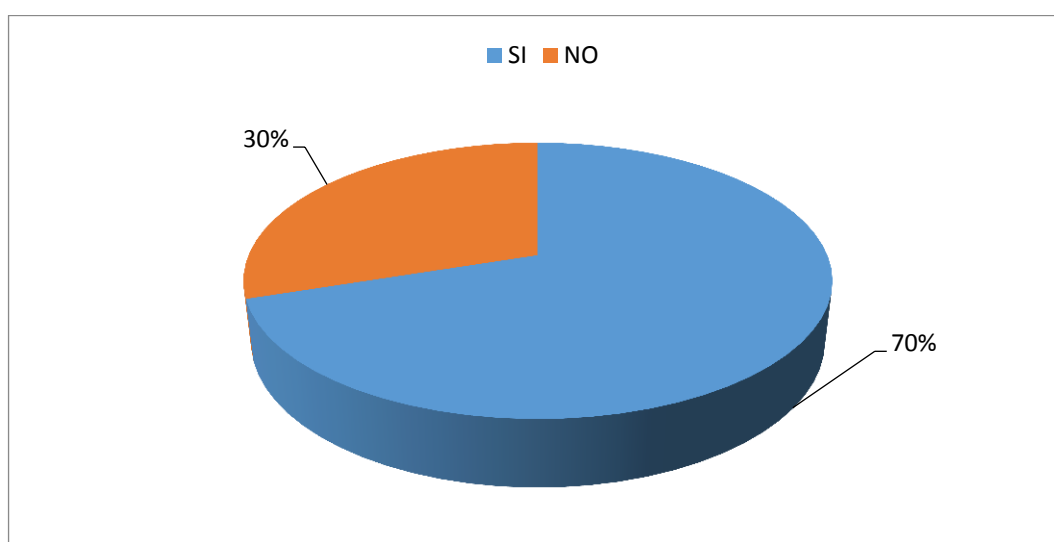
El 47% de los encuestados manifiestan que los fines de semana ven más televisión, el 27% señala que todos los días y el 26% de la unidad de estudio de lunes a viernes.

**Tabla 4. 10:** Dedicación de escuchar radio a la semana

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	268	70%
NO	117	30%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Fernando Díaz Acuña

**Gráfico 4. 8:** Dedicación de escuchar radio a la semana

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Fernando Díaz Acuña

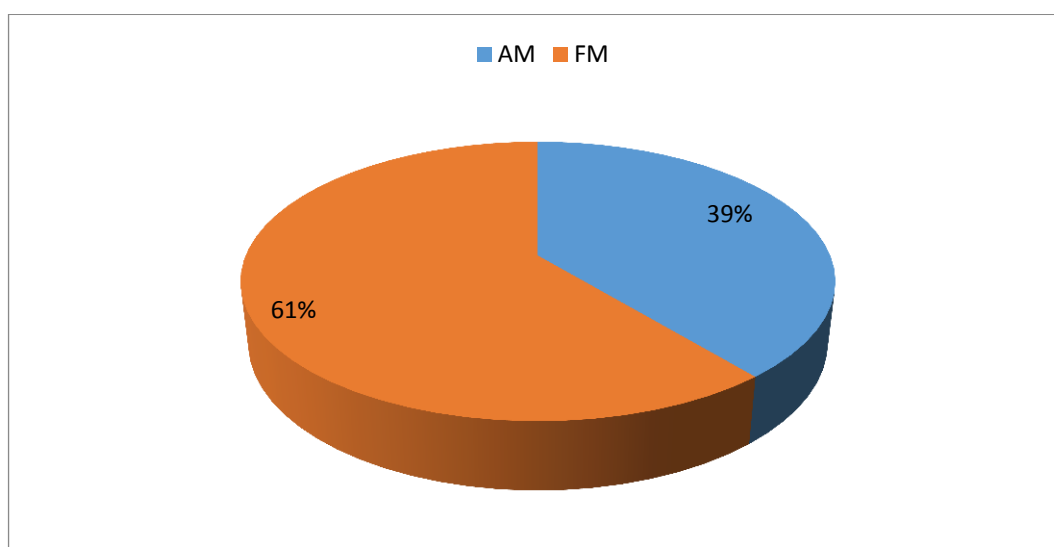
El 70% de los encuestados manifiestan que si dedica tiempo para escuchar la radio a la semana, el 30% señala que no.

**Tabla 4. 11:** Preferencia de frecuencia de radio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
FM	235	61%
AM	150	39%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 9:** Preferencia de frecuencia de radio

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

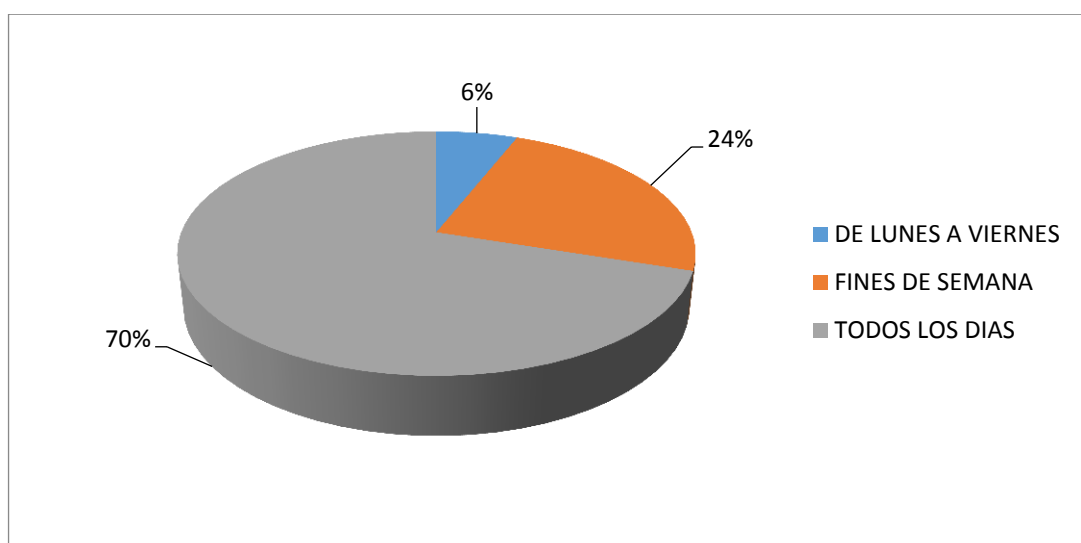
El 61% de los encuestados manifiestan que la frecuencia de radio preferida es FM, el 39% señala que AM es la preferida.

**Tabla 4. 12:** Preferencia de días para escuchar radio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
TODOS LOS DIAS	276	70%
FINES DE SEMANA	89	24%
DE LUNES A VIERNES	20	6%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 9:** Preferencia de días para escuchar radio

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

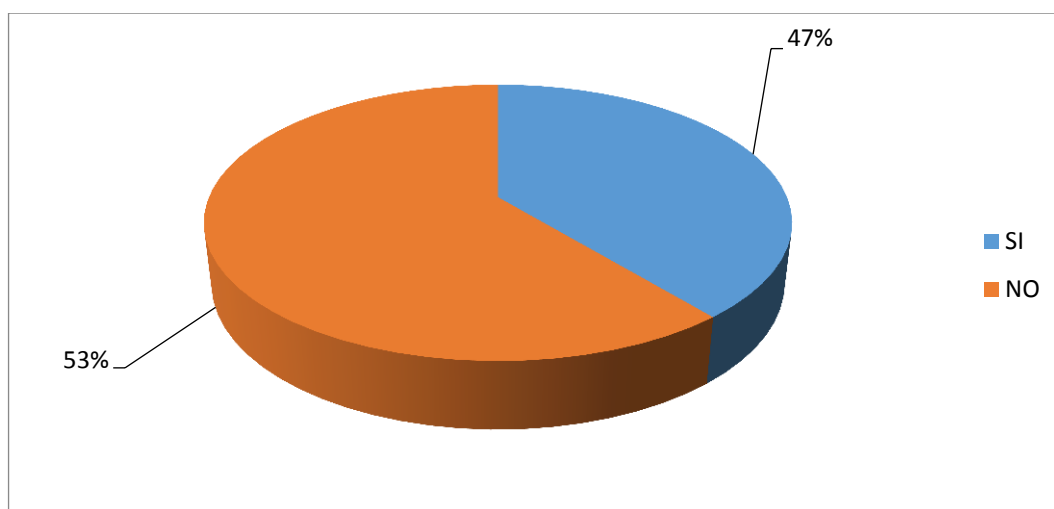
El 70% de los encuestados manifiestan que todos los días es la preferencia que tiene para escuchar la radio, el 24% señala que fines de semana y el 6% de la unidad de estudio de lunes a viernes.

**Tabla 4. 13:** Hábito de lectura de periódico a la semana

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	180	47%
NO	205	53%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 10:** Hábito de lectura de periódico a la semana

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Fernando Díaz Acuña

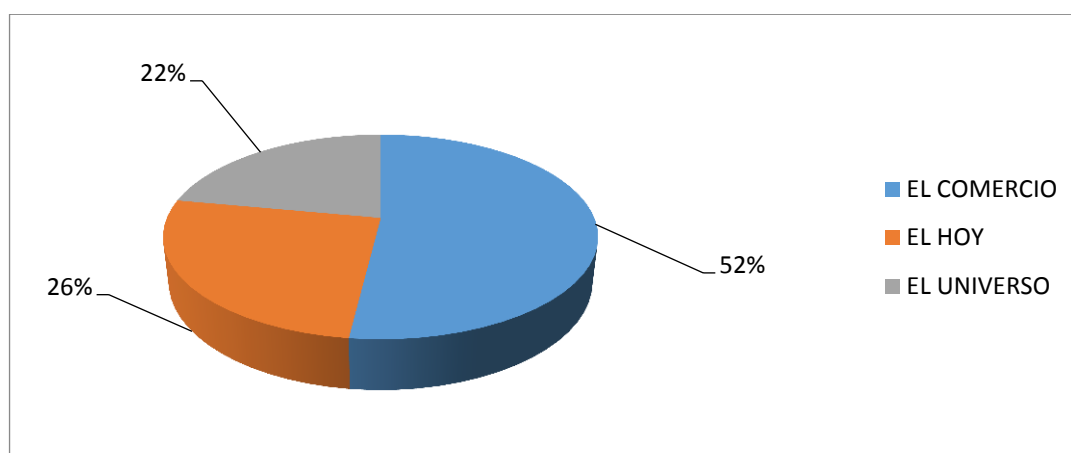
El 47% de los encuestados manifiestan que si tiene el hábito de leer periódico a la semana, el 53% señala que no tiene el hábito de leer.

**Tabla 4. 14:** Horario que lee con más frecuencia el periódico

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
EN LA MAÑANA	300	78%
A MEDIO DIA	40	10%
EN LA TARDE	45	12%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 11:** Horario que lee con más frecuencia el periódico

Fuente: Población Economicamente activa de Latacunga

Elaborado por: Luis F. Díaz

El 78% de los encuestados manifiestan que en la mañana es el horario que mas lee con más frecuencia, el 12% señala que en la tarde lee más y el 10% de la unidad de estudio a medio día.

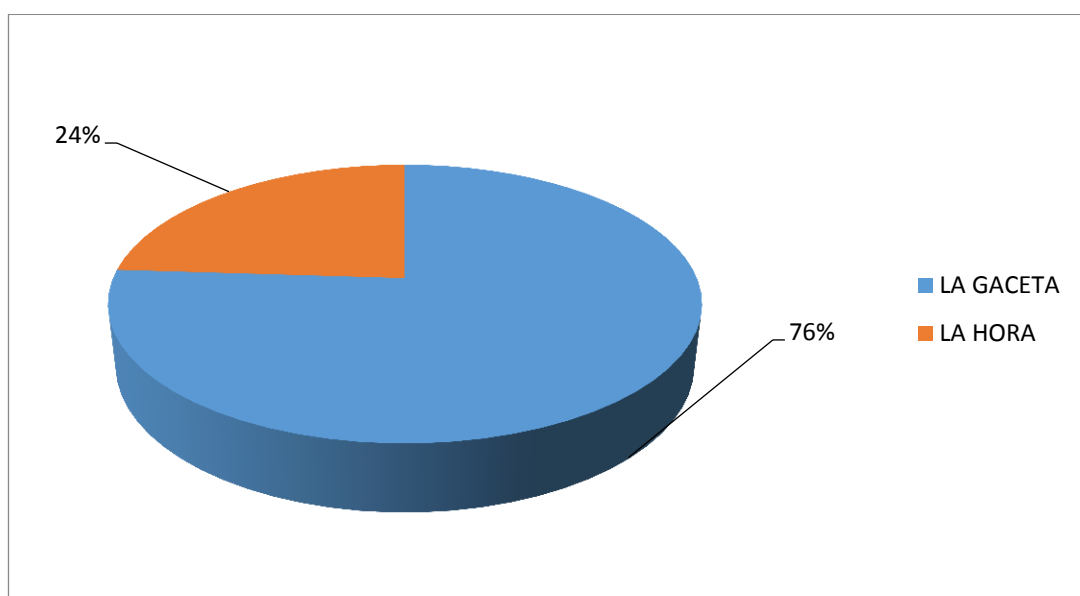


**Tabla 4. 15:** Preferencia del periódico local

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
LA GACETA	295	76%
LA HORA	90	24%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 12:** Preferencia del periódico local

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

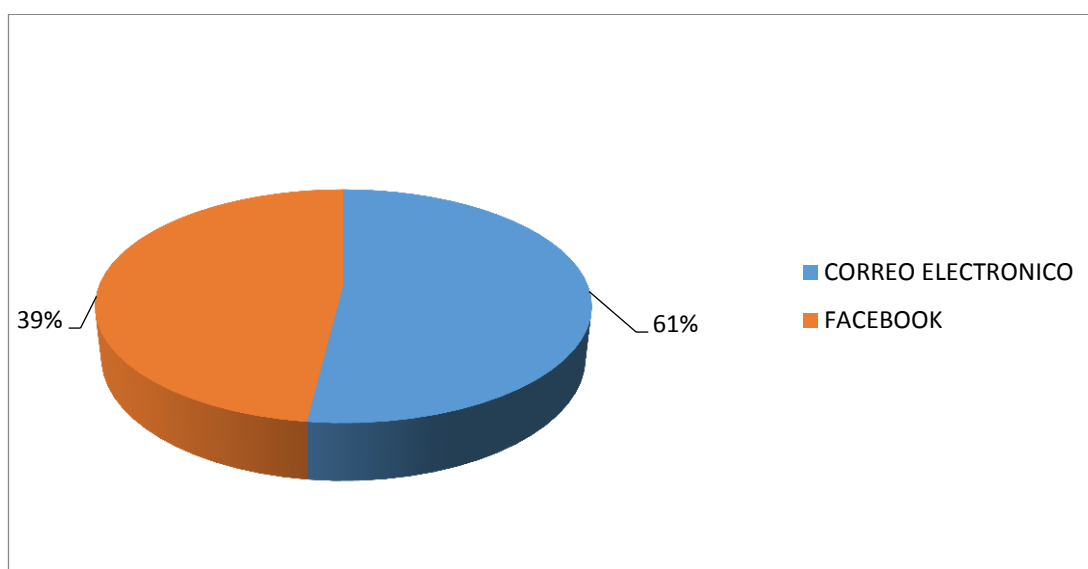
El 76% de los encuestados manifiestan que la Gaceta es periódico más preferido local, el 24% señala que la Hora es el más preferido.

**Tabla 4. 16:** Uso de Internet

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
HOMBRES	235	61%
MUJERES	150	39%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 13:** Uso de Internet

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

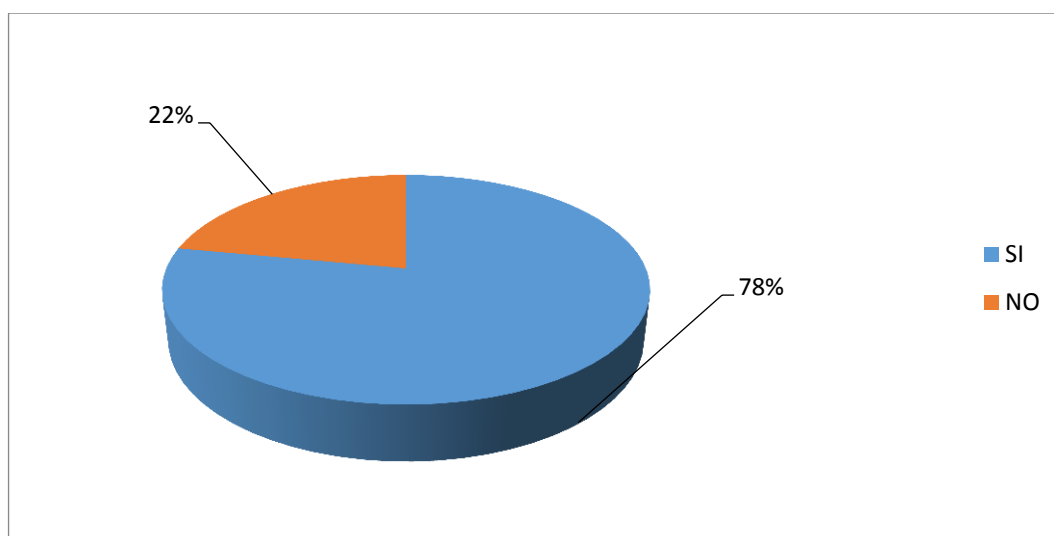
El 61% de los encuestados manifiestan que hombres utilizan el internet, el 39% señala que mujeres utilizan el internet.

**Tabla 4. 17:** Disponibilidad en red social.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	300	78%
NO	85	22%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 14:** Disponibilidad en red social.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

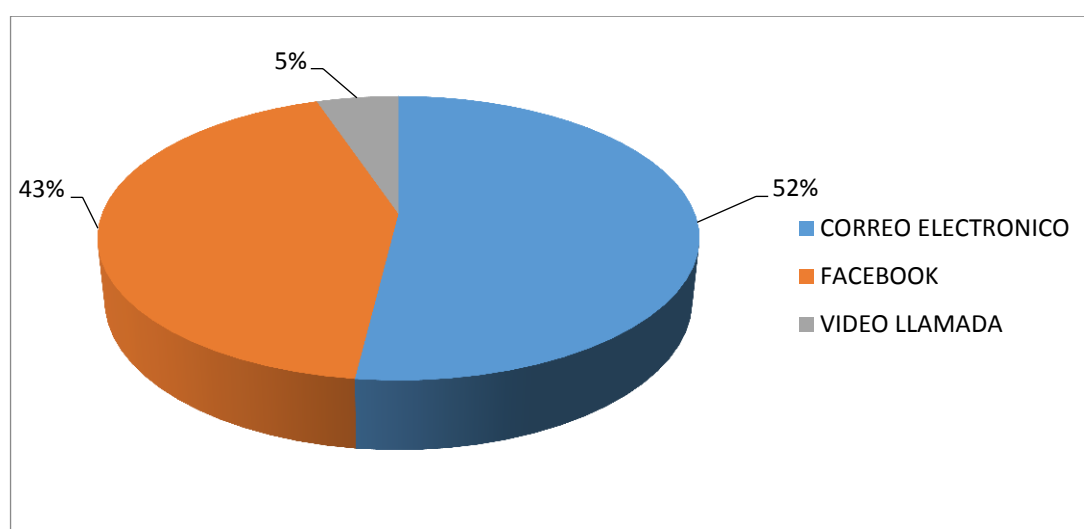
El 78% de los encuestados manifiestan que si tiene disponibilidad de red social, el 22% señala que no tiene disponibilidad.

**Tabla 4. 18:** Herramientas de internet más utilizadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
CORREO ELECTRÓNICO	200	52%
FACEBOOK	165	43%
VIDEO LLAMADA	20	5%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 15:** Herramientas de internet más utilizadas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis Fernando Díaz Acuña

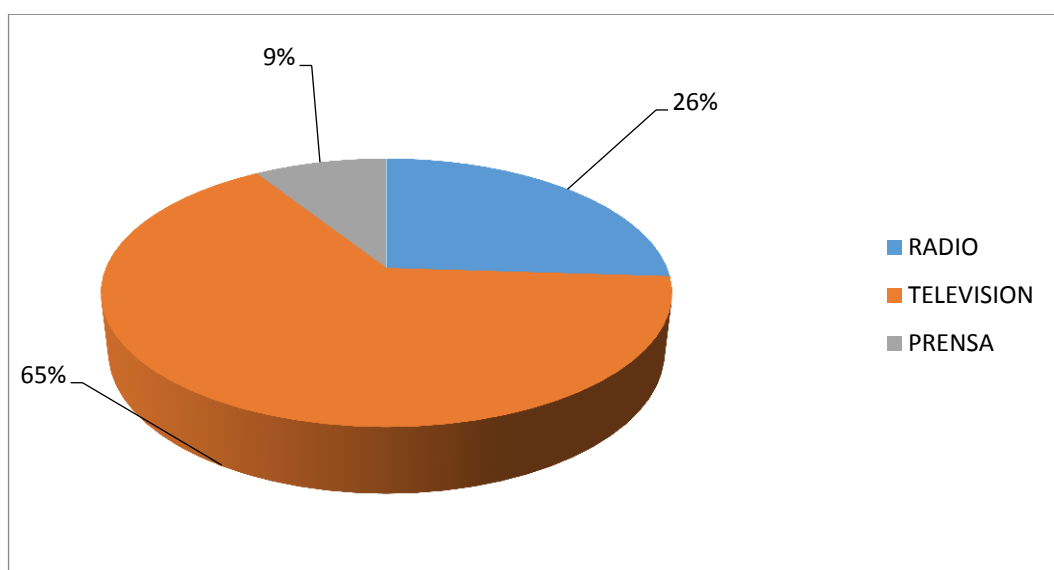
El 52% de los encuestados manifiestan que el correo electrónico es la herramienta de internet, el 43% señala que facebook y el 5% de la unidad de estudio video llamada.

**Tabla 4. 19:** Percepción del mejor medio de comunicación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
TELEVISION	250	65%
RADIO	100	26%
PRENSA	35	9%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Gráfico 4. 16:** Percepción del mejor medio de comunicación

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

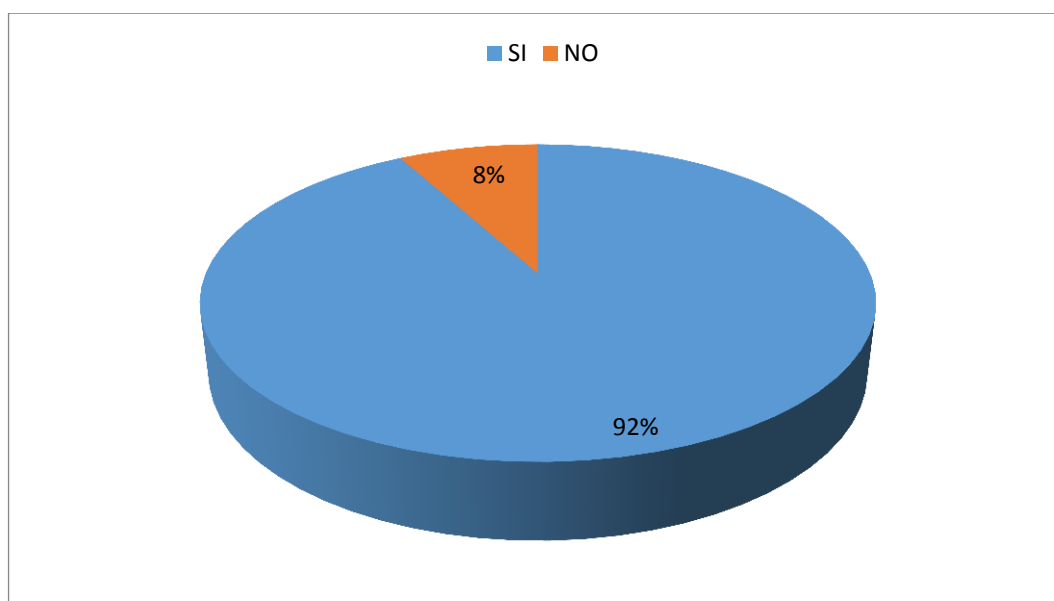
El 65% de los encuestados manifiestan la recepción del mejor medio de comunicación es la televisión, el 26% señala que radio es el mejor medio y el 9% de la unidad de estudio prensa.

**Tabla 4. 20:** Requiere servicio residencial permanente o de guardería para un adulto mayor

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	352	92%
NO	33	8%
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz



**Gráfico 4. 17:** Requiere servicio residencial permanente o de guardería para un adulto mayor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Luis F. Díaz

El 92% de los encuestados manifiestan que si requieren de un servicio ya sea de residencia (permanente) o de guardería para un adulto mayor, el 8% señala que no requiere.

#### **4.4 Disponibilidad de Recursos Financieros**

Los recursos financieros son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta el Centro, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo. Para la puesta en marcha del proyecto el cual requiere de una elevada inversión inicial los recursos financieros se pueden financiar mediante dos fuentes:

La Institución Financiera con la que se va a financiar el proyecto es la Corporación Financiera Nacional, la misma que presenta las siguientes condiciones:

- Monto: Hasta 80.000 dólares
- Tasa de Interés: 10,50% fija
- Plazo: Hasta 10 años
- Garantías: sobre el proyecto

#### **4.5 Disponibilidad de Mano de Obra**

La mano de obra es indispensable para un adecuado manejo y funcionamiento de cualquier empresa u organización. La mano de obra para el proyecto no es un factor restrictivo debido a que el campo profesional en salud es amplio. Además, el personal con el que contará la empresa será calificado y capacitado para garantizar un cuidado profesional al adulto mayor.

#### **4.6 Disponibilidad de Tecnología.**

Usar tecnología para incrementar el funcionamiento, la independencia y la seguridad en los adultos mayores. Facilitar la comunicación, en situaciones de transición de los adultos mayores, tales como, a través y entre el hogar, hospital y enfermeras encargadas.

Contar con instrumentos y guías para prevenir y reconocer áreas comunes de los impedimentos en la comunicación de los adultos mayores. Las tecnologías que impactan directamente la función: audífonos, los dispositivos de apoyo y equipo adaptable.

Tecnologías que facilitan la adherencia a los tratamientos: monitores electrónicos de indicadores clínicos tales como presión arterial, glucosa, las ayudas para adherencia a los medicamentos y al tratamiento. Los sistemas de repuesta personal a las emergencias, útiles para alertar a los adultos mayores debilitados y a sus cuidadores sobre posibilidad de eventos adversos. La tecnología de sus equipos para la atención del adulto mayor asegurara al cliente que tenga un servicio superior con respecto a otros centros de fisioterapia.

#### **4.7 Capacidad de Comercialización del Servicio**

La principal estrategia es posicionar en el mercado el centro Geriátrico en la ciudad de Latacunga, distinguiéndole por la calidad y amabilidad de su talento humano, los cuales serán estrictamente seleccionados para asegurar la calidad del servicio.

La estrategia a seguir para posicionar el producto, es una estrategia mixta de diferenciación y de enfoque. La estrategia de diferenciación, se concentra en explotar las principales fortalezas del negocio, las cuales son: Un equipo de profesionales expertos en el componente de ciencias de la salud, y una estrategia de enfoque con constante innovación en la rehabilitación mediante tecnología de punta.

Antes del comienzo de nuestra actividad se debe de poner en marcha una campaña de promoción, intentando captar el mayor número de clientes que aseguren el buen inicio del negocio. Teniendo en cuenta el sector poblacional al que se dirigirá el servicio, es recomendable utilizar instrumentos de publicidad masiva para llegar al máximo posible de la población objetivo. Así pues, la campaña publicitaria podría centrarse en:



- Prensa: En la realización de pequeñas campañas publicitarias en periódicos y revistas de la región.
- Televisión: anunciarse de forma modesta en una cadena local.
- Folletos: creando para ello un folleto atractivo, en el que se expongan los servicios que prestamos así como las tarifas y los datos de contacto.

#### **4.8 Localización del Proyecto**

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones, y organización requeridos.

#### **4.9 Macro Localización**

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

El presente proyecto tiene como área de influencia el sector de Belisario Quevedo, por ser un lugar antisísmico y poseedor de una gran naturaleza de clima agradable y templado, sus tierras son extremadamente fértiles, por el abundante riego, fuera del ruido y contaminación que se genera en el centro de la Ciudad.

##### **4.9.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA "BELISARIO QUEVEDO"**

Sus límites son:

- NORTE: el río Illuchi, incluye linderos con: Culaguango, Galpón loma, Illuchi y vértice de Cutuchi.
- SUR: Cerro Puctin, estructuradas hacienda la Santa Florencia, más al sur hasta 3600 m.s.m., loma Chitiaguano fuera de Belisario Quevedo, límite con Salcedo Churoloma San Isidro y vértice San Pedro Guanailin.
- ESTE: El canal principal del proyecto que constituye a la cota en 1940 m.s.m Unabana, loma de Palopo.
- OESTE: el río y linderos de Illuchi y partes de canal Dávalos Chiriboga, Cangagua hasta un trazado arbitrario que coincide con el vértice de la quebrada Angohuaycu.

#### 4.9.2 Datos generales de la parroquia "Belisario Quevedo"

- **Flora.-** Las principales especies nativas de la zona son: pajonales, festuca, chuquiragua, quishuar, aliso, pimaqui, molli, chilca, malva, romerillo, choclo, mortíño, achupalla.
- **Fauna.-** En cuanto a la fauna encontramos las especies siguientes: lobo de paramo, conejo silvestre de paramo, raposa, chucuri, Entre las aves tenemos quilico, gligle, curiingue, pato punteado, gaviota andina, mirlo, gavián, pájaros y colibrí, etc.
- **Altura.-** La parroquia Belisario Quevedo se halla a 2820 metros sobre el nivel del mar. Tiene en la actualidad aproximadamente 8000 habitantes distribuidos en los 25 barrios que forman la parroquia y en los 52 km de superficie.

- **Orografía.-** Belisario Quevedo en su aspecto orográfico tiene un hermoso Mirador natural llamado Putzalagua a 3515 m.s.m. joya natural que debemos aprovechar para forestarlo y transformarlo en un lugar turístico. Actualmente disponemos de 3 senderos para llegar a la cima de cerro Potrerillos. Los Quingos y Culaguango.
- **Hidrografía.-** En la parte Norte de la Parroquia tenemos al Río Illichí que nace de varias lagunas de los páramos orientales sirve para riego-consumo humano y proporcionamos la energía eléctrica que necesita la Provincia.
- **Educación.-** En el aspecto educativo la parroquia dispone de 8 escuelas complejas y un colegio en los que se educan más de 600 alumnos.

#### 4.9.3 Atractivos turísticos de la parroquia "Belisario Quevedo"

Cerro Putzalagua es el principal atractivo turístico, tiene una altura de 3.515 metros sobre el nivel del mar. Por su forma y ubicación ha tenido una apreciación mitológica con innumerables leyendas. Se pretende convertir al cerro Putzalagua y sus alrededores en un parque Botánico.

En el Putzalagua existen servicios turísticos de:

- **Paseos en caballos.-** El recorrido tiene una duración aproximada de una hora, tiempo en el cual se puede ir observando la diversidad de flora y fauna del páramo andino.
- **Ciclismo turístico.-** este va por las faldas del Putzalagua, está abierto para todo público, se requiere ánimos para recorrer la ruta y conocer la diversidad que brinda el Cerro Putzalagua.

- **Caminatas por los senderos hacia el Putzulagua.-** para las personas que les gusta la aventura; ya que es un recorrido que requiere de gran esfuerzo físico y ganas de llegar a la meta, es un camino por los páramos cubiertos de pajonal y una panorámica impresionante y se puede ir observando la diversidad de especies de fauna por alrededor de 2 horas.
- **Campamentos** - Paseo en botes - Pic- nic - Interpretación ambiental.

Existe espacios verdes donde se puede realizar camping, existe un área donde encontramos casas de los pobladores en el cual hallamos corrales de animales como vacas, borregos, etc.

Toda el área tiene fácil acceso a los diferentes sitios del proyecto por cuanto está ubicado estratégicamente y poseen senderos para su visita:

#### **4.9.4 Rutas de acceso al Putzulagua**

Belisario Quevedo – Culaguango.

Culaguango - Cima del Putzalagua.

Belisario Quevedo – Santa Rosa.

Potrerrillos – Cima del Putzalagua.

Culaguango – Potrerillos – Santa Rosa.

Culaguango – San Luis – Belisario Quevedo.

#### **4.9.5 Parque Recreacional "Santa Rosa"**

Cuenta con canchas deportivas tanto de vóley como de fulbito, juegos infantiles, área de camping, área de picnic con sus diferentes hornos, tendrá modelos de fincas integrales, un muelle y navegación de botes.

Adicionalmente pone a la disposición de sus visitantes los basureros, bebederos, servicios higiénicos, ornamentación, bodega, artesanías y finalmente un CIV (Centro de Información al Visitante).

#### **4.10 Micro Localización**

El análisis de micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona.

Belisario Quevedo pertenece al cantón de Latacunga Provincia de Cotopaxi, se ubica en las coordenadas geográficas 00 56, 19,, de latitud y 780 35, 49,, longitud oeste.

##### **a) Infraestructura General**

- El 90% de viviendas dispone de servicios de energía eléctrica.
- Un 70% de viviendas dispone de agua potable.
- Vías que conecta con la micro región con la Ciudad de Latacunga son: Illuchi y La autopista sur de la ciudad.

#### **4.11 Ingeniería del Proyecto**

El tamaño del Centro Geriátrico está determinado por su capacidad instalada en números de camas para brindar el servicio residencial o permanente a forma de internado, además de las personas de la tercera edad que estarían en “Guardería diaria” en base al número de sillas ubicadas en el salón dispuesto para este servicio. Finalmente se dispone de un área hospitalaria, con una capacidad de tres camas para atenciones médicas.

Como se puede apreciar en el Tabla 4. La capacidad instalada/día es para 63 personas en todas sus instalaciones.

**Tabla 4. 21:** Capacidad Instalada

<b>CAPACIDAD INSTALADA/DÍA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>PACIENTE</b>
Dormitorio Bloque A	20
Dormitorio Bloque B	20
Centro de Día	20
Cama Hospitalaria	3
	<b>63</b>

Elaborado por: Luis F. Díaz

La capacidad instalada mensual se obtiene al ser multiplicada la capacidad instalada/día por 30 (por ser un promedio por mes) y de esta manera la capacidad instalada/mes es de: 1890 pacientes, como se parecía en el siguiente Tabla 4. :

**Tabla 4. 22:** Capacidad Instalada /día

<b>CAPACIDAD INSTALADA/DIA</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>PACIENTE</b>	<b>MENSUAL</b>
Dormitorio Bloque A	20	600
Dormitorio Bloque B	20	600
Centro de Día	20	600
Cama Hospitalaria	3	90
	<b>63</b>	<b>1890</b>

Elaborado por: Luis F. Díaz

La capacidad instalada anual se obtiene al ser multiplicada la capacidad instalada/mes por 12 (por ser el número de meses que tiene un año) y de esta manera la capacidad instalada/año es de 22680 pacientes, como se aprecia en el siguiente Tabla 4. :

**Tabla 4. 23:** Capacidad Instalada /anual

<b>CAPACIDAD INSTALADA/DÍA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PACIENTE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Dormitorio Bloque A	24	600	7200
Dormitorio Bloque B	24	600	7200
Centro de Día	30	600	7200
Cama Hospitalaria	3	90	1080
	<b>81</b>	<b>1890</b>	<b>22680</b>

Elaborado por: Luis F. Díaz

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipos se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de esta información, que es necesario reunir sirve para realizar comparaciones de varios equipos y también servirá para efectuar cálculos y valoraciones. A continuación se señala los factores relevantes que se han tomado en cuenta en este proyecto para su valoración, cuyos resultados se verán más adelante.

- a) Proveedor: Sirve para la prestación formal de las cotizaciones.
- b) Precio: En base a ello se determina el monto de la inversión en cuanto al activo fijo para el proyecto.
- c) Dimensiones: Se establece las áreas de construcción que tendrá el Centro Geriátrico.
- d) Capacidad.- En base al área de las instalaciones y su equipamiento se determina la capacidad instalada con la que se contara para atender a nuestros pacientes.
- e) Mano de Obra: Se debe determinar en base al equipamiento y áreas operativas el número de empleados que se requiere para el normal funcionamiento.

- f) Equipo: Para cada área operativa el Centro Geriátrico se identifica con el equipamiento, muebles y enseres, con su respectiva cotización, que permitirá establecer un presupuesto para determinar el activo fijo para el presente proyecto.

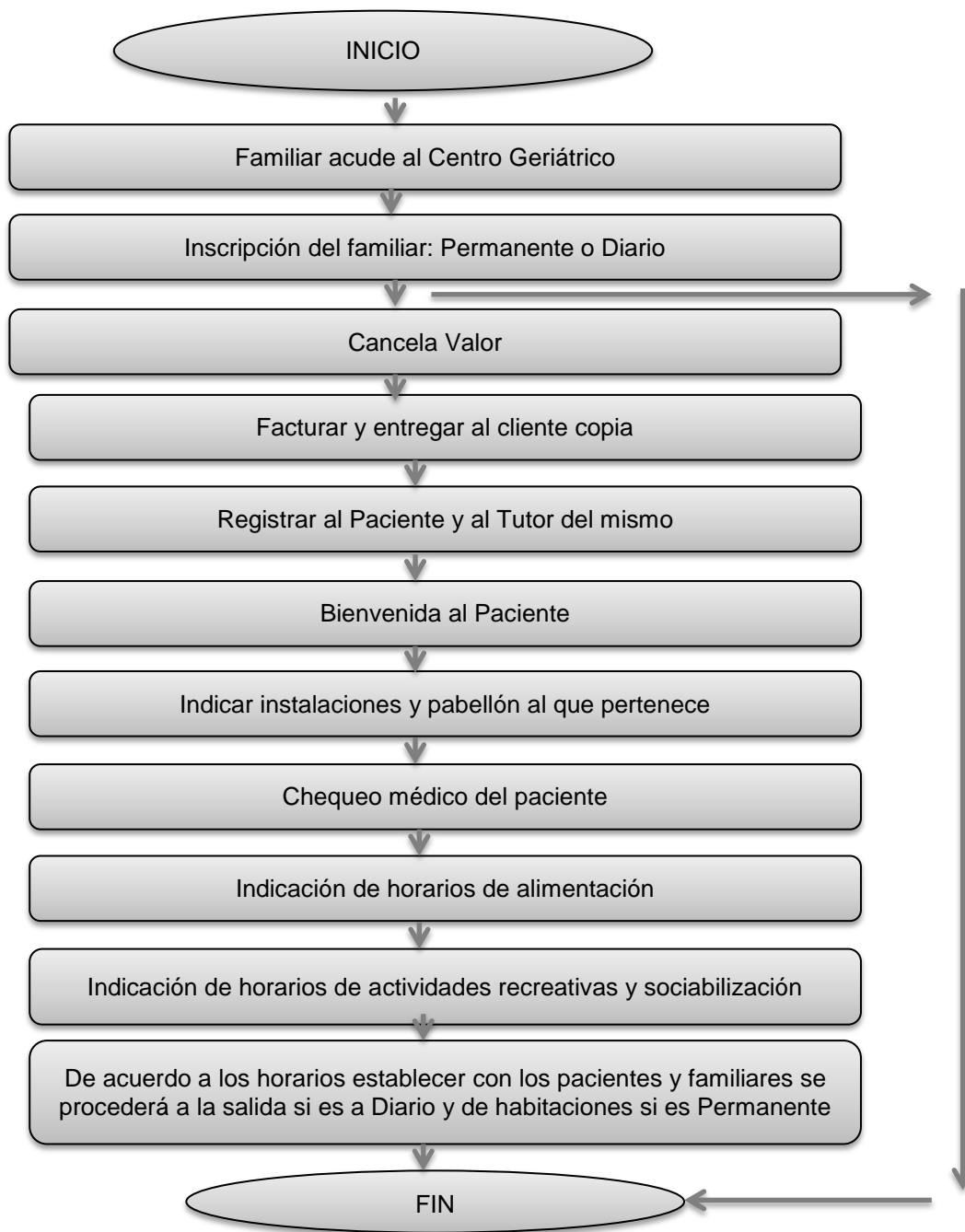
#### **4.12 El Proceso de Comercialización**

El Centro Geriátrico cuenta con una administración estratégica en la cual el cliente en este caso llamado "Paciente", llega a las instalaciones siendo recibido en la entrada por la recepcionista la que se encargara de entregar la información adecuada de los programas y servicios con los que cuenta el centro geriátrico, el cliente los analizará y procederá a inscribir al paciente en nuestro prestigioso centro, y cancelará los respectivos rubros, dándole como respaldo la copia de la factura por posible reclamos.

#### **4.13 Diagrama de Flujo**

Aquí se detalla las actividades dentro del proceso



**Gráfico 4. 18:** Diagrama de Flujo

#### 4.14 Requerimiento de mano de obra

La Tabla 4. Que se presenta a continuación muestra el requerimiento anual de mano de obra que se necesitará dentro de las áreas de generación del servicio.

**Tabla 4. 24:** Requerimiento de mano de obra

<b>Requerimiento Mano de Obra CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO FIJO UNITARIO</b>	<b>COSTO FIJO TOTAL</b>
<b>ÁREA MÉDICA</b>				
<b>Área de rehabilitación física y mental</b>				
Médico 1/2 t	Personas/me s	6	800.00	4,800.00
<b>Terapia Ocupacional</b>				
Terapista Ocupacional	Personas/me s	12	450.00	5,400.00
<b>DISPENSARIO</b>				
Enfermera	Personas/me s	12	450.00	5,400.00
Auxiliar de enfermería	Personas/me s	12	340.00	4,080.00
<b>DIETÉTICA</b>				
Jefe de concina	Personas/me s	12	400.00	4,800.00
Ayudante de cocina	Personas/me s	12	340.00	4,080.00
<b>LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO</b>				
Persona de limpieza	Personas/me s	12	340.00	4,080.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$32,640.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Luis F. Díaz

#### **4.15 Estimación de la Inversión**

La infraestructura es la base material de la sociedad que determina la estructura social y el desarrollo y cambio social. Incluye las fuerzas productivas y las relaciones de producción.

La inversión para el proyecto han establecido sus requerimientos de infraestructura en las siguientes áreas, las cuales conjuntamente suman: 2100 m<sup>2</sup>, con una inversión de \$ 39.486.00.

#### **4.16 Estimación de la inversión**

En este proyecto se estima invertir alrededor de \$296.000.00. el cual será el 50% capital propio y el 50% capital financiado.

#### **4.17 Infraestructura a comodato.**

El presente proyecto propone acceder a la quinta que se encuentra en la parroquia Belisario Quevedo la misma que a través del Ministerio de Bienestar Social se puede solicitar se alquile bajo comodato según la resolución Numero 1090 y el acuerdo ministerial N0. 0049 de Mayo de 2010. Considerando que se atenderá a 10 ciudadanos sin costo alguno

Ubicación:

- Barrio San José de Pinula, sector Belisario Quevedo.
- Quinta Coyote Azul
- Cuenta con 4,8 hectáreas, tiene una casa de 350 m<sup>2</sup>, y una casa de 250 m<sup>2</sup>, cuarto de guardianía, y un galpón de 160m<sup>2</sup>.
- Se encuentra cerca al camino empedrado de José de Pinula.

**Tabla 4. 25:** Inversión área de Rehabilitación

<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Adecuación Local				
<b>ÁREA: REHABILITACIÓN FÍSICA</b>				
Tanque para hidromasaje	Unidad	1	4.200,00	4.200,00
Rampa	Unidad	1	1.197,00	1.197,00
Barras paralelas	Unidad	1	983,00	983,00
Rueda para hombro	Unidad	1	490,00	490,00
Electroestimulador muscular	Unidad	1	250,00	250,00
Electroestimulador nervioso	Unidad	1	120,00	120,00
Ultrasonido	Unidad	1	150,00	150,00
Escalera para dedos	Unidad	1	150,00	150,00
Andador	Unidad	1	84,00	84,00
Camilla	Unidad	1	115,00	115,00
Escritorio	Unidad	1	145,00	145,00
Silla giratoria	Unidad	1	78,00	78,00
Silla metálica	Unidad	2	35,00	35,00
Estantería	Unidad	1	88,00	88,00
Compresa caliente	Unidad	5	49,00	49,00
<b>TOTAL</b>				<b>8.089,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 26:** Inversión área de Terapia Ocupacional

<b>ÁREA: TERAPIA OCUPACIONAL</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Minicomponente Sony	Unidad	1	319,00	319,00
Mesa 4 puestos	Unidad	8	176,00	1.408,00
Estantería	Unidad	1	88,00	88 ,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.815,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 27:** Inversión área de Dispensario

<b>ÁREA: DISPENSARIO</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Lámpara cuello de ganso	Unidad	1	75,00	75,00
Fonendoscopio	Unidad	1	22,00	22,00
Escritorio	Unidad	1	145,00	145,00
Silla giratoria	Unidad	1	78,00	78,00
Silla de ruedas	Unidad	1	260,00	260,00
Silla metálica	Unidad	2	35,00	70,00
Estantería	Unidad	1	88,00	88,00
Implementos médicos	Juego	1	50,00	50,00
Camilla	Unidad	1	115,00	115,00
<b>TOTAL</b>				<b>903,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 28:** Inversión área Dietética

<b>ÁREA: DIETÉTICA</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Cocina 6 quemadores	Unidad	1	504,00	504,00
Licuadaora	Unidad	1	102,00	102,00
Refrigeradora	Unidad	1	659,00	659,00
Horno microondas	Unidad	1	109,00	109,00
Batidora	Unidad	1	24,00	24,00
Exprimidor de jugo automático	Unidad	1	27,00	27,00
Tanque de gas	Unidad	1	48,00	48,00
Extractor de olores	Unidad	1	100,00	100,00
Muebles de Cocina	Juego	1	300,00	300,00
Cubiertos 6 personas	Juego	5	31,50	158,00
Vajilla 6 personas	Juego	5	28,00	140,00
Cuchillos	Juego	1	20,70	21,00
Ollas	Juego	1	281,00	281,00
Sartén con espátula	Unidad	1	17,90	18,00
Bandeja plástica	Unidades	3	2,00	6,00
Utensilios de cocina	Juego	1	20,00	20,00
Estantería	Unidad	1	88,00	88,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.605,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 29:** Inversión área de Reposo

<b>ÁREA: REPOSO</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Cama 1 1/2 plaza	Unidad	29,00	180,00	5.220,00
Colchón 1 1/2 plaza	Unidad	29,00	100,00	2.900,00
Almohada	Unidad	29,00	5,00	145,00
Sábanas 1 1/2 plaza	Juego	29,00	10,80	313,00
Cobija polar	Unidad	29,00	5,50	160,00
Cubrecama verona	Unidad	29,00	7,30	212,00
Velador	Unidad	15,00	35,00	525,00
Clóset	Unidad	15,00	120,00	1.800,00
Lámpara	Unidad	15,00	15,00	225,00
Silla	Unidad	29,00	25,00	725,00
<b>TOTAL</b>				<b>12.225,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 30:** Inversión área de Sala

<b>ÁREA: SALA</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Televisor 29"	Unidad	1	708,00	708,00
Juego de sala	Unidad	1	600,00	600,00
Mesa de centro	Unidad	1	80,00	80,00
Mueble para TV	Unidad	1	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.568,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 31:** Inversión área de Comedor

<b>ÁREA: COMEDOR</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Mesa 4 puestos	Unidad	8	176,00	1.408,00
Mantel	Unidad	8	15,00	120,00
Extintor	Unidad	1	28,00	28,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>				<b>1.556,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

**Tabla 4. 32:** Inversión área de limpieza y mantenimiento

<b>ÁREA: LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Aspiradora	Unidad	1	708,00	708,00
Estantería	Unidad	1	88,00	88,00
Lavadora	Unidad	1	694,00	694,00
Planchador	Unidad	1	13,00	13,00
Plancha	Unidad	1	32,00	32,00
Herramientas	Juego	1	80,00	80,00
Silla	Unidad	1	25,00	25,00
Mesa	Unidad	1	120,00	120,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>				<b>39.486.00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Luis F. Díaz

#### 4.18 Canales de distribución del Proyecto

Antes que un producto esté listo para introducirlo en el mercado, ¿los directivos deberían determinar cuáles métodos y medios emplearán para hacérselo llegar? Ello supone establecer estrategias para los canales de distribución del producto y la distribución física.



#### **4.19 Intermediarios**

La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo elabora al consumidor que lo necesita y lo compra.

La función de la distribución consiste en hacer llegar su producto a su mercado meta. La actividad más importante para lograr esto es arreglar su venta del fabricante al consumidor final. Otras actividades comunes son promover el producto, almacenarlo y correr parte del riesgo financiero durante el proceso de distribución

#### **4.20 Plaza o Distribución**

Debido a la naturaleza de nuestro proyecto que trata de la creación de un Centro Geriátrico para Adultos Mayores ubicado en La ciudad de Latacunga, Parroquia Belisario Quevedo, en cuanto a distribución será directo lo que implicará que el canal de distribución será de la empresa al cliente o usuario del servicio.

Promoción o publicidad mediante la promoción y la publicidad se atraerán a un mayor segmento de nuestro grupo objetivo. Las estrategias de promociones y publicidad que se realizarán se presentan a continuación:

#### **4.21 Promoción**

- Descuentos en fechas especiales en fechas especiales
- Paquetes de servicios para familiares del personal de diversas empresas.

#### **4.22 Publicidad**

- Publicidad en paraderos a través de convenios con el municipio.
- Publicidad Comercial (folletos – volantes)

- Publicidad en Radio
- Prensa Escrita

#### **4.23 Personal**

Un factor clave para la empresa son las personas ya que con la ayuda de ellos se podrá mejorar cada vez más las actividades dentro de la organización.

Para ello se contará con personal especializado que brindará un servicio eficaz y que ayudará al Adulto Mayor a mejorar su Calidad de Vida.

#### **4.24 Estrategia de Contingencia**

En caso de no obtener los resultados planteados, el centro recreacional deberá poner en práctica las siguientes estrategias:

- Incrementar nuestro grupo objetivo, brindando el servicio a personas adultas que no estén en la categoría de adultos mayores.
- Ofrecer el servicio como paquetes de servicios empresariales.
- Instalar cabañas para descanso y retiro de grupos religiosos.

## CAPÍTULO V

### LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

#### 5.1 La Empresa

Teniendo en cuenta la importancia de este tema, es fundamental aclarar los diferentes tipos de empresa según la clasificación que abordan diferentes criterios.

##### 5.1.1 Según el sector de la actividad

Empresas del sector primario: el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza pesca extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica.

Empresas del sector terciario o servicios: incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales.

##### 5.1.2 Según el tamaño

Existe diversidad de criterios para determinar el tamaño de las empresas como el número de empleados, tipo de industria y sector de actividad. El valor anual de ventas, sin embargo e indistintamente el criterio que se utilice las empresas se clasifican según el tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de

crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidas y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

### 5.1.3 Según el ámbito de la actividad

**Empresas locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.

**Empresas provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.

**Empresas regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.

**Empresas nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.

Empresas multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

#### **5.1.4 Según el destino de los beneficios**

Empresas con ánimo de lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.

Empresas sin ánimo de lucro: En este caso los excedentes se orientan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

#### **5.1.5 Según la forma jurídica**

La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En este sentido las empresas se clasifican desde términos en:

Unipersonal: El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.

Cooperativas: No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socio económicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.

Comanditarias: Poseen dos tipos de socios:

- a) Los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada
- b) Los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

Sociedad de responsabilidad limitada: Los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

Sociedad anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa.

#### **5.1.6 Base Filosófica de la Empresa**

La responsabilidad de los socios se limita al monto que aportan al capital social. Las limitaciones que tiene este tipo de empresa es que ya no se pueden aumentar las acciones y como es tipo de familiar se dificulta la administración de la misma.

La empresa debe cumplir con los siguientes requisitos legales para su formación:

- Número de socios: Mínimo 2 y máximo 10 personas.
- Capital: De acuerdo a la ley, el capital estará formado por las aportaciones de los socios y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor.

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses. A contarse de la fecha de constitución de la compañía.

## **Visión**

Este centro geriátrico estará destinado a la atención geriátrica integral de adultos mayores vulnerables a enfermedades y cuidados inadecuados, a través de servicios de estadía en el centro de servicios de larga estancia, promoviendo y aportando el desarrollo de modelos y sistemas de proyección comunitaria, la fecha de cumplimiento de este centro será en enero del 2018.

## **Misión**

Mejorar la calidad de vida de los ancianos de la ciudad de la Latacunga así como la de sus familiares.

### **5.1.7 Valores corporativos**

#### **a) Liderazgo**

Permitimos que nuestros colaboradores se sientan seguros en el negocio.

Procuramos aumentar el potencial de cada cliente y cumplir con los estándares de calidad para el beneficio de nuestros consumidores

#### **b) Espíritu en equipo**

Nosotros contamos con un equipo exitoso tanto en nuestros colaboradores como en la búsqueda de un mejor rendimiento de equipo.

#### **c) Excelencia**

Desarrollar un servicio de alta calidad, con gente altamente preparada para garantizar la satisfacción de los clientes con atención personalizada.

Luchando continuamente en el mejoramiento de nuestro rendimiento para cumplir con nuestros consumidores.

## **5.2 Estrategia empresarial**

La estrategia empresarial a la que se enfoca la empresa no es más que tener diferenciación en el producto o servicio que se oferta, como por ejemplo ofertar un producto o servicio diferente a los demás, con nuevas características y que no se haya elaborado por la competencia, con un diseño de imagen llamativa para el consumidor cree en él la necesidad de consumirlo. A la vez la empresa buscará disminuir sus costos de producción sin descuidar la calidad del producto, a fin de incrementar el número de clientes.

## **5.3 Objetivos Estratégicos**

- Proporcionar una óptima atención a los ancianos brindándole un servicio que satisfaga sus necesidades, requerimientos y expectativas.
- Informar la| visión, misión y objetivos de la calidad a los integrantes del Centro Geriátrico para asignar sus responsabilidades.
- Lograr que cada empleado de la clínica trabaje conjuntamente orientado hacia la cultura del paciente y sus familiares.
- Establecer y mantener un buen ambiente de trabajo que apoye la prestación de un excelente servicio asistencial.
- Integrar a la comunidad del hospital, sus pacientes y su personal.
- Colaborar con las instituciones gubernamentales y privadas en programas de estudio y desarrollo de métodos y procedimientos auxiliares de diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades.



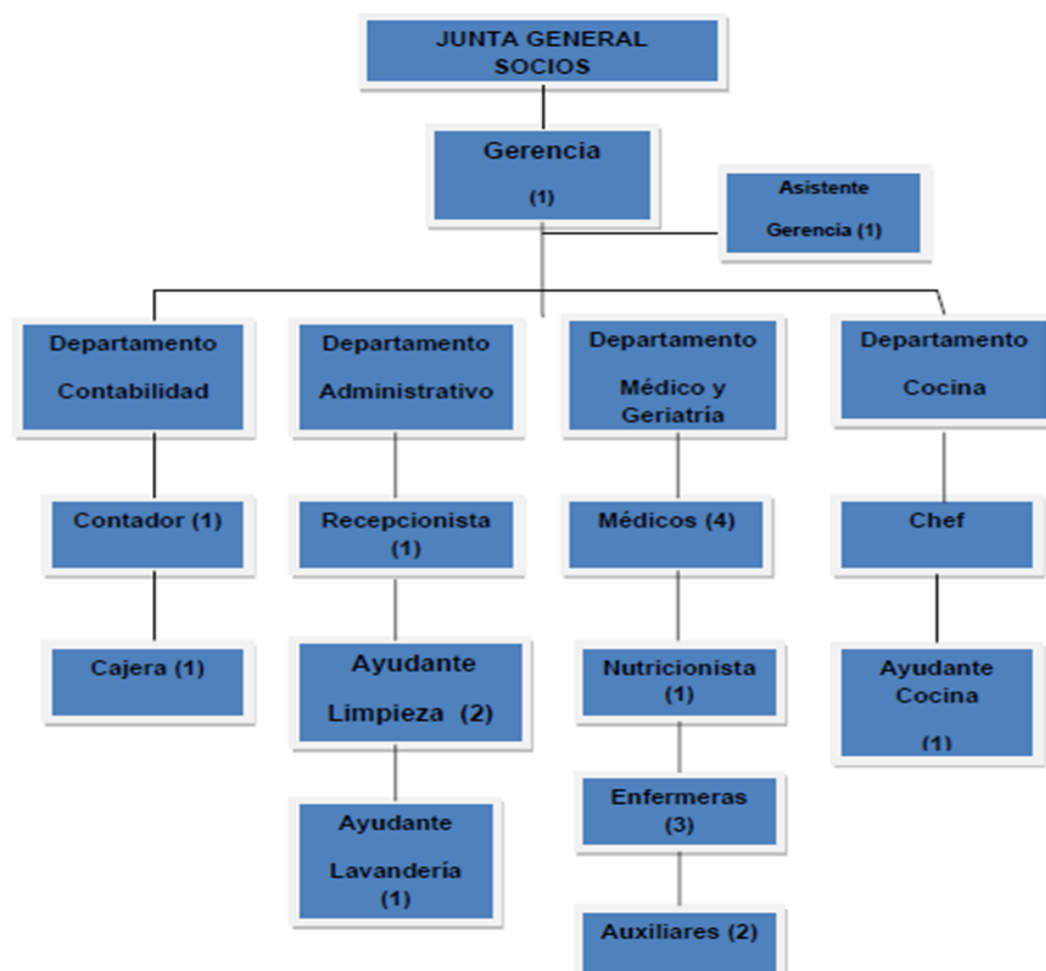
- Lograr un nivel de reconocimiento y respeto de los principios de justicia social y derechos aplicables a todos sus empleados. La prestación de un servicio profesional altamente individualizado y calificado dentro de un ambiente cordial.

## 5.4 La Organización

### 5.5 Organigrama Estructural

Es la jerarquización y departamentalización dentro de la empresa para un correcto sistema de funcionamiento.

**Gráfico 5. 1:** Organigrama Estructural



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Luis F. Díaz

## **Gerente**

Se encargara de planificar, coordinar, dirigir y controlar las funciones de los empleados, además de ser el responsable de la toma de decisiones de la empresa, es la persona encargada de planificar las diferentes estrategias que se ejecutaran.

## **Perfil del Administrador**

**Planificar:** establecer los objetivos de la empresa y, luego, programar, en el espacio y en el tiempo, las acciones y pasos que se consideren necesarios para alcanzar esos objetivos.

**Presupuestar:** distribuir y asignar, de forma eficiente, los recursos (en especial financieros) que sean necesarios para que las acciones y pasos programados se ejecuten.

**Organizar:** crear y mantener operando eficazmente las estructuras operativas y funcionales que permitan cumplir lo planificado.

**Personal:** dotar de personal las estructuras operativas, delegar, definir normas de trabajo, establecer procedimientos que sirvan de guía al personal, establecer los métodos y sistemas que permitan controlar sus comportamientos.

**Control:** verificar los resultados, compararlos con lo previsto en la planificación.

**Solucionar problemas:** determinar las desviaciones que se produzcan entre el plan y lo realizado y, luego, prever y organizar la solución de esos problemas, adoptando las medidas que sean de lugar.

### **Perfil del Asistente Gerencial**

- Coordinar las actividades administrativas con las demás áreas de la empresa.
- Contar con conocimientos de administración de empresas.
- Tener espíritu emprendedor con sentido de orden y organización
- Manejar y motivar personal además de orientarlos para alcanzar objetivos propuestos
- Contar con referencias laborales anteriores

### **Recepcionista**

Encargada del trabajo de recepcionista y secretariado de la empresa, se encargará de las siguientes funciones:

- Recibir llamadas realizadas a la empresa.
- Realizar trabajos de taquigrafía.
- Elaboración de cartas comerciales y memorándum.

### **Perfil del cargo**

- Poseer un título de secretaria.
- Conocimientos de programas de computación y Excel.
- Ser proactiva y con vocación al servicio al cliente.

### **Contadora:**

#### **Funciones:**

- Elaborar las facturas correspondientes a los clientes.
- Realizar pagos a impuestos y nóminas a los empleados.
- Elaborar el diario general y balance.
- Pagos a proveedores.

**Perfil**

- Poseer un título de contabilidad.
- Conocimientos de programas de computación y excel.
- Ser proactiva y con vocación al servicio al cliente.

**Cajera:**

- Cobrar los valores facturados a los clientes.
- Conciliar caja al final del día.
- Realizar los depósitos y conciliaciones en el banco.

**Perfil:**

- Ser graduado en administración o contabilidad.
- Conocimiento de computación y excel.
- Ser proactiva y con vocación al servicio al cliente.

**Médicos Geriatría:**

Encargados de la atención y diagnóstico del paciente que ingresan al centro geriátrico.

**Funciones:**

- Atender al paciente para el diagnóstico, tratamiento y seguimiento.
- Dar seguimiento a los pacientes y recetar medicamentos.
- Tener experiencia en el manejo de equipamiento médico.
- Otras funciones según el cargo que desempeñe.

**Perfil:**

Poseer título de médico con la especialidad requerida.

- Conocimiento de computación y excel.
- Conocimiento de trabajo con equipos especializados según el área.
- Ser proactivo con vocación por la labor que desempeña.

**Nutricionista:**

Se encargan de dar charlas además de recomendar dietas para los pacientes asistir en el área de cocina para la elaboración de las dietas especiales de los pacientes así como elaborar el menú diario.

**Funciones:**

- Dictar charlas de nutrición además de elaborar dietas específicas para pacientes de tercera edad.
- Elaborar dietas y menús para mejorar la calidad de vida de los pacientes
- Otras funciones relacionadas con el cargo.

**Perfil:**

- Poseer título de nutricionista.
- Conocimiento de computación y excel.
- Ser proactivo con vocación por el trabajo y principios morales.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

#### 6.1 Presupuestos

#### 6.2 Presupuestos de Inversión

Es un conjunto de pronósticos en términos financieros, referentes a un período precisado. Un presupuesto de inversión es un truco que permite a la dirección planear y controlar las actitudes de una empresa de modo que pueden realizar sus objetivos en cuanto a ganancias y servicios. El sistema de presupuesto exige una previsión sistemática basada en la experiencia del pasado y en las condiciones que se prevean en el futuro.

A continuación se presente un esquema de presupuesto en la inversión de activos fijos:

**Tabla 6. 1:** Presupuesto De Inversión Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	MEDIDA	VALOR USD.	DEPRECIACIÓN AÑOS					%
			1	2	3	4	5	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>								
Terreno	2500mts	37.500,00	-	-	-	-	-	
Obra civil (construcción)	404 mts	155.000,00	10.333,33	10.333,33	10.333,33	10.333,33	10.333,33	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>192.500,00</b>	<b>10.333,33</b>	<b>10.333,33</b>	<b>10.333,33</b>	<b>10.333,33</b>	<b>10.333,33</b>	
<b>EQUIPAMIENTO</b>								
Equipo de sonido		1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	
Muebles de oficina		1.400,00	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00	
Equipos médicos		30.200,00	6.040,00	6.040,00	6.040,00			
Computadoras - Impresoras - Calculadora		6.300,00	2.100,00	2.100,00	2.100,00			
Teléfonos - Celulares		500,00	166,67	166,67	166,67			
Internet inalámbrico		500,00	166,67	166,67	166,67			
Impresoras		2.535,00	845,00	845,00	845,00			
Herramientas de mantenimiento		500,00	166,67	166,67	166,67			
Sistema Contable		1.500,00	500,00	500,00	500,00			
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>44.935,00</b>	<b>10.565,00</b>	<b>10.565,00</b>	<b>10.565,00</b>	<b>580,00</b>	<b>580,00</b>	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>237.435,00</b>	<b>20.898,33</b>	<b>20.898,33</b>	<b>20.898,33</b>	<b>10.913,33</b>	<b>10.913,33</b>	

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

### **6.3 Activos Diferidos y Capital de Trabajo**

Activo intangible es aquél que tiene una naturaleza inmaterial (normalmente sin sustancia o esencia física) y posee capacidad para generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados por su empresa, es decir los activos intangibles, como las patentes, marcas, concesiones de uso y explotación de derechos, la cartera de clientes, el conocimiento del personal, son los activos que complementan a los tangibles para lograr una medición más correcta del valor total de una organización, en el siguiente Tabla 6. se detalla los activos intangibles proyectados.

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

El Centro Geriátrico para operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

El capital de trabajo resulta útil para establecer el equilibrio patrimonial de cada organización empresarial. Se trata de una herramienta fundamental a la hora de realizar un análisis interno de la firma, ya que evidencia un vínculo muy estrecho con las operaciones diarias que se concretan en ella. En la siguiente Tabla 6. Se presenta el cálculo del capital de trabajo para el presente proyecto.

**Tabla 6. 2:** Capital De Trabajo

			AMORTIZACIÓN				
ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR USD.	1	2	3	4	5	
Gastos de constitución	1.200,00	400,00	400,00	400,00			
Gastos de instalación	8.300,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9.500,00</b>	<b>2.060,00</b>	<b>2.060,00</b>	<b>2.060,00</b>	<b>1.660,00</b>	<b>1.660,00</b>	
CAPITAL DE TRABAJO	VALOR USD.						
Capital de trabajo operativo	50.000,00						
<b>SUBTOTAL</b>	<b>50.000,00</b>						

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

A continuación se presenta un Tabla 6. Resumen de las inversiones iniciales requeridas para el proyecto.

**Tabla 6. 3:** Resumen inversiones iniciales

INVERSIÓN TOTAL	VALOR USD.	
Activos Fijos	237.435,00	
Activos Diferidos	9.500,00	
Capital de Trabajo	50.000,00	
<i>Subtotal</i>	<b>296.935,00</b>	
Capital Propio	148.467,50	50%
Valor a financiar el proyecto	148.467,50	50%

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz



## 6.4 Presupuestos de Operación

Se detalla en el siguiente:

### 6.4.1 Presupuestos de Ingresos

Un presupuesto de ingresos es un documento que se desarrolla a partir de las previsiones de ingresos monetarios para un cierto periodo que suele ser de un año en adelante largo plazo.

Su finalidad suele ser el cálculo del dinero necesario para poner en marcha un proyecto, concretar una acción, para elaborar el presupuesto de ingresos del proyecto se consideró el número de personas atendidas al año y el pago diario por el servicio, como se muestra en los siguientes Tabla 6.

Para realizar la proyección de ingresos se ha tomado como base el análisis de la demanda, como podemos apreciar a continuación:

**Tabla 6. 4:** Análisis de la Demanda Total

HABITANTES TOTAL	Latacunga	-
SEGMENTO: 65 a 100 años	Latacunga	13.168
SEGMENTO: Preferencia	95%	12.510

**Elaborado por:** Proyecto Financiero

**Fuente:** Luis F. Díaz

Tomando en cuenta un precio promedio de \$250 mensuales por paciente. Por lo tanto, primero se realizó un análisis de oferta y demanda.

**Tabla 6. 5:** Proyección de la Demanda

CRITERIOS	ANÁLISIS DE LA DEMANDA					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
N° Potenciales Clientes	1.251	1.277	1.304	1.331	1.359	1.388
Precio Promedio	\$ 250,00	\$ 262,50	\$275,63	\$ 289,41	\$ 303,88	\$319,07
Ingreso promedio	\$312.740,00	\$335.272,92	\$359.429,33	\$385.326,21	\$413.088,97	\$442.852,03

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

**Tabla 6. 6:** Proyección de la Oferta

CRITERIOS	ANÁLISIS OFERTA					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
N° Clientes atendidos	60	61	63	64	65	67
Ventas promedio	\$ 250,00	\$262,50	\$275,63	\$289,41	\$303,88	\$319,07
Ingreso promedio	\$ 15.000,00	\$16.080,75	\$17.239,37	\$18.481,46	\$19.813,05	\$21.240,58

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

**Tabla 6. 7:** Proyección de la demanda insatisfecha

CRITERIOS	ANÁLISIS DEMANDA INSATISFECHA					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Demanda Clientes	1.191	1.216	1.242	1.268	1.294	1.321
Precio Promedio	\$250,00	\$262,50	\$275,63	\$289,41	\$303,88	\$319,07
Demanda Monetaria	\$297.740,00	\$319.192,17	\$342.189,96	\$366.844,75	\$393.275,91	\$421.611,44

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

En este caso nuestro segmento de mercado será la demanda insatisfecha, en función de lo cual se realiza la proyección de ingresos:

**Tabla 6. 8:** Presupuesto De Ingresos

DETALLE	INGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Clientes	1.191	1.216	1.242	1.268	1.294	1.321
Segmento del Mercado	10%	11%	11%	12%	12%	13%
Clientes Proyecto	119	122	124	127	129	132
Precio Promedio	\$250,00	\$262,50	\$275,63	\$289,41	\$303,88	\$319,07
Ingreso Mensual	\$29.774,00	\$31.919,22	\$34.219,00	\$36.684,47	\$39.327,59	\$42.161,14
Ingreso Anual	\$357.288,00	\$383.030,60	\$410.627,96	\$440.213,70	\$471.931,10	\$505.933,73

**Elaborado por:** Proyecto Financiero

**Fuente:** Luis F. Díaz

El crecimiento en ventas ha sido del 1% bianual, tomando inicialmente el 10% de la demanda insatisfecha.

## 6.5 Presupuestos de gastos de personal

Es la representación ordenada y clasificada de los gastos que el ayuntamiento debe realizar en un año para cumplir con sus funciones.

El Presupuesto de Egresos constituye el programa anual de gastos del Centro Geriátrico, ya que permite al ayuntamiento:

- Prever los recursos financieros necesarios para la administración.
- Llevar un control estricto de los gastos de la administración.
- Manejar adecuada y honestamente los fondos financieros.

A continuación se presentan los egresos clasificados en costos fijos, costos variables y gastos administrativos.

**Tabla 6. 9: Presupuesto de gastos de personal**

	GASTOS PERSONAL FIJO							T. MES	T.ANUAL
	CANTIDAD	SUELDO	T. SUELDO	APORTE IESS	D. TERCER	D. CUARTO	F.RESERVA		
- Gerente Administrativo	1	1.200,00	1.200,00	145,80	100,00	24,33	100,00	1.570,13	18.841,60
- Asistente Gerencia	1	800,00	800,00	97,20	66,67	24,33	66,67	1.054,87	12.658,40
- Médico General	1	2.500,00	2.500,00	303,75	208,33	24,33	208,33	3.244,75	38.937,00
- Fisioterapista	1	1.100,00	1.100,00	133,65	91,67	24,33	91,67	1.441,32	17.295,80
- Enfermeras	4	600,00	2.400,00	291,60	200,00	97,33	200,00	3.188,93	38.267,20
- Nutricionista	1	850,00	850,00	103,28	70,83	24,33	70,83	1.119,28	13.431,30
- Contador	1	600,00	600,00	72,90	50,00	24,33	50,00	797,23	9.566,80
- Chef	1	800,00	800,00	97,20	66,67	24,33	66,67	1.054,87	12.658,40
- Ayudante de cocina	2	350,00	700,00	85,05	58,33	48,67	58,33	950,38	11.404,60
- Auxiliares de servicio	5	350,00	1.750,00	212,63	145,83	121,67	145,83	2.375,96	28.511,50
- Bodeguero	1	350,00	350,00	42,53	29,17	24,33	29,17	475,19	5.702,30
REMUNERACION PRIMER AÑO								<b>17.272,91</b>	<b>207.274,90</b>

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

**Tabla 6. 10: Presupuesto gastos administrativos, ventas, operativos y financieros.**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	AÑOS				
	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Remuneraciones	48.795,80	51.235,59	53.797,37	56.487,24	59.311,60
Capacitación	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
<b>Subtotal</b>	<b>49.295,80</b>	<b>51.760,59</b>	<b>54.348,62</b>	<b>57.066,05</b>	<b>59.919,35</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
Arriendos	-	-	-	-	-
Depreciaciones	20.898,33	20.898,33	20.898,33	10.913,33	10.913,33
Amortizaciones					
Mantenimiento y seguros	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Energía eléctrica	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Agua potable	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Teléfono	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Viáticos y movilización	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Gastos de transporte	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Papelería	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Suministros diversos	4.400,00	4.620,00	4.851,00	5.093,55	5.348,23
Gastos de Publicidad y Propaganda	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
Otros Egresos	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51
<b>Subtotal</b>	<b>47.418,33</b>	<b>48.744,33</b>	<b>50.136,63</b>	<b>41.613,55</b>	<b>43.148,56</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Remuneraciones	82.906,50	87.051,83	91.404,42	95.974,64	100.773,37
<b>Subtotal</b>	<b>82.906,50</b>	<b>87.051,83</b>	<b>91.404,42</b>	<b>95.974,64</b>	<b>100.773,37</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Pago préstamo	39.630,93	39.630,93	39.630,93	39.630,93	39.630,93
<b>Subtotal</b>	<b>39.630,93</b>	<b>39.630,93</b>	<b>39.630,93</b>	<b>39.630,93</b>	<b>39.630,93</b>
<b>TOTAL</b>	<b>219.251,56</b>	<b>227.187,68</b>	<b>235.520,60</b>	<b>234.285,17</b>	<b>243.472,21</b>
Mensual	18.270,96	18.932,31	19.626,72	19.523,76	20.289,35

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

## 6.6 Estructura de Financiamiento

Para la creación del Centro Geriátrico se requiere de una inversión inicial que asciende a \$66.613, los cuales se financiarán como se muestra en el siguiente Tabla 6:

**Tabla 6. 11:** Estructura de Financiamiento

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
Capital propio	50%	148.467,50
Crédito	50%	148.467,50
<b>Total Inversión</b>	<b>100%</b>	<b>\$296.935,00</b>

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

A continuación se muestra la Tabla 6. De amortización por el valor total del crédito \$148.467,50 con una tasa de interés del 12% a 60 meses plazo.

**Tabla 6. 12:** Amortización mensual

Monto	148.467,50
Tasa de interés	12,00%
Plazo	60
Frecuencia	Mensual

<b>Cuota</b>	<b>Fecha de Pago</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Total Cuota</b>	<b>Saldo Reducido</b>
1	2013-01-10	23.055,55	16.575,38	39.630,93	125.411,95
2	2014-01-10	25.979,58	13.651,35	39.630,93	99.432,37

CONTINUA

3	2015-01-10	29.274,44	10.356,49	39.630,93	70.157,93
4	2016-01-10	32.987,17	6.643,76	39.630,93	37.170,77
5	2017-01-10	37.170,77	2.460,16	39.630,93	-
Total				<b>70.489,96</b>	

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

### 6.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio indica que los ingresos totales percibidos son iguales a los costos de producción, para determinar este punto de equilibrio de manera satisfactoria se debe identificar los costos fijos y variables que intervienen en el proyecto 21 A continuación se presenta el cálculo del punto de equilibrio en unidades:

**Tabla 6. 13:** Datos Punto de Equilibrio

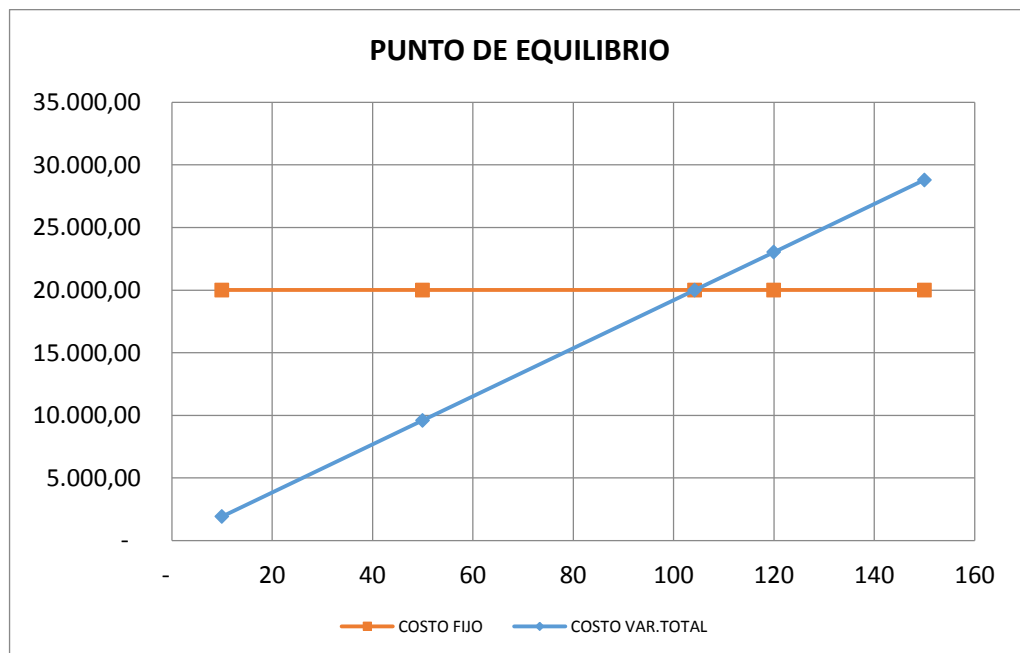
<b>DATOS</b>	
<b>PRECIO UNITARIO</b>	\$ 250,00
<b>UNIDAD P.E.</b>	<b>104</b>
<b>INGRESO TOTAL DE P.E.</b>	<b>\$ 26.059,42</b>
<b>COSTO FIJO</b>	\$ 20.012,49
<b>COSTO UNIT. VARIABLE</b>	\$ 58,01
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 20.070,50
<b>MARGEN CONTRIBUCIÓN</b>	\$ 191,99
<b>PEQ = CF/(P-CVU)</b>	<b>104,24</b>
<b>VALOR EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 26.059,42</b>

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

**Tabla 6. 14:** Datos Punto de Equilibrio

A	B	C=A*B	D	E	F=B*E
PRECIO VENTA UNIT.	CANTIDAD	INGRESOS TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VAR. UNIT.	COSTO VAR.TOTAL
250,00	10	2.500,00	20.012,49	191,99	1.919,89
250,00	50	12.500,00	20.012,49	191,99	9.599,45
250,00	104	26.059,42	20.012,49	191,99	20.012,49
250,00	120	30.000,00	20.012,49	191,99	23.038,68
250,00	150	37.500,00	20.012,49	191,99	28.798,35



**Elaborado por:** Proyecto Financiero

**Fuente:** Luis F. Díaz

En la Tabla 6. muestra que el punto de equilibrio donde la empresa no gana ni pierde es de \$26.059,42. Por encima de este valor el Centro empezará a tener ganancias. La capacidad esperada del centro es de 6.960 personas/año lo que indica que la empresa tiene un 32% para generar utilidades, por lo tanto el Centro debe tratar de mantener el precio a través de una optimización de recursos y de una utilización adecuada de la capacidad instalada.

## 6.8 Estados Financieros

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta

información resulta útil para la administración, gestor, regulador y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituyen el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos que, en la mayoría de los países del mundo, deben registrarse en organismos de control públicos o privados para poder ejercer la profesión

### 6.9 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

En la Tabla 6. se presenta a continuación los estados de pérdidas y ganancias del proyecto puro y del inversionista.

**Tabla 6. 15:** Estado de Resultados

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>Cuentas</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Ingresos Netos	357.288	383.031	410.628	440.214	471.931
Costo de Ventas	-	-	-	-	-
<b>=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>357.288</b>	<b>383.031</b>	<b>410.628</b>	<b>440.214</b>	<b>471.931</b>
(-) Gastos de Ventas	82.907	87.052	91.404	95.975	100.773
(-) Gastos de Operación	47.418	48.744	50.137	41.614	43.149
(-) Gastos de Administración	49.296	51.761	54.349	57.066	59.919
<b>= UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>226.963</b>	<b>247.234</b>	<b>269.087</b>	<b>302.626</b>	<b>328.009</b>
(+) Ingresos no operativos					
(-) Gastos financieros	39.631	39.631	39.631	39.631	39.631
(-) Otros Egresos	-	-	-	-	-
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>187.332</b>	<b>207.604</b>	<b>229.456</b>	<b>262.995</b>	<b>288.378</b>
(-) Provisión para trabajadores 15%	28.100	31.141	34.418	39.449	43.257
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>159.232</b>	<b>176.463</b>	<b>195.038</b>	<b>223.545</b>	<b>245.122</b>
(-) Provisión Impuesto Renta 24%	38.216	42.351	46.809	53.651	58.829
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>121.017</b>	<b>134.112</b>	<b>148.229</b>	<b>169.895</b>	<b>186.292</b>

**Elaborado por:** Proyecto Financiero

**Fuente:** Luis F. Díaz



## **6.10 Estado de Origen y Aplicación de Fondos**

El Estado de Origen y Aplicación de Fondos es una herramienta más del análisis económico financiero a través del cual se obtienen las variaciones que han ocurrido en las masas patrimoniales de una empresa mediante la comparación de las mismas entre dos ejercicios contables con el fin de determinar cuáles han sido las fuentes que se han generado en dicho periodo de tiempo como resultado del ciclo de explotación de la empresa y en que han sido aplicadas o usadas las mismas.

Dicho en otras palabras cuales han sido los fondos o los recursos económicos financieros que ha generado la empresa producto de su gestión y en que han sido aplicados o utilizados los mismos.

De ahí su importancia para conocer si nuestra actividad ha sido desarrollada con la eficiencia esperada y que los resultados económicos obtenidos respondan a los objetivos y estrategias económico financiera que se haya trazado la empresa.

El proyecto se financiará el 70 % del total de la inversión a través de crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional, mientras que la diferencia, el 30 %, se cubrirá con capital propio conformado por los socios de la empresa. Así se presenta el siguiente Tabla 6. :

**Tabla 6. 16:** Estado de origen y aplicación de fondos

Flujo de Caja								
FLUJO DE EFECTIVO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL	% PART
RUBROS	AÑOS							
	0	1	2	3	4	5		
<b>INGRESOS</b>								
INGRESOS VENTAS		357.288	383.031	410.628	440.214	471.931		
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>357.288</b>	<b>383.031</b>	<b>410.628</b>	<b>440.214</b>	<b>471.931</b>	<b>2.063.091</b>	100%
<b>EGRESOS O COSTOS</b>								
PROVEEDORES		-	-	-	-	-	-	
GASTOS OPERATIVOS		47.418	48.744	50.137	41.614	43.149	231.061	9,14%
GASTOS ADMINISTRATIVOS		49.296	51.761	54.349	57.066	59.919	272.390	12,70%
GASTOS DE VENTA		82.907	87.052	91.404	95.975	100.773	458.111	
GASTOS FINANCIERO		39.631	39.631	39.631	39.631	39.631	198.155	
DEPRECIACIÓN		20.898	20.898	20.898	10.913	10.913	84.522	2,31%
INVERSION	296.935,00	-	-	-	-	-	-	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>296.935,00</b>	<b>240.150</b>	<b>248.086</b>	<b>256.419</b>	<b>245.198</b>	<b>254.386</b>	<b>1.244.239</b>	53,90%
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>(296.935,00)</b>	<b>117.138</b>	<b>134.945</b>	<b>154.209</b>	<b>195.015</b>	<b>217.546</b>	<b>818.852</b>	46,10%

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

## 6.11 Evaluación Financiera

Cuando los proyectos fallan, a menudo es por causa de la falta de investigación al principio. Afortunadamente, esto puede evitarse. Cuando una empresa inicia un proyecto, es necesario determinar exactamente cuáles son los riesgos, beneficios y ganancias inherentes en ello. En el mundo financiero, esta investigación se denomina evaluación financiera de proyectos.

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

La evaluación financiera de proyectos está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto.

## 6.12 Determinación de la Tasa de Descuento

La tasa utilizada para descontar los flujos futuros de efectivo mediante la técnica del valor presente neto es una variable clave de este proceso. Sin embargo, no es fácil de determinar pudiendo utilizarse distintos datos en función del objetivo de la valoración,

En una empresa el costo de capital (después de impuestos) es de uso frecuente, pero muchas personas creen que es apropiado utilizar mayores tasas de descuento para ajustar por el riesgo u otros factores. Una tasa de descuento variable con tasas más altas aplicadas a los flujos de efectivo que ocurren más a lo largo del período de tiempo podría ser utilizada para reflejar la prima de la curva de rendimientos para la deuda a largo plazo.

**Tabla 6. 17:** Tasa de descuento para el proyecto

<b>TASA DE DESCUENTO PARA EL PROYECTO</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR (%)</b>
Rentabilidad a largo plazo, bonos	10
Prima por riesgo	2
<b>Tasa de Descuento para el Proyecto</b>	<b>12%</b>

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

## 6.13 Criterios de Evaluación

### 6.13.1 Valor Actual Neto

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del

proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial.

Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

Dónde:

$V_t$  = Flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$  = Inversión Inicial.

$n$  = Número de períodos considerado.

$k$  = Tasa de descuento

La interpretación del VAN consiste en que si su valor es menor que cero:

- El proyecto no es viable ni rentable; igual a cero: el proyecto es viable pero no rentable;
- Y mayor que cero: el proyecto es viable y rentable.

Considerando la inversión inicial de \$69728 y una tasa de descuento del 12%, el VAN para el proyecto puro es el siguiente:

**Tabla 6. 18:** Valor Actual Neto (Van) del Proyecto

<b>VAN</b>	<b>\$272.369,40</b>
------------	---------------------

Elaborado por: Proyecto Financiero

Fuente: Luis F. Díaz

Se divisa que el VAN del proyecto es mayor a cero, lo que da cuenta que el proyecto es viable y rentable.

### **6.13.2 Tasa Interna de Retorno**

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión.

Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse. Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no.

- TIR del Proyecto

<b>TIR</b>	<b>40,53%</b>
------------	---------------

De acuerdo al cálculo aplicado en Excel la Tasa Interna de Retorno es del 40,53%.

### 6.13.3 Período de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión.

Por su facilidad de cálculo y aplicación, el período de recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el valor presente neto y la tasa interna de retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

INVERSIÓN	296.935,00
PROMEDIO FLUJO DE CAJA	151.908,78

PRK=  $\frac{\text{Inversión}}{\text{Promedio Flujo de Caja}}$

PRK=  $\frac{296.935,00}{151.908,78}$

PRK= **1,95**

<b>1</b>	<b>año</b>	
1	12	meses

0,95	X	<b>11,4</b>
<b>11</b>	<b>meses</b>	
1	30	días
0,4	X	<b>12</b>
<b>12</b>	<b>días</b>	

**PRK= 1 año, 11 meses, 12 días**

#### **6.13.4 Relación Costo- Beneficio**

El análisis de costo-beneficio es un término que se refiere tanto a una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos; o un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

Bajo ambas definiciones, el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis costo-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio.

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el costo son exitosos, caso contrario fracasan

Una relación  $B/C > 1$ , implica que los ingresos totales son mayores a los egresos totales, por lo que el proyecto es aceptable. Si la relación es  $B/C = 1$ , significa que los ingresos totales son iguales a los egresos totales por lo que el proyecto es indiferente. Con una relación  $B/C < 1$ , quiere decir que los

ingresos totales son menores que los egresos totales, por lo que el proyecto no es aconsejable.

La relación del costo beneficio es de \$1,39, es decir por cada dólar invertido, se genera \$0,39 en ganancia.



## 6.14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- El Centro Geriátrico a crearse brindará servicios de atención médica, el mismo que ayudará a contar con un control permanente y adecuado de la salud del adulto mayor, al igual que el centro ofrecerá terapias de rehabilitación física y mental, alimentación adecuada mediante bases a una dieta establecida por nutricionistas calificados en su área permitiendo estos beneficios mantener un estado de salud equilibrado al paciente.
- Mediante el análisis de factibilidad de la creación de un centro geriátrico se determinó puntualizar, investigar y realizar los estudios necesarios para establecer los requerimientos obligatorios para su respectiva creación.
- Mediante el análisis de campo ejecutado a las personas adultas mayores y familiares de los mismos de la ciudad de Latacunga, colaboro a precisar el tipo de servicio que necesitan y el mismo que ofertara el Centro Geriátrico, mediante el servicio exclusivo de atención personalizada, cuidados exclusivos y compañía en sociedad a las personas mayores a 65 años.
- Como se puede evidenciar existe una demanda apropiada para brindar el servicio que el Centro de Geriátrico ofrecerá en sus dos modalidades como son: Estancia Permanente y Guardería Diaria, los datos se pueden evidenciar por los datos obtenidos en las encuestas realizadas y los datos proporcionados por el INEC de los censos realizados.
- El Centro Geriátrico posee espacios verdes que permiten al adulto mayor, realizar actividades físicas y sociabilizar a su vez con otras

personas con las mismas necesidades de afecto y consideración, esto logrará que los pacientes tengan una mejor calidad de vida.

## Recomendaciones

- En lo que respecta al Plan de Marketing, se pretende dar a conocer por medio de vallas publicitarias, así también como en anuncios en periódicos, revistas y televisión; es una publicidad agresiva porque nuestro proyecto es nuevo y tenemos que darnos a conocer de la forma más rápida posible. Por lo que es recomendable no perder esta buena estrategia, mediante estos planes se podrá dar a conocer cada vez más los servicios que presta nuestro centro al igual que el testimonio personal de las pacientes se podrá obtener una mayor acogida.
- Brindar capacitación óptima y oportuna al personal que labora dentro de las instalaciones del Centro Geriátrico en temas referidos a atención al cliente y primeros auxilios, y todos los necesarios en cada una de sus funciones, esto permitirá que se brinde un servicio de excelencia.
- Los estudios realizados para la creación de dicho proyecto tanto de mercado, técnico, institucional y financiero, permiten exteriorizar que el plan establecido es viable y rentable por lo que es importante adquirir y determinar los recursos necesarios para efectuar el proyecto.
- Para el diseño del Centro Geriátrico no solo se deberá tomar en cuenta la decadencia o dependencia física de la persona, sino también determinar las condiciones en las que ingresara al centro, puesto que el objetivo principal del centro es el de motivar al adulto mayor a vivir en armonía, alegría y bienestar evitando problemas de soledad, depresión, ansiedad y otras enfermedades crónico degenerativas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, Joaquín (2009), Dependencia en geriatría, España: Salamanca Universidad de. Salamanca.
- BATAILLE, Georges (2008), La parte maldita precedida de la noción de consumo, (3ra. ed.). Barcelona: ICARIA S.A.
- BÁEZ, Clara (2008), Oferta y demanda de información y capacitación para un mejor relacionamiento institucional estado- sociedad civil, (2da.ed.).Santo Domingo: Amigo del Hogar.
- BORRÀS, Vicent (2009), Psicología económica y del comportamiento del consumidor, (2da. Ed.). Barcelona: UOC.
- CASADO, Ana (2009), Dirección de marketing. (2da. ed.). San Vicente: Club Universitario.
- GARCÍA, José (2008), Los derechos y los años: otro modo de pensar y hacer política en Latino América: los Adultos mayores, Madrid: Plaza y Valdés.
- VELÁZQUEZ (2009), Curso elemental de psicología, (2da.ed.). México: compañía general de ediciones.
- PERLADO, Fernando (2009), Teoría y práctica de la geriatría, (2da. ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- KEAT, Paul (2008), Economía de empresa, (8va. Ed.). México: Lisa Matos.
- EROSSA, Victoria (2009), Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología), (2da. ed.). México: LIMUSA.

- FISHER Laura y ESPEJO Jorge (2008), Mercadotecnia, (3ra. ed.). Mc Graw Hill – Interamericana.
- KOTLER, Philip (2009) Dirección de Mercadotecnia, (8va ed.). Bogotá: Norma.
- ROMERO, Ricardo (2008), Marketing, (S.I). Palmir.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), (2009), Lineamientos Básicos Para El Mejoramiento Del Sistema Nacional de Investigación, (4ta.ed.), San Salvador.

### NETGRAFÍA

- O.M.S, (2010), La salud mental y los adultos mayores, Ginebra: Institute for health metrics and evaluation. Disponible en: <http://www.who.in/mediacentre/factsheets/fs381/es/>. Consultado el: 13-11-2012.
- U.D.C, (2009, Calidad De vida y envejecimiento, Santiago de Chile: Universidad de Chile. Disponible en: <http://www.uchile.cl/porta/investigacion/programas-de-investigaciondomeyko/linea-salud/proyectos-e-iniciativas/calidad-de-vida-y-envejecimiento/52317/descripcion>. Consultado en: 04-01-2013.
- ActiLean Visitor To Health Education, (2013), Estilo de vida saludable para adultos mayores, (S.I). RelayHealth. Disponible:• <http://actileanhealthinformatics.net/docs/spanish/aha/httpcom.spa.asp>. Consultado en: 22-01-2013.
- Fundación MAPFRE, (2012), Enfermedades crónicas degenerativas en el adulto mayor y conducción, Valencia. (S. Ed.). Disponible:

<http://www.medicosporlaseguridadvial.com/enfermedades-cronicas-degenerativas-e-el-adulto-mayor-y-conduccion>. Consultado el: 15-03-2013.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2012), El adulto mator y la jefatura del hogar de Guayaquil: Rayos de armonía. Disponible en: <http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis4.pdf>. Consultado el: 17-04-2013.
- Drugs.com, (2011), Descuido de un Adulto mayor por familiares y cuidadores, (S.I). Cerner Multum. Disponible en: [http://www.drugs.com/cg\\_esp/descuido-de-un-adulto-mayor-por-familiares-y-cuidadores.html](http://www.drugs.com/cg_esp/descuido-de-un-adulto-mayor-por-familiares-y-cuidadores.html). Consultado el: 19-06-2013. Ministerio de Inclusión Económica y Social, (2012), Políticas firmes de protección para adultos mayores, Quito. (S.Ed.). Disponible en: [http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/suplemento\\_octubre.pdf](http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/suplemento_octubre.pdf). Consultado en: 22-07-2013.

# **ANEXOS**

**ANEXO 1**







**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el Sr. Luis Fernando Díaz Acuña, bajo nuestra supervisión.

---

**ING. JULIO TAPIA L.  
DIRECTOR DE PROYECTO**

---

**LIC. EDISON CABEZAS  
CODIRECTOR DE PROYECTO**

---

**ING. XAVIER FABARA  
DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**DR. RODRIGO VACA  
SECRETARIO ACADÉMICO**