UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO GERONTOLÓGICO DE INTEGRACIÓN PARA EL ADULTO MAYOR CIDAM"

Tesis previa a la obtención del
título de Ingeniero Comercial

Autores:

Nieto Abad Edison Freddy

Parra Feijóo Elizabeth Esperanza

Directora:

Ing. Diana Calle Ramírez, Ms.C.

Cuenca, Agosto 2013

DEDICATORIAS

Con todo el amor dedico este trabajo a toda mi familia, por estar pendiente de cada paso que daba en todo el transcurso de mi carrera, a mi esposa Jenny Ávila, mis hijos: Neicer, Anderson y Alexander Nieto Ávila, mi mami Blanca Abad, mi tía Digna Abad y mi abuelita Victoria Palacios. Para mis hermanos Cristian y Stalyn que estudien con esmero y sigan adelante, y que sea yo un ejemplo de perseverancia para alcanzar los sueños anhelados, a todos los que de una u otra manera me ayudaron en este largo camino, que con mucha felicidad culmina, que Dios les llene de bendiciones.

Edison

Dedico el siguiente trabajo de manera especial a mis padres que inculcaron en mí, el valor de la responsabilidad, dedicación y estudio; para ser aún; un mejor ser humano. A mi madre Esperanza Feijóo que día a día lucha incansablemente por mi bienestar y felicidad; aunque se olvide de la suya propia. A mi padre Arturo Parra (+) que de seguro a de estar orgulloso allá en el cielo de mis logros y bendiciéndome para las metas por cumplir en mi vida, a mi abuelita Aurora Fajardo (+) que fue la persona quién inspiró esta investigación sin embargo; ya no está entre nosotros para justificar la misma, y a Marlon por su amor, paciencia y apoyo a lo largo de este camino.

Elizabeth

AGRADECIMIENTOS

"No te desanimes si el camino es largo, si no te detienes; llegarás"

Con la ayuda de Dios, puedo ver: alcanzado un sueño tan anhelado, un objetivo que me propuse con un miedo envolvente pero con la visión bien planteada de poder conseguir las herramientas y un título profesional para ser competitivo en el mercado laboral. Quiero agradecer a mi familia por el apoyo incondicional, a mi esposa mis hijos, por comprenderme que tuve que dedicar más tiempo a los estudios que a ellos, a mi madre por sus bendiciones y abnegaciones, a mi compañera Elizabeth Parra ya que a pesar de los sufrimientos salimos adelante y a todos mis seres queridos. Mil gracias a todos los profesores de la universidad, en especial a la Ing. Diana Calle por su tiempo y esmero.

Edison

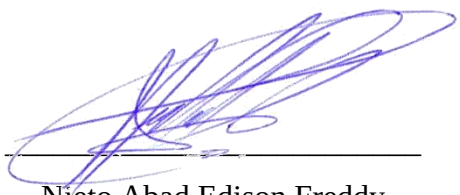
Agradezco principalmente a Dios por no haberse olvidado de levantarme cada día de mi vida y durante la realización de esta labor, agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana por los conocimientos y herramientas impartidas a lo largo de mi carrera que llevadas de la mano de mis habilidades personales de seguro formaron a una gran profesional del campo laboral y de valores salesianos, a mi compañero Edison Nieto por haberme acompañado en la trayectoria de este más que un trabajo; un sueño compartido, a mis profesores y amigos por su ayuda incondicional; y en especial a la Ingeniera Diana Calle por su apoyo y entereza para esta investigación.

Elizabeth

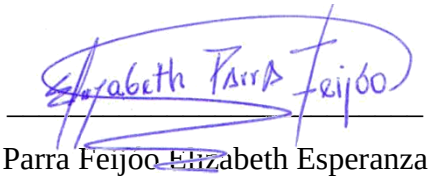
DECLARATORIA

Nosotros, Nieto Abad Edison Freddy y Parra Feijóo Elizabeth Esperanza, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado por ningún grado o calificación profesional y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad Politécnica Salesiana, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la Normativa Institucional Vigentes.



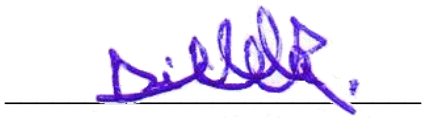
Nieto Abad Edison Freddy



Parra Feijoo Elizabeth Esperanza

CERTIFICACIÓN

El presente proyecto de tesis “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro Gerontológico de Integración para el Adulto Mayor CIDAM”, realizado por los estudiantes: Nieto Abad Edison Freddy y Parra Feijóo Elizabeth Esperanza, fue dirigido por mi persona



Ing. Diana Calle Ramírez, Ms.C.

RESUMEN

Esta investigación presenta el estudio de factibilidad para la creación de un Centro Gerontológico de Integración para el Adulto Mayor para la Parroquia San Joaquín en la Ciudad de Cuenca *CIDAM;* en un principio se analizan los conceptos teóricos que engloban la creación de una empresa en general; tanto de estudios como de marketing. Se observa e investiga el mercado, de manera que proyecte resultados concluyentes para decidir por la factibilidad o no del proyecto; determinando el número de encuestas suficientes para interpretar la opinión de la población objetivo. Además se estructura el plan de marketing que comprende el desarrollo de marca y un plan de publicidad, que ayude a posicionar al centro dentro del mercado cuencano. Por último, se analizan los costos y precios totales del centro; que incluyen: inversiones, proyección de ingresos y costos, ratios financieros y análisis de *VAN* y *TIR*; todos estos conceptos ratifican la viabilidad técnica y financiera del proyecto *CIDAM*.

Palabras clave: Estudio de factibilidad, gerontológico, CIDAM, adulto mayor, desarrollo de marca, análisis financiero.

ABSTRACT

This research presents the feasibility study for the creation of a Gerontology Center Integration for Older Adults for the Parroquia San Joaquín at the Cuenca City CIDAM, at first analyzes the theoretical concepts about the establishment of a company in general; both studies and marketing. It observes and investigates the market, so that results to decide the feasibility or otherwise of the project, define the number of inquests sufficient to interpret the judgments of the target population. Besides, the marketing plan structure includes branding and advertising plan that help us to positioning the institution in Cuenca market. Finally, analyzes the costs and total prices of the establishment, which include: investments, projected earnings and costs, financial ratios and NPV and IRR analysis, all these concepts confirm the technical and financial feasibility of the project CIDAM.

Keywords: Feasibility Study, gerontology, CIDAM, elderly, branding, financial analysis.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS XII
ÍNDICE DE TABLAS XIV
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS CIDAM 1
1.1. Introducción 1
1.2. Estudio de Mercado 2
1.2.1. Definición del Estudio de Mercado. 2
1.2.2. Fórmulas para el tamaño de la Muestra 3
1.2.3. Tipos de Segmentación 4
1.2.4. Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter 5
1.2.5. Enfoque de Porter del Análisis de la Industria 5
1.2.6. Modelo de las 7 P'S 6
1.2.7. Modelo BCG 7
1.2.8. Ciclo de vida del servicio 8
1.2.9. Modelo de Tácticas Competitivas 10
1.2.10. Los cómos del Marketing 10
1.2.10.1. How to please customers? ¿Cómo deleitar a los clientes? 10
1.2.10.2. How to respond to changing market condition? ¿Cómo responder a los constantes cambios del entorno? 11
1.2.10.3. How to outcompete with the rivals? ¿Cómo competir con los competidores? 11
1.2.10.4. How to grow the business? ¿Cómo hacer crecer a la empresa? 11
1.2.10.5. How to manage each functional piece of the business and develop needed organizational capabilities? ¿Cómo manejar cada área funcional de la empresa para desarrollar las capacidades organizacionales distintas? 12
1.2.10.6. How to achieve strategic and financial objectives? ¿Cómo alcanzar la estrategia y los objetivos financieros? 12
1.3. Estudio Técnico 12
1.3.1. Definición Estudio Técnico 12
1.3.2. ¿Qué es la capacidad instalada? 13
1.3.3. Layout de la empresa 13
1.3.4. Tipos de servicios 13
1.3.5. Tipos de procesos 14
1.4. Estudio Financiero. 15
1.4.1. Definición Estudio Financiero. 15
1.4.2. ¿Qué y cuáles son los tipos de costos? 16
1.4.3. Que es un Flujo de Caja. 18
1.4.4. Tipos de ratios financieros. 19

1.4.4.1. Ratios de liquidez 20
1.4.4.2. Ratio de liquidez corriente 20
1.4.4.3. Ratio de liquidez 21
1.4.4.4. Ratio de liquidez absoluta o Ratio de efectividad o Prueba súper ácida 21
1.4.4.5. Ratios de endeudamiento, solvencia o de apalancamiento. 22
1.4.4.6. Ratio de endeudamiento a corto plazo 22
1.4.4.7. Ratio de endeudamiento a largo plazo 22
1.4.4.8. Ratios de rentabilidad 22
1.4.4.9. Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas 23
1.4.4.10. Ratio de rentabilidad neta sobre ventas 23
1.4.4.11. Ratios de gestión, operativos o de rotación 23
1.4.4.12. Ratio de rotación de cobro 23
1.4.4.13. Ratio de rotación por pagar 24
1.4.4.14. Ratio de rotación de inventarios 24
1.5 Estudio Político Legal 24
1.5.1 Modelo Político Actual 24
1.5.2 Leyes vigentes para el manejo de los centros de ayuda 25
1.6. Plan de Negocios. 26
1.6.1. Definición de un plan de negocios. 26
1.6.2. Objetivos de un plan de negocios. 27
1.6.3. Elementos de un plan de negocios. 29
1.6.4. Utilidad de un plan de negocios. 34
1.7. Estudio psicológico del adulto mayor. 35
1.7.1. Definición de la Psicología. 35
1.7.2. Tipos de Psicología. 35
1.7.3. Tipos de tratamientos Psicológicos. 36
1.7.3.1. Diagnóstico y orientación en Demencias 36
1.7.3.2. Diagnóstico y tratamiento de la Depresión. 36
1.7.3.3. Diagnóstico y Tratamiento de los Trastornos de Ansiedad y Personalidad 37
1.7.3.4. Evaluación del daño psicológico post-ictus (ACV) a nivel 37
1.7.3.5. Impartición de Talleres Específicos para Familiares–Cuidadores según Trastornos 38
2. DIAGNOSTICO CIDAM 39
2.1 Introducción 39
2.2 Estudios de mercado 41
2.2.1 Situación física y psicológica del adulto mayor. 44
2.2.2 Evolución tecnológica dentro de los hogares para cuidado del adulto mayor. 45
2.2.3. Especializaciones en medicina para el cuidado del adulto mayor. 63
2.2.3.1. Proceso de Envejecimiento 63
2.2.3.2. Tipos de Envejecimiento 65

2.2.3.3. Características de los cambios musculo esqueléticos y fisiológicos del envejecimiento. 66
2.2.3.4. Salud del adulto mayor 67
2.2.3.5. Atención médica para el adulto mayor 67
2.2.3.6. Geriatría 67
2.2.3.7. Gerontología 68
2.2.4. Servicios y precios de la competencia sector privado y público. (Benchmarking) 69
2.3. Evaluación del apoyo que brinda el gobierno para entidades públicas y privadas con centros de ayuda para el adulto mayor. 79
2.3.1. Instituto Nacional de Investigaciones Gerontológicas (INIGER) 79
2.3.2. Agenda de Igualdad de Adultos Mayores 80
2.3.2.1. Políticas y Lineamientos Institucionales para las Personas Adultas Mayores 81
2.3.2.2. Apoyo para el Adulto Mayor en la Ciudad de Cuenca 82
2.4. Identificar la tecnología actual para el cuidado del adulto mayor. 83
3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD/PLAN DE NEGOCIOS Y MARKETING. 85
3.1. Introducción. 85
3.2 LAYOUT de CIDAM 87
3.3 Análisis Macro y Microentorno que afecta a CIDAM 88
3.3.1 Macroentorno 88
3.3.1.1 Demográfico 88
3.3.1.2 Económico 92
3.3.1.3 Tecnológico 94
3.3.1.4 Político 95
3.3.1.5 Cultural 96
3.3.1.6 Social 97
3.3.1.7 Entorno 98
3.3.2 Microentorno 99
3.3.2.1 Clientes 99
3.3.2.2. Proveedores 100
3.3.2.3. Mercado 101
3.3.2.4. Competencia 102
3.4 Identificar dentro del marco legal todas las leyes que afecten al CIDAM. 104
3.4.1 Acuerdo Ministerial 104
3.4.2 Codificación de la Ley del Anciano 110
3.4.3 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) 110
3.4.4 Plan de Ordenamiento Territorial Parroquia San Joaquín 111
3.4.4.1. Modelo Territorial Actual 111
3.4.4.2. Actividades Económicas 111
3.4.4.3. Usos de Suelo y Actividades relativos a Equipamiento 112

3.4.5 Permisos de funcionamiento....112
3.4.5.1 Certificado Único de Funcionamiento o C.U.F....112
3.4.5.2 Permiso del Cuerpo de Bomberos....113
3.4.5.3 Permiso del Ministerio de Salud Pública....113
3.4.5.4 Permiso de la Policía Nacional....113
3.4.5.5 Permisos Ambientales emitidos por la C.G.A. (Comisión de Gestión Ambiental). 114
3.4.6 Requisitos de Constitución....114
3.5 Análisis de Joint Venture para CIDAM 115
3.6 Validar mecanismos de sistema de control para cada necesidad.....116
3.6.1 Modelo PHVA....116
3.7 PLAN DE NEGOCIOS. 119
3.7.1 Estructura Organizacional CIDAM. 119
3.7.1.1 Reseña histórica. 119
3.7.1.2 Resumen ejecutivo....119
3.7.1.3 Misión. 120
3.7.1.4 Visión 120
3.7.1.5 Objetivos....120
3.7.1.6 Valores. 120
3.7.1.7 Organigrama Institucional....121
3.7.1.8 Perfiles del Cargo 122
3.7.1.9 Manual de funciones....123
3.7.1.10 Diseñar programas de capacitación al personal para atención al adulto mayor. 127
3.7.2 FODA ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA. 135
3.7.2.1 Análisis interno fortalezas y debilidades....135
3.7.2.2. Análisis externo oportunidades y amenazas. 136
3.7.2.3. FODA Cruzado....137
3.7.2.4. Análisis de la Industria basado en las cinco fuerzas de Porter. 137
3.7.2.5. Análisis de la cadena de valor. 143
3.8. PLAN DE MARKETING 147
3.8.1. Desarrollo de Marca 147
3.8.1.1. Fuente del Mensaje....148
3.8.1.2. Anuncios por medios....150
3.8.1.3. Costos de Medios de Publicidad....152
3.8.2. Marketing Estratégico 4 P´s 153
3.8.2.1. Producto....153
3.8.2.2. Precio....155
3.8.2.3. Plaza 156
3.8.2.4. Promoción....157
3.8.3. Análisis del Ciclo de Vida de *CIDAM*....158
3.8.4. Análisis de la Matriz BCG (Boston Consulting Group) del Servicio 159

3.8.5. Amplitud, Longitud y Profundidad de los Servicios de CIDAM 160
3.8.5.1. Amplitud 160
3.8.5.2. Longitud 161
3.8.5.3. Profundidad 161
3.9. RENTABILIDAD DE LA EMPRESA 162
3.9.1. Plan de Inversiones 162
3.9.2. Proyección de los ingresos y costos. 163
3.9.3. Flujos de efectivo 168
3.9.4. Análisis Económico (VAN, TIR) 169
3.9.5. Análisis de la Rentabilidad de la Empresa 170
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 172
5. BIBLIOGRAFÍA 175
ANEXOS 178

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Modelo de las cinco fuerzas de Porter 5
Figura 1.2: Mezcla de Mercadotecnia Extendida 6
Figura 1.3: Matriz Boston Consulting Group 7
Figura 1.4: Ciclo de Vida del Servicio/Producto 9
Figura 1.5: Tipos de Procesos. 14
Figura 1.6: Ciclo de Vida de un Proyecto 16
Figura 1.7: Razones del Balance General 19

Figura 2.1: Estudio de Mercado CIDAM 44
Figura 2.2: Estudio de Mercado CIDAM 45
Figura 2.3: Estudio de Mercado CIDAM 46
Figura 2.4: Estudio de Mercado CIDAM 46
Figura 2.5: Estudio de Mercado CIDAM 47
Figura 2.6: Estudio de Mercado CIDAM 47
Figura 2.7: Estudio de Mercado CIDAM 48
Figura 2.8: Estudio de Mercado CIDAM 48
Figura 2.9: Estudio de Mercado CIDAM 49
Figura 2.10: Estudio de Mercado CIDAM 50
Figura 2.11: Estudio de Mercado CIDAM 50
Figura 2.12: Estudio de Mercado CIDAM 51
Figura 2.13: Estudio de Mercado CIDAM 52
Figura 2.14: Estudio de Mercado CIDAM 52
Figura 2.15: Estudio de Mercado CIDAM 53
Figura 2.16: Estudio de Mercado CIDAM 54
Figura 2.17: Estudio de Mercado CIDAM 54
Figura 2.18: Estudio de Mercado CIDAM 55
Figura 2.19: Estudio de Mercado CIDAM 56
Figura 2.20: Estudio de Mercado CIDAM 56
Figura 2.21: Estudio de Mercado CIDAM 57
Figura 2.22: Estudio de Mercado CIDAM 58
Figura 2.23: Estudio de Mercado CIDAM 58
Figura 2.24: Estudio de Mercado CIDAM 58
Figura 2.25: Estudio de Mercado CIDAM 59
Figura 2.26: Estudio de Mercado CIDAM 60
Figura 2.27: Estudio de Mercado CIDAM 60
Figura 2.28: Estudio de Mercado CIDAM 61
Figura 2.29: Estudio de Mercado CIDAM 62
Figura 2.30: Estudio de Mercado CIDAM 70
Figura 2.31: Estudio de Mercado CIDAM 71
Figura 2.32: Estudio de Mercado CIDAM 73
Figura 2.33: Estudio de Mercado CIDAM 74

Figura 3.1: Layout de CIDAM 87
Figura 3.2: Índice de Envejecimiento Cantones del Azuay 88
Figura 3.3: Esperanza de Vida Ecuador 89
Figura 3.4: Grupos de Edad 90
Figura 3. 5: Defunciones totales año 2010 (sexo-grupo de edad) 91
Figura 3.6: Ingresos de los Hogares 93
Figura 3.7: Producto Interno Bruto Provincial 94
Figura 3.8: Ciclo PHVA. 117
Figura 3.9: Organigrama Institucional 121
Figura 3.10: Diagrama de flujo de CIDAM 145
Figura 3.11: Ciclo de Vida del Servicio/Producto 158
Figura 3.12: Matriz Boston Consulting Group 159
Figura 3.13: Amplitud de los Servicios de *CIDAM* 160
Figura 3.14: Cuidado Diario 161
Figura 3.15: Terapias 162
Figura 3.16: Atención Médica 162
Figura 3.17: Plan de Inversiones CIDAM. 163
Figura 3.18: Ingresos CIDAM. 165
Figura 3.19: Costos CIDAM. 166
Figura 3. 20: Costos CIDAM. 167
Figura 3.21: Proyección de Flujos Netos de Efectivo CIDAM. 169
Figura 3. 22: Ratios Financieros CIDAM. 170

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Criterios de Segmentación 4
Tabla 1.2: Modelo de Tácticas Competitivas 10
Tabla 1.3: Elementos de un Plan de Negocios/Diferenciación. 29
Tabla 1.4: Elementos de un Plan de Negocios. 30
Tabla 1.5: Contenido del Resumen Ejecutivo. 31
Tabla 1.6: Tipos de Psicología. 35

Tabla 2.1: Distribución parroquial del adulto mayor 43
Tabla 2.2: Cambios Músculo Esqueléticos y Fisiológicos del Envejecimiento 66
Tabla 2.3: FODA de competencia 77
Tabla 2.4: Cuadro comparativo de la competencia del CIDAM 78
Tabla 2.5: Ejes de la Política Pública para las Personas Adultas Mayores 81
Tabla 2.6: Equipamiento de un centro gerontológico 84
Tabla 2.7: Ejercicios a realizar en un adulto mayor 84

Tabla 3.1: Defunciones Totales, por Sexo y Grupo de Edad 2010 91
Tabla 3.2: Perfiles de cargo del personal del CIDAM 123
Tabla 3.3: Programa del personal del CIDAM 130
Tabla 3.4: Capacitaciones del personal de enfermería del CIDAM 131
Tabla 3.5: Capacitaciones del personal de enfermería del CIDAM 133
Tabla 3.6: Capacitaciones del personal del departamento terapéutico del CIDAM 135
Tabla 3.7: FODA cruzado 137
Tabla 3.8: Centros Gerontológicos Ciudad de Cuenca 2013 139
Tabla 3.9: Longitud de los Servicios de *CIDAM* 161

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS CIDAM

1.1. Introducción

En este capítulo se explica brevemente las principales líneas teóricas que engloban a la creación de una empresa en este caso puntual un centro gerontológico para la Ciudad de Cuenca.

Los conceptos incluyen temas relacionados a los distintos estudios que se realizan para convertir una idea en un proyecto, es decir el ciclo que este recorre para su transformación.

El estudio de mercado incluye la determinación del segmento de mercado a atender, además de los puntos críticos que posee el entorno de manera que su análisis es imprescindible. Se deben conocer las| principales variables que cualquier cliente analiza para decidirse por el uso de un servicio o producto.

El estudio técnico incluye los conceptos de capacidad instalada que permite conocer de acuerdo a los recursos existentes que capacidad de atención se puede otorgar, además de los procesos y servicios por los cuales se inclinarían para brindar satisfacción.

El estudio legal analiza el entorno legal del país y que no exista ninguna restricción para la creación de un centro gerontológico a nivel local y los requisitos para consolidarla como una empresa.

El estudio financiero conlleva un análisis exhaustivo y certero de las mediciones financieras que deben tomarse en cuenta para que la inversión que se dé sea la indicada y pueda ser recuperada en el menor tiempo posible, obteniendo ganancias que cubran costos y gastos.

Además se tratan temas de marketing lo que ayuda a formarse una idea de las posibles estrategias a formular para diferenciarse con una empresa similar pero un servicio ideal para el segmento meta.

Los principios psicológicos y físicos que abordan el tema del adulto mayor son importantes al momento de desarrollar una empresa de este tipo ya que el conocimiento de los mismos, ayudará a mantener una idea clara de las características adecuadas e ideales del servicio a ofertar.

1.2. Estudio de Mercado

1.2.1. Definición del Estudio de Mercado.

Se puede definir como la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizado de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing.[1]

El estudio de mercado es el diseño, obtención, análisis y presentación sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que una organización enfrenta. Las empresas utilizan investigación de mercados en una amplia variedad de situaciones, como para estimar el potencial de mercado y la participación de mercado; evaluar la satisfacción y comportamiento de compra de los clientes, y medir así la eficacia de la fijación de precios y si funcionan las actividades de promoción.[2]

El objetivo básico del estudio de mercado es determinar al mercado objetivo o target group al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de comprar, para lo que habrá que determinar cuántas personas componen el mercado, que ingresos tienes, cual es el nivel de vida, como gastan sus recursos, donde se localizan los potenciales de compra, índices de capacidad de compra, etc.[3]

El estudio de mercado nos ofrece una idea clara de la viabilidad y factibilidad de un proyecto, de manera que justifique su creación; proporciona los instrumentos clave para estructurar a detalle el plan de marketing, desarrollo de marca o simplemente las estrategias con las cuales se posicionará a la empresa en el mercado. El éxito de un proyecto depende de la buena realización de este estudio, ya que inclusive de este se estimarán ingresos y costos para determinar la rentabilidad de la misma, a partir del pleno conocimiento de la capacidad instalada y participación en el mercado; variables determinadas a través de este estudio.

[1] PEÑALVER, Pablo, *Tema 5. Estudio de Mercado*, 01/11/2009, pág.4,
[2] KOTLER, Philip y otros, *Fundamentos de Marketing,* Sexta Edición, pág. 160
[3] CASADO, Ana y otros, *Dirección de Marketing (Teoría y Práctica),* ECU, 2006, pág. 95

1.2.2. Fórmulas para el tamaño de la Muestra

Una pregunta frecuente al diseñar un estudio estadístico es cuántos objetos deben tomarse de muestra. Si la muestra es demasiado grande se desperdicia dinero al obtener los datos; en cambio sí es demasiado pequeña la conclusión obtenida será insegura.

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse las siguientes fórmulas:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma =$ Desviación estándar de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral.

Esta fórmula es utilizada cuando el total de la población no rebasa las 100.000 unidades:

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

E = Límite aceptable de error muestral.

Cuando no se conoce el número de la población total se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \left(\frac{Z\propto_{/2} S}{E}\right)^2$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza

S = Desviación Estándar

E = Límite aceptable de error muestral.

1.2.3. Tipos de Segmentación

Segmentar un mercado es descomponer el mercado potencial total de un producto o servicio en un numero de sub-conjuntos lo más homogéneos posibles, con el fin de permitir a la empresa adaptar su política de Marketing a cada uno de los sub-conjuntos.

Existen "*a priori"*, mil maneras posibles de segmentar un mercado. Los criterios de segmentación más frecuentes se pueden clasificar en cuatro categorías principales:

- Criterios geográficos, demográficos y socio-culturales
- Criterios de Personalidad y de Estilo de Vida
- Criterio de comportamiento respecto a un producto determinado
- Criterios de aptitud psicológica respecto a un producto determinado

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN[4]	
Criterios geográficos, demográficos y socio-culturales	Son frecuentemente utilizados por comodidad de manejo: Geográficos: región, categoría, clima Demográficos: edad, sexo, tamaño familiar Sociales, económicos y otros: educación, religión, raza
Criterios de Personalidad y de Estilo de Vida	Se refieren a las características generales del individuo, situándose en el nivel más profundo. Los criterios de personalidad se mezclan con otros para definir los estilos de vida es decir la manera de vivir, ser, de usar el tiempo, de gastar el dinero.
Criterio de comportamiento respecto a un producto determinado	Se refieren a la cantidad de productos consumidos y a los hábitos de consumo o de utilización. Segmentación del mercado en función de las cantidades consumidas Segmentación en función de los hábitos de utilización
Criterios de aptitud psicológica respecto a un producto determinado	A veces no el comportamiento sino las actitudes psicológicas sirven de base a una segmentación. Muchas de las veces es necesario utilizar más de un criterio.

Tabla 1.1: Criterios de Segmentación
Fuente: Autores

[4] PEÑALVER, Pablo, Tema 5. Estudio de Mercado, 01/11/2009, pág.31, http://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/11/tema-05-estudio-de-mercado.pdf

1.2.4. Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

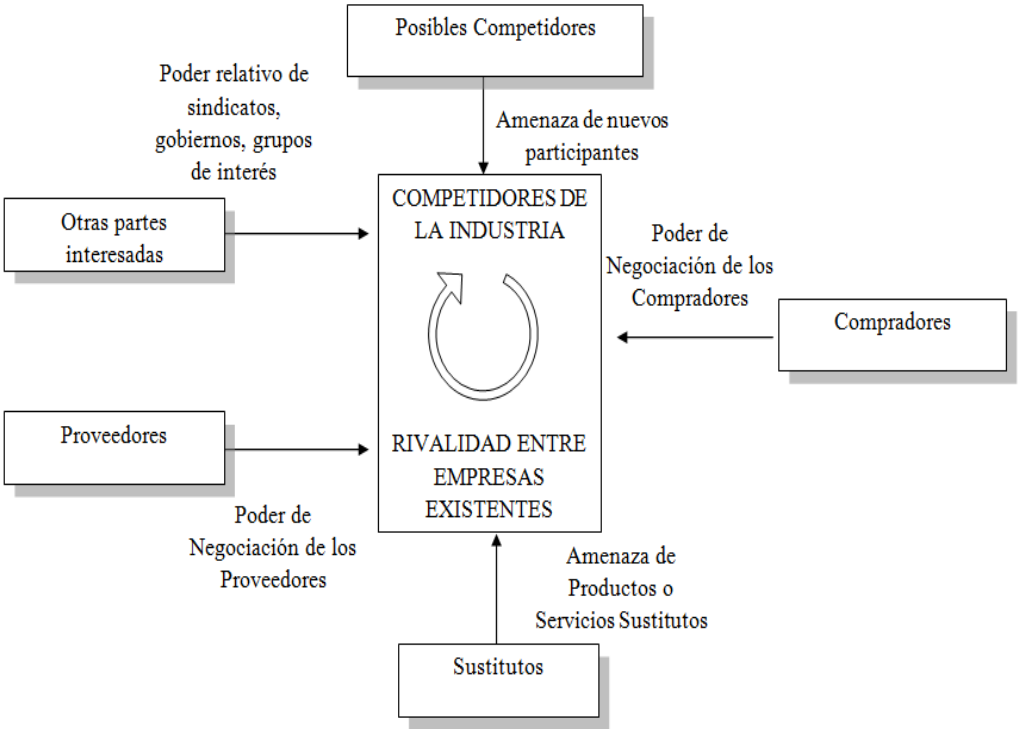


Figura 1.1: Modelo de las cinco fuerzas de Porter
Fuente: WHEELEN, Thomas, otros, *Administración Estratégica y Política de Negocios*, México 2007, pág 82

1.2.5. Enfoque de Porter del Análisis de la Industria

Para analizar cuidadosamente una industria, se debe evaluar la importancia para su éxito de cada una de las seis fuerzas: amenaza de nuevos participantes, rivalidad entre empresas existentes, amenaza de productos o servicios sustitutos, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y poder relativo de las otras partes interesadas. Cuanto más poderosa sea cada una de estas fuerzas, más limitada será la capacidad de las empresas para aumentar sus precios y obtener mayores beneficios, aunque Porter solo propone cinco fuerzas se agrega la fuerza de otras partes interesadas para reflejar el poder de los gobiernos, comunidades, entre otros presentes en el ambiente de tareas que ejercen en las actividades de la industria.[5]

[5] WHEELEN, Thomas, otros, *Administración Estratégica y Política de Negocios*, México 2007, pág 83

1.2.6. Modelo de las 7 P'S

Figura 1.2: Mezcla de Mercadotecnia Extendida
Fuente: Autores

Producto: Todo producto o servicio incluye características tangibles e intangibles que deben ser valoradas por el cliente o consumidor, determinando si las mismas satisfacen sus necesidades y cumplen sus expectativas.

Precio: Esta es la variable más importante de esta mezcla ya que este será el punto clave por el cual el cliente se inclinará a adquirir o no el producto a pesar que sus características sean las mejores; por esta razón es necesario fijar el precio dependiendo al segmento o nicho al que se dirija.

Plaza: Analizar si los canales de distribución son los adecuados y el producto o servicio llega en el momento correcto y esperado por el cliente; y si la elección de dichos canales contribuyen a incrementar las ventas del producto o servicio.

Promoción: En este punto se provee la información necesaria de un producto de manera que se pueda convencer a un cliente de su compra o uso.

Procesos: Trata de explicar de qué manera se lleva a cabo las labores acerca de la venta de un producto o servicio determinado, se puede además establecer un manual de procedimientos que detalle el transcurso de la venta para satisfacer o atraer al cliente.

Personal: El personal debe conocer su desempeño dentro de la organización; y si el mismo contribuye al crecimiento de la misma y al cumplimiento de estrategias y objetivos, además si los clientes perciben la capacidad del personal para resolver sus requerimientos inmediatamente.

Presentación: Muestra el ámbito en el cual se entrega el producto o servicio, es decir es un momento de interacción entre la empresa y el cliente. Es una variable de tratar con cuidado ya que esta es la primera impresión del cliente para con la empresa de lo cual dependerá el éxito o fracaso de ventas futuras.

1.2.7. Modelo BCG

Figura 1.3: Matriz Boston Consulting Group
Fuente: GALLERANO, María, Modelo BCG para el análisis de la mezcla de productos, 2010/07/10, http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2010/07/modelo-bcg-para-el-analisis-de-la.html

La matriz Boston Consulting Group de crecimiento y participación, es la forma sencilla de representar la cartera de inversiones de una corporación cada una de sus líneas de productos o unidades de negocio se registra en una matriz de acuerdo con la

tasa de crecimiento de la industria donde compite y su participación relativa en el mercado. La posición competitiva relativa de una unidad se define como su participación en el mercado de la industria dividida entre la del competidor más grande, además se da a conocer el porcentaje en que han aumentado las ventas de la clasificación de productos de una unidad de negocio en particular. Su propósito es analizar si invertir, retirar la inversión incluso abandonar.[6]

La mayoría de empresas buscan que gran parte de sus productos estén en posiciones como estrellas o vacas lecheras, sin embargo muchos de estos no se ajustan a las características que los consumidores exigen para su satisfacción es por ella que su participación en el mercado y su crecimiento se ve afectado por un factor bajo en cualquiera de estos dos variables lo que exige a la compañía tomar una decisión acertada y concreta acerca del futuro de ese producto en el mercado.

1.2.8. Ciclo de vida del servicio

El ciclo de vida es un producto se define como el tiempo de existencia y las etapas de evolución que caracterizan el desarrollo de un producto en el mercado, desde que es lanzado hasta que se abandona su comercialización. Resultado de establecer una analogía entre la evolución de las ventas de un producto a lo largo del tiempo y la evolución de los seres vivos desde que nacen hasta que mueren, este modelo considera que el comportamiento de las ventas varía a lo largo del tiempo, por lo que es posible establecer cuatro etapas distintas: introducción, crecimiento, madurez y declive.[7]

Un ciclo de vida es fundamental en cualquier empresa diseñar estrategias que pretendan mantener a un producto o servicio en la cúspide es complicado, como el concepto lo explica la introducción es una de las etapas que requiere de mayores costos e inversión para la compañía ya que pretende posicionar inmediatamente algo desconocido para el mercado, la etapa de crecimiento implica menores costos pero es una de las etapas más cortas en este proceso es más muchas de las veces no pasa a la

[6] WHEELEN, Thomas, otros, *Administración Estratégica y Política de Negocios,* México 2007, pág 179

[7] RODRÍGUEZ, Inma, *Principios y Estrategias del Marketing*, 2006, pág. 265

siguiente etapa de madurez sino que termina en un declive presentando crecimientos de moda en donde la tendencia de crecimiento, madurez y declive son inmediatas.

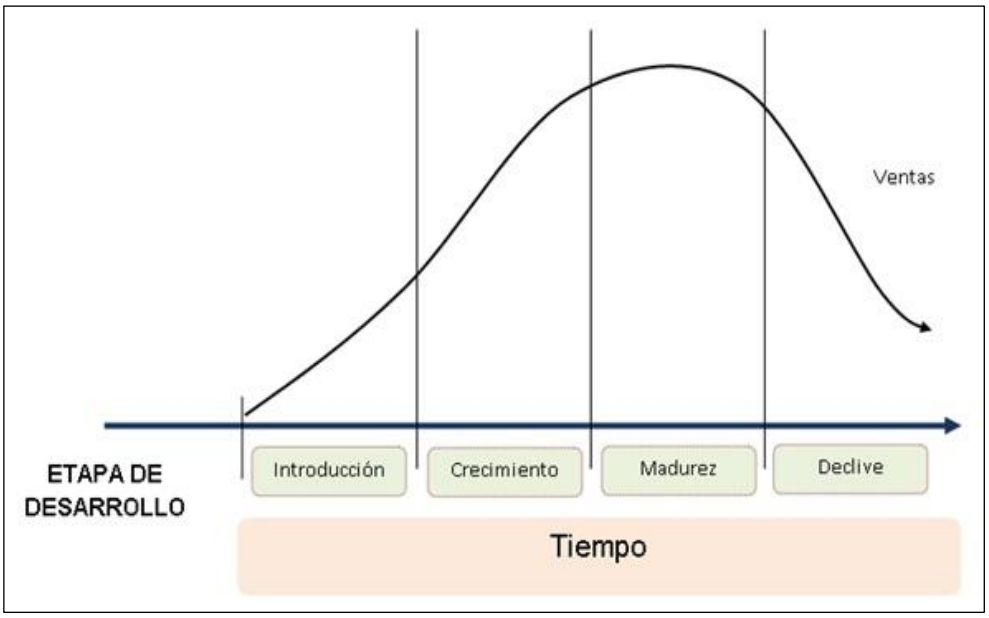


Figura 1.4: Ciclo de Vida del Servicio/Producto
Fuente: ENRIQUEZ, Ricardo, Administración Moderna, 2012/05/18, http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/05/ciclo-de-vida-de-un-producto.html

Sin embargo la madurez se logra a través del tiempo y esto denota la experiencia y solidez de una empresa para manejar productos o servicios que nunca dejen de hacer falta a los consumidores y acoplarse a las tendencias cambiantes de los mismos; y el declive es la etapa que al igual que la introducción tiene costos elevados sin embargo estos costos no tienen futuro alguno de manera que si la empresa está perdiendo más de lo esperado por un producto es mejor retirarlo del mercado y emplear estrategias de retirada lo más acertadas posibles de manera que se incurran en los menores costos y gastos posibles para la empresa de manera que le deje la oportunidad de crear nuevas propuestas en el mercado.

1.2.9. Modelo de Tácticas Competitivas

Una táctica es un operativo específico que detalla la manera en que se implementará una estrategia con respecto al momento y lugar en que se pondrá en acción. Por su naturaleza las tácticas tienen un alcance más reducido y una duración más corta que las estrategias. Algunas tácticas disponibles son las de tiempo y la ubicación del mercado.

MODELO DE TÁCTICAS COMPETITIVAS				
Maniobra de Flanqueo Esta táctica consiste que en vez de atacar directamente la posición de fortaleza de un competidor con un asalto frontal, una empresa puede atacar en un segmento del mercado donde su rival es débil.	***Ataque de Evasión*** En vez de atacar al competidor establecido de manera frontal o en sus flancos, una empresa o unidad de negocio puede decidir cambiar las reglas del juego, ofreciendo un nuevo tipo de producto que hace innecesario el producto del competidor.	***Asalto Frontal*** La empresa atacante se enfrenta directamente con su competidor, igualando en todas las categorías que ofrece. Es una táctica muy costosa y puede servir para despertar a un gigante dormido.	***Maniobra Envolvente*** Se deriva de un asalto frontal o una maniobra de flanqueo, ocurre cuando la empresa o unidad de negocio atacante envuelve la posición del competidor, como sus productos, mercado o ambos.	***Guerra de Guerrillas*** En vez de realizar un ataque continuo, extenso y costoso en recursos contra un competidor, una empresa o unidad de negocio puede decidir "*golpear y correr*".

Tabla 1.2: Modelo de Tácticas Competitivas
Fuente: WHEELEN, Thomas, otros, *Administración Estratégica y Política de Negocios*, México 2007, pág. 155

1.2.10. Los cómos del Marketing

1.2.10.1. How to please customers? ¿Cómo deleitar a los clientes?

Se deben diseñar distintas estrategias que permitan analizar los requerimientos de un cliente para que este no se sienta satisfecho; sino aún mejor deleitado del producto y que vea a este como indispensable de su uso.

1.2.10.2. How to respond to changing market condition? ¿Cómo responder a los constantes cambios del entorno?

Lo único no predecible para cualquier empresa es el entorno y sus cambios, pero para esto se proyectan con cuidado los planes de acción a seguir en el momento indicado, responder asertivamente a la economía, tecnología, cultural, religión, entre otros; abre una brecha de posibilidades de mantenerse a flote en el mercado dejando pasar de lado esos cambios y convertirlos en oportunidades para crecer en el mercado o crear ideas que generen ingresos.

1.2.10.3. How to outcompete with the rivals? ¿Cómo competir con los competidores?

La clave del éxito es esta un paso al frente de la competencia, para no quedar rezagados ante ésta y su posible crecimiento dentro del mercado dejándonos por fuera del mismo disminuyendo la participación en el mercado. La meta principal es mantenerse siempre como líder o retador, pero no caer en la categoría de seguidor ya que los clientes no apreciaran ese trabajo catalogándolo como una copia de la competencia, lo importante es ser diferente a los demás creando ventajas competitivas que saquen provecho de lo mejor que se ofrece.

1.2.10.4. How to grow the business? ¿Cómo hacer crecer a la empresa?

El crecimiento de una empresa en el mercado no se ve reflejado en sus grandes infraestructuras, sino en la cantidad de clientes deleitados y las utilidades que por ingresos en ventas generen. Una empresa crece aumentando la cantidad de clientes por medio de incentivos o promociones, incorporando nueva tecnología que le permita estar a la par o un paso delante de la competencia y lograr la fidelidad del cliente tratándolo de una manera especial es así como se da a conocer una empresa que cada día tome posicionamiento en el mercado.

1.2.10.5. How to manage each functional piece of the business and develop needed organizational capabilities? ¿Cómo manejar cada área funcional de la empresa para desarrollar las capacidades organizacionales distintas?

La empresa debe manejar una adecuada comunicación organizacional que le permita estar al tanto desde los estratos menores hasta los superiores de su manejo y de existir falencias acudir inmediatamente a resolver esos requerimientos, para brindar siempre la satisfacción del cliente interno para que complazca al externo con un buen trabajo y desempeño demostrado.

1.2.10.6. How to achieve strategic and financial objectives? ¿Cómo alcanzar la estrategia y los objetivos financieros?

Los objetivos financieros de una empresa se alcanzan por medio de fijación de planes financieros mediables, alcanzables y realizables analizando el costo de oportunidad que tiene la empresa, además del tiempo que tomará recuperar la inversión y con qué cantidad de ingresos se cubren costos para no incurrir en pérdidas. La estimación del riesgo financiero que se toma es clave para conocer si la empresa es capaz de soportar dicho riesgo y superarlo.

1.3. Estudio Técnico

1.3.1. Definición Estudio Técnico

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, localización, instalaciones y organización requeridos. 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.[8]

[8] FACULTAD DE ECONOMÍA UNAM, *II Estudio Técnico*, 2011, pág. 1, archivo PDF, http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.[9]

Un estudio técnico aporta de manera significativa para el crecimiento de una organización una verdadera planeación de utilización de recursos, espacio y tiempo; ahorra a la futura empresa altos costos operativos, de inventarios y sobretodo maximiza la capacidad que la misma posee ya que un proceso bien diseñado permite el trabajo continuo sin ningún tipo de error o entorpecimiento, de manera que se trabaja más y mejor.

1.3.2. ¿Qué es la capacidad instalada?

Es el potencial o producción máxima que una empresa puede producir o servicios que puede brindar dentro de un periodo determinado poniendo a funcionar todos sus recursos sean técnicos o humanos.

1.3.3. Layout de la empresa

El lay-Out muestra la distribución interna de planta de una organización, es decir las divisiones de planta según cada departamento o subdivisiones que esta tenga, se distribuyen de acuerdo al grado de importancia que estos tengan o al grado de utilización de los mismos dentro de la empresa para mayor facilidad del consumidor y trabajador.

1.3.4. Tipos de servicios

En el mercado existen muchos tipos de servicios y todo producto va ligado junto a ellos, de tener un buen servicio depende una compra y posible compra posterior. La prestación de un servicio es vital para la percepción de un cliente sobre la empresa y su eficiencia.

[9] AUTOR DESCONOCIDO, *Temas de Administración de Empresas Agropecuarias*, Marzo 2008, http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html

- Servicios Superiores
  - Servicios Financieros: Son las empresas que su actividad se basa en el sistema monetario, créditos, seguros, entre otras.
  - Servicios a las empresas: Son los prestados como apoyo a personas generalmente son consultorías y asesorías profesionales.
- Servicios al consumidor
  - Servicios de educación, salud y bienestar social: Son los que se prestan directamente a los consumidores como escuelas, universidades, hospitales.
  - Servicios Personales como los de una estética o peluquería.
- Servicios de Comunicaciones como las televisoras, radiofrecuencias, Internet.

1.3.5. Tipos de procesos

Un proceso es un conjunto de acciones o secuencia de pasos que están interrelacionados entre sí, usando recursos e insumos que a través de esta secuencia se les agrega valor a los mismos para obtener un resultado específico.

Según un documento presentado por la secretaría de las ISO en el año 2005 los procesos se clasifican en:

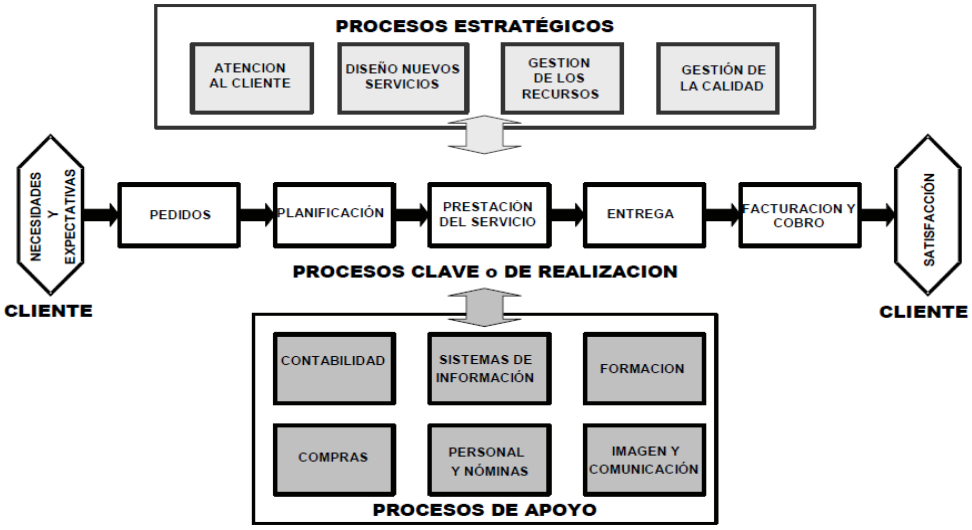


Figura 1.5: Tipos de Procesos.
Fuente: Ministerio de Fomento Español, *Gestión por Procesos*, Cap. 4, Pág. 10, Mayo2005, http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/9541ACDE-55BF-4F01-B8FA-03269D1ED94D/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf

Procesos Estratégicos: Elaboran un adecuado seguimiento del cumplimiento de los objetivos, metas, misión y visión de una empresa, lo que conlleva a crear estrategias que ayuden a la consecución de los mismos. Es indispensable analizar el comportamiento del mercado, clientes y competencia para diseñar estrategias competitivas que nos beneficien en el manejo de relaciones externas para coadyuvar a una transformación de la cultura organizacional.

Procesos Clave o de Realización: En toda organización estos procesos son indispensables ya que cuentan dentro de las operaciones de los mismos para alcanzar los objetivos planteados ya que se diseñan métodos para entender a los mercados y los clientes, manejan esa cadena de valor desde el pedido hasta la entrega del producto final y evalúan la satisfacción y expectativas de los mismos mediante su comportamiento.

Procesos de Apoyo: Se diseñan para mantener un ciclo operacional adecuado por medio del buen manejo de los recursos físicos y financieros por medio de la buena aplicación de la contabilidad, manejar buena imagen corporativa que demuestre la comunicación interna , además es primordial manejar buenos procesos de compras que no permitan los desperdicios innecesarios.

1.4. Estudio Financiero.

1.4.1. Definición Estudio Financiero.

La administración financiera se ocupa de la adquisición, el financiamiento y la administración de bienes con alguna meta global en mente. Así, la función de decisión de la administración financiera puede desglosarse en tres áreas importantes: decisiones de inversión, financiamiento y administración de bienes.

El análisis financiero implica el uso de varios estados financieros. Estos estados hacen varias cosas primero, el *balance general* resume los bienes, pasivos y el capital

de los dueños de un negocio. Luego el estado de pérdidas y ganancias resume los ingresos y gastos de la compañía durante un periodo determinado. [10]

El estudio financiero es el encargado de recopilar todo el estudio técnico, mercado y cuantificar la información en un carácter monetario, a través de ellos se realizan cuadros comparativos que permitirán tener una mejor administración financiera.[11]
Todo proyecto tiene un ciclo inicia de la siguiente manera: [12]

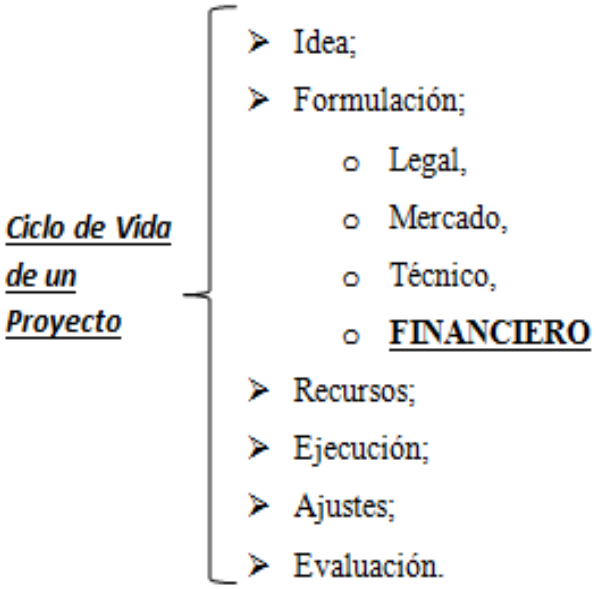


Figura 1.6: Ciclo de Vida de un Proyecto
Fuente: Autores

1.4.2. ¿Qué y cuáles son los tipos de costos?

Costo: la palabra costo tiene dos acepciones básicas:

- La primera, *suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo.*
- La segunda, *sacrifica o se desplaza* en lugar de la cosa elegida, en este caso, el costo de una cosa equivale a lo que se renuncia o sacrifica con el objeto de obtenerla.[13]

Definiciones: [14]

[10] HORME, James, Fundamentos de Administración Financiera, Decimotercera edición, PEARSON EDUCACION, México, 2010,pág . 8.
[11] Fuente: Autores
[12] Fuente: Autores
[13] GONZALES, Cristóbal, *Costos I*, Vigésima Edición, Ecafsa, 2010, Página 23-24
[14] VAZQUEZ, Rafael, *Costos I*, Cap. 1, pág. 16-17-18-19, archivo PDF, http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf

Costos de inversión: Es el costo de un bien, que constituye el conjunto de esfuerzos y recursos realizados con el fin de producir algo, la inversión está representada en tiempo, esfuerzo o sacrificio, y recursos o capitales.

Costos de desplazamiento o de substitución: En la moderna teoría Económica, el costo significa desplazamiento de alternativas o sea, que el costo de una cosa es el de aquella otra que fue escogida en su lugar. Si se eligió algo, su costo estará representado por lo que ha sido sacrificado o desplazado para obtenerlo.

Costos Fabriles y No Fabriles: El costo de producción o de fabricación está formado por tres elementos básicos materiales, sueldos y salarios, y otros gastos de fabricación o producción. El Costo unitario de fabricación sirve para determinar el valor de elaboración de los productos terminados, de los que están en proceso de transformación, y de los vendidos; los dos primeros se presentan en el documento de Posición Financiera, en el capítulo de Inventarios, y los últimos en el estado de Resultados.

Costo Total: El costo, económicamente hablando, representa, en términos generales, toda la inversión necesaria para producir y vender un artículo. El costo total se pude dividir en: [15]

- ✓ Costo de Producción.
- ✓ Costo de Distribución. [16]
- ✓ Costo Administrativo.
- ✓ Costo financiero.
- ✓ Otros gastos.

Costo Primo: Es la suma de los elementos directos del costo, es decir, el conjunto formado por el material directo y por los sueldos y salarios directos, por lo que su nombre correcto es: costo directo, por que integra elementos directos y no costo primo que nada indica.

[15] VAZQUEZ, Rafael, *Costos I*, Cap. 1, pág. 16-17-18-19, archivo PDF, http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf

Costo de Transformación o de Conversión: Está integrado por la adición de los sueldos y salarios directos, y los gastos indirectos de producción, ya que son quienes mutan el Material Directo.

Costo de Distribución: Está compuesto por las operaciones comprendidas, desde que el artículo de consumo o de uso se ha terminado, almacenado, controlado, hasta ponerlo en manos del consumidor. Costo financiero: incluye normalmente los gastos para allegarse fondos, como son: intereses, descuento de documentos, comisiones substituciones, gastos de cobranza, castigo por cuentas incobrables, básicamente que en muchos casos pertenecen al costo de distribución, o al costo administrativo, en otro caso el costo de producción o al de inversiones a más de un año.

Los costos estándares o reales de una empresa son los esfuerzos realizados en los diferentes procesos, optimizando el tiempo, siendo eficiente, reduciendo los cuellos de botella y cada vez reduciendo los desperdicios y elevando los volúmenes de producción para recudir los costos unitarios y a su vez los costos de ventas, con ello genera ventajas competitivas que ayuda a ser una empresa muy competente en un mercado saturado por competidores, ser una empresa líder de costos permitirá tener una fortaleza, poder llegar a segmentos/nichos de mercado y posicionarse, ganar mucha más participación.

1.4.3. Que es un Flujo de Caja.

Un flujo de caja es un estado financiero que complementa al estado de situación, se refiere a un periodo determinado y muestra todas las entradas y salidas de efectivo que tuvo la empresa. Su importancia radica en que todos los movimientos registrados deben ser idénticos al estado de cuenta bancario. Por la sencillez, todas las operaciones se registran en los seis primeros meses del año. Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado (semana, mes, trimestre, semestre, año). [17]

[17] CUEVAS, Francisco, *Contabilidad y Finanzas para No Contadores*, México, Limusa, 2010, página 82.

El estado o flujo de caja nos permite tener una visualización rápida de los ingresos/ egresos/ saldo final/ saldo acumulado, que tiene la empresa en un periodo determinado, con el fin de poder interpretar y realizar proyecciones que denotara el tipo de ingresos que la empresa tendrá, y de esa manera poder identificar un excedente para invertir o déficit para realizar préstamos bancarios y cubrir los costos fijos que tiene la empresa.[18]

1.4.4. Tipos de ratios financieros.[19]

La evaluación comparativa implica medir la operación y el desempeño de una compañía, se puede subdividir más las razones financieras en 5 tipos diferentes:

- Razones de liquidez;
- Apalancamiento financiero o deuda;
- Rentabilidad; (CUEVAS, 2010)
- Gestión, operativos o de rotación;
- Actividad

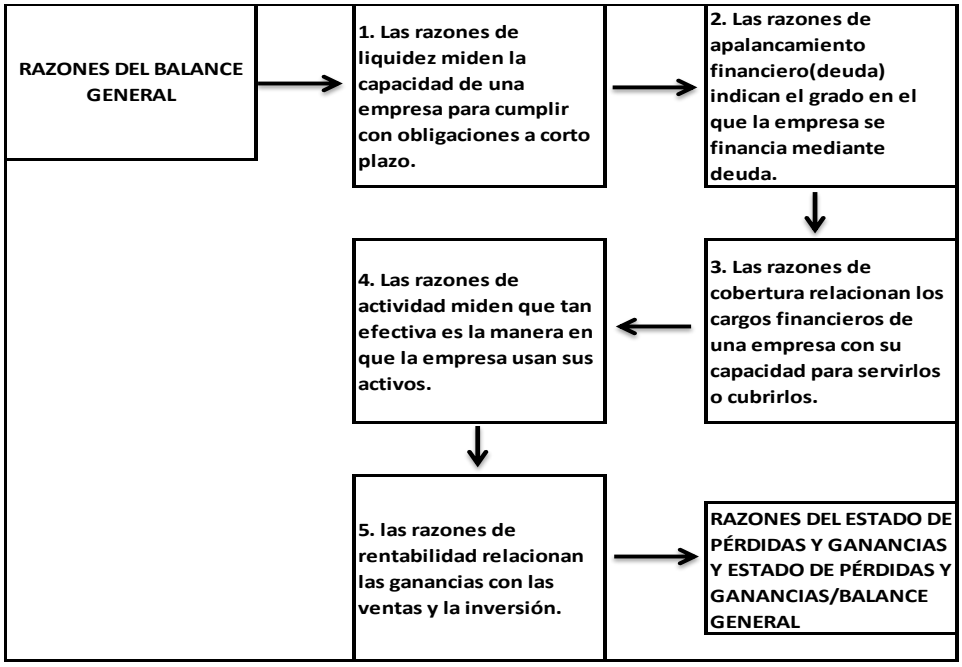


Figura 1.7: Razones del Balance General
Fuente: HORME, James, *Fundamentos de Administración Financiera*, Decimotercera edición, PEARSON EDUCACION, México, 2010, página 138.

[18] Fuente: Autores
[19] Fuente y Elaboración, HORME, James, *Fundamentos de Administración Financiera*, Decimotercera edición, PEARSON EDUCACION, México, 2010, página 138.

Las razones de cobertura también aclaran que tan significativo es que la empresa use apalancamiento financiero (deuda), las razones de las actividades basadas en inventario y cobros también permiten ver con claridad la liquidez de estos activos corrientes.

1.4.4.1. Ratios de liquidez [20]

Son los ratios que miden la disponibilidad o solvencia de dinero en efectivo, o la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo.
A su vez, los ratios de liquidez se dividen en:

1. Ratios de liquidez corriente.
2. Ratios de liquidez severa o Prueba ácida.
3. Ratios de liquidez absoluta o Ratio de efectividad o Prueba ácida.

1.4.4.2. Ratio de liquidez corriente

Este ratio muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo cuya conversión en dinero corresponden aproximadamente al vencimiento de las deudas.
Su fórmula es:

Activo Corriente / Pasivo Corriente

- Si el resultado es igual a 2, la empresa cumple con sus obligaciones a corto plazo.
- Si el resultado es mayor que 2, la empresa corre el riesgo de tener activos ociosos.
- Si el resultado es menor que 2, la empresa corre el riesgo de no cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

[20] Autor Desconocido, *Finanzas Corporativas*, Edición INCAE, pág. 23

1.4.4.3. Ratio de liquidez

- **Prueba ácida.**

Este ratio muestra una medida de liquidez más precisa que la anterior, ya que excluye a las existencias (mercaderías o inventarios) debido a que son activos destinados a la venta y no al pago de deudas, y, por lo tanto, menos líquidos; además de ser sujetas a pérdidas en caso de quiebra.

Su fórmula es:

(Act. Corriente – Existencias) / Pasivo Corriente

- ❖ Si el resultado es igual a 1, la empresa cumple con sus obligaciones a corto plazo.
- ❖ Si el resultado es mayor que 1, la empresa corre el riesgo de tener activos ociosos.
- ❖ Si el resultado es menor que 1, la empresa corre el riesgo de no cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

1.4.4.4. Ratio de liquidez absoluta o Ratio de efectividad o Prueba súper ácida

Es un índice más exacto de liquidez que el anterior, ya que considera solamente el efectivo o disponible, que es el dinero utilizado para pagar las deudas y, a diferencia del ratio anterior, no toma en cuenta las cuentas por cobrar (clientes) ya que es dinero que todavía no ha ingresado a la empresa.

Su fórmula es:

Caja y banco / Pas. Corriente

- ❖ El índice ideal es de 0.5.
- ❖ Si el resultado es menor que 0.5, no se cumple con obligaciones de corto plazo.

1.4.4.5. Ratios de endeudamiento, solvencia o de apalancamiento.

Son aquellos ratios o índices que miden la relación entre el capital ajeno (fondos o recursos aportados por los acreedores) y el capital propio (recursos aportados por los socios o accionistas, y lo que ha generado la propia empresa), así como también el grado de endeudamiento de los activos. Miden el respaldo patrimonial.

A su vez, los ratios de endeudamiento se dividen en:

1. Ratio de endeudamiento a corto plazo.
2. Ratio de endeudamiento a largo plazo.

1.4.4.6. Ratio de endeudamiento a corto plazo

Mide la relación entre los fondos a corto plazo aportados por los acreedores y los recursos aportados por la propia empresa.

(Pas. Corriente / Patrimonio) x 100

1.4.4.7. Ratio de endeudamiento a largo plazo

Mide la relación entre los fondos a largo plazo proporcionados por los acreedores, y los recursos aportados por la propia empresa.

(Pas. no Corriente / Patrimonio) x 100

1.4.4.8. Ratios de rentabilidad

Muestran la rentabilidad de la empresa en relación con la inversión, el activo, el patrimonio y las ventas, indicando la eficiencia operativa de la gestión empresarial.

A su vez, los ratios de rentabilidad se dividen en:

1. Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas.
2. Ratio de rentabilidad neta sobre ventas.

1.4.4.9. Ratio de rentabilidad bruta sobre ventas

Llamado también margen bruto sobre ventas, muestra el margen o beneficio de la empresa respecto a sus ventas.

(Utilidad bruta / Ventas netas) x 100

1.4.4.10. Ratio de rentabilidad neta sobre ventas

Es un ratio más concreto ya que usa el beneficio neto luego de deducir los costos, gastos e impuestos.

(Utilidad neta / Ventas netas) x 100

1.4.4.11. Ratios de gestión, operativos o de rotación

Evalúan la eficiencia de la empresa en sus cobros, pagos, inventarios y activo.

A su vez, los ratios de gestión se dividen en:

1. Ratio de rotación de cobro.
2. Ratio de rotación por pagar.
3. Ratio de rotación de inventarios.

1.4.4.12. Ratio de rotación de cobro

Este índice es útil porque permite evaluar la política de créditos y cobranzas empleadas, además refleja la velocidad en la recuperación de los créditos concedidos.

Ventas al crédito / Cuentas por cobrar comerciales

1.4.4.13. Ratio de rotación por pagar

Mide el plazo que la empresa cuenta para cancelar bonificaciones.

Compras al crédito / Cuentas por pagar comerciales

1.4.4.14. Ratio de rotación de inventarios

Indica la rapidez en que los inventarios se convierten en cuentas por cobrar mediante las ventas al determinar el número de veces que rota el stock en el almacén durante un ejercicio.

Costo de ventas / Inventarios (existencias)

1.5 Estudio Político Legal

1.5.1 Modelo Político Actual

"Ecuador llega al año 2013 en una situación política estable y con un alto crecimiento económico anual, equivalente al 14,70 por ciento del PIB" [21]. El presidente actual el Economista Rafael Correa, un gobernante popular que ejerce control o al menos influencia determinante sobre todo el aparato estatal. En especial sobre la Asamblea Nacional que aprueba las leyes y la función judicial que ha mostrado inclinación a aceptar los argumentos del gobierno en fallos controversiales y expeditos.[22]

Ecuador posee cinco funciones o poderes que rigen el estado las cuáles son: Función Ejecutiva, Función Legislativa, Función Judicial, Función Electoral y Función de Participación Ciudadana.

El poder ejecutivo está representado por el Presidente y Vicepresidente de la República de existir ausencia de alguno de estos representantes, el mayor

[21] BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, *Indicadores Económicos*, http://www.bce.fin.ec/a
[22] ORTÍZ, Benjamín, *La campaña el Eje del 2012*, Revista Vistazo, http://www.vistazo.com/impresa/pais/?id=4887

representante del país designa a los ministros de Estado y gobernadores de cada provincia.

El poder legislativo lo ejerce la Asamblea Nacional que está constituida por 124 Asambleístas, repartidos en 10 comisiones y elegidos para un período de cuatro años, se encarga de aprobar leyes entregadas por el Poder Ejecutivo o promulgadas en la misma asamblea por uno o varios de sus integrantes.

El poder judicial lo conforma el Consejo de la Judicatura con su ente principal la Corte Nacional de Justicia representada por la Corte Nacional de Justicia lo conforman 21 jueces elegidos cada nueve años.

El poder electoral solo entra en función cada cuatro años o en caso de existir elecciones o consultas populares, su organismo en el Consejo Nacional Electoral y sus funciones radican en el hecho de organizar, controlar las elecciones y castigar el infringimiento de las normas electorales. Además dentro de este poder se encuentra el Tribunal Contencioso Electoral TCE garantiza el derecho al sufragio obligatorio para los ciudadanos ecuatorianos.

El poder de participación ciudadana se conforma por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las Superintendencias sus autoridades ejercen su rol durante cinco años.

1.5.2 Leyes vigentes para el manejo de los centros de ayuda

Los centros de ayuda en el Ecuador deben acogerse a leyes y dictámenes resueltas por el Gobierno; sin embargo el lineamiento que siga el centro de ayuda será la pauta para seguir una u otra ley y cumplirla a cabalidad entre estas tenemos la Ley de Discapacidades impartida por el CONADIS,
Proyecto de difusión de la Ley del Anciano con algunos puntos aun por esclarecer; además el proyecto propuesto de Asistencia Legal al Anciano mediante convenios con Universidades, a cargo del área legal de la Dirección Técnica de Atención Integral a Personas de la Tercera Edad.

Sin embargo no podemos olvidar que un centro de ayuda dependiendo de su fin, es una empresa entonces debe esta acogerse también a la Ley de Compañías impartida por la Superintendencia de Compañías; y seguir los pasos necesarios para constituir ya sea una compañía o sociedad, cumpliendo así también la Ley de Régimen Tributario y demás inscripciones como en el Registro Mercantil y de capital, socios, accionistas, escrituras, entre otros.

Además del cumplimiento de los permisos necesarios para una empresa según la ciudad en la que se desea establecer, en el caso de la ciudad de Cuenca entre los permisos necesarios tenemos al de funcionamiento, salud pública, bomberos y policía nacional.

Existen 38 organizaciones que trabajan con personas de la tercera edad beneficiando a 1.900 adultos mayores con equipamiento a instituciones de tercera edad.[23]

Existen 17 centros geriátricos avalados por el Ministerio de Inclusión Social y Económica (MIES), que ofrecen permanencia y guardería de adultos mayores su atención se basa en tres modalidades principales: la internista o permanencia, la guardería y asistencia física en casa ésta modalidad implica la visita a las personas que por algún tipo de discapacidad no realizan sus actividades cotidianas, su debilidad radica en que no todos trabajan bajo las tres modalidades debido que no tienen la capacidad instalada suficiente para cumplir con estos requerimientos.

1.6. Plan de Negocios.

1.6.1. Definición de un plan de negocios. [24]

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este

[23] BAQUERIZO, Julieta, *Situación de la Tercera Edad en el Ecuador*, 2010, http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/4/23004/JBaquerizo_p.pdf
[24] WEINBERGER, Karen, *Plan de Negocios*, Primera Edición, Junio 2009, Archivo PDF. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf

documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán "amigable" contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

Este documento plasmado que es controlado por un sistema de calidad, debe ser entregado a todos los colaboradores de nivel 2 en la jerarquía de un organigrama (directores, gerentes de ventas, gerentes de proyectos, gerentes de marketing, gerentes de producción, etc); gracias a ello todos podrán conocer los objetivos que la empresa se ha planteado, y a través del cual se pondrán indicadores en las distintas áreas que con llevará a cumplir con éxito el plan de producción.

1.6.2. Objetivos de un plan de negocios.

El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- ✓ Dar a conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- ✓ Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- ✓ Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- ✓ Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- ✓ Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- ✓ Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.

Por otro lado, la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- ✓ La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.
- ✓ Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquier otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- ✓ Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- ✓ Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes, sociedad en su conjunto.
- ✓ Disponer de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.

Todos estos parámetros permitirán a todos los colaboradores poder plantear de una mejor manera todas sus actividad en las distintas áreas, y apuntar a cumplir un objetivo macro de la empresa, generando los ingresos necesario para cubrir los costos totales y obtener un margen de contribución/utilidad, que a su vez será fuente de inversión para futuros proyectos de mejora dentro de la institución.

Al tener un plan de producción con llevará a tener un mejor control de los diferentes objetivos planteados, y poder realizar planes de acción para obtener mejoras en los distintos procesos, áreas reduciendo así cada vez los errores generados y elevar los indicadores de gestión, mejorar los balances los estados de situación financiera y llegar a cumplir la meta propuesta.

1.6.3. Elementos de un plan de negocios.

Herramienta de planificación	Objetivo	Alcance	Enfoque
Plan de negocios	Identificar la oportunidad de negocio y la viabilidad técnica, económica, social y ambiental del negocio.	• Análisis del entorno • Análisis interno • Modelo de negocio • Plan estratégico • Planes de acción por áreas • Demostrar viabilidad de la idea de negocio.	En el análisis de oportunidades y viabilidad económica, técnica y de mercado.
Plan estratégico	Establecer el plan de largo plazo de la empresa, en función a un análisis del entorno y del ambiente interno de la organización.	• Análisis del entorno • Visión, misión, objetivos estratégicos, estrategia genérica, filosofía y valores institucionales	En la proyección de la empresa.
Estudio de factibilidad	Conocer la viabilidad de implementar un proyecto de inversión definiendo al mismo tiempo los principales elementos del proyecto.	• Estudio de mercado. • Aspectos técnicos • Aspectos administrativos • Aspectos financieros	En evaluar la viabilidad del proyecto en términos fundamentalmente técnicos u operativos.
Evaluación de proyectos	Conocer la rentabilidad económica y financiera de un proyecto de inversión. Comparar flujos de ingresos y egresos.	• Sobre la base del flujo de caja se determina el VAN y el TIR	En evaluar el proyecto en términos de liquidez y rentabilidad.

Tabla 1.3: Elementos de un Plan de Negocios/Diferenciación.
Fuente: WEINBERGER, Karen, *Plan de Negocios*, Primera Edición, Junio 2009, pág. 38

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)	PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: • Historia de la empresa • Análisis de la industria • Productos y servicios ofrecidos • Estados financieros • Equipo gerencial	Formulación de idea de negocio Análisis de la oportunidad Presentación del modelo de negocio
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda
Planeamiento estratégico • Análisis FODA • Estrategias de crecimiento y expansión • Alianzas estratégicas	Planeamiento estratégico • Análisis FODA • Visión • Misión • Objetivos estratégicos • Estrategia genérica • Fuentes de ventajas competitivas • Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas	Plan de marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones
Anexos	Anexos

Tabla 1.4: Elementos de un Plan de Negocios.
Fuente: WEINBERGER, Karen, *Plan de Negocios*, Primera Edición, Junio 2009, pág. 43

- **Resumen Ejecutivo**

Todo plan de negocios debe comenzar con una primera carátula con el nombre de la empresa, el nombre de los participantes en la formulación del plan de negocios y el período durante el cual se desarrolló el plan. Inmediatamente después, debe presentar el índice del documento y el resumen ejecutivo.

El resumen ejecutivo, es una presentación breve de los aspectos más relevantes del plan de negocios que se ha elaborado. Esta presentación, cuya extensión máxima será de unas tres páginas, es la sección más importante del plan de negocios.

- **Contenido del Resumen Ejecutivo**

RESUMEN EJECUTIVO
Razón social de la empresa.
Estructura empresarial.
Sector que se desarrolla la empresa
Necesidades que la empresa tiene que satisfacer
Portafolio de productos.
Tipos de clientes/competidores.

Tabla 1.5: Contenido del Resumen Ejecutivo.
Fuente: WEINBERGER, Karen, *Plan de Negocios*, Primera Edición, Junio 2009.

- **Descripción de la Compañía.**

Ya sea que la empresa está en marcha o no, todo plan de negocios tiene un origen y parte de una motivación personal o grupal. Así, el documento que describe la idea de negocio debe incorporar un poco de historia: cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.

- **Análisis de la Industria.**

Las empresas realizan un análisis del coeficiente de cambio constante que sufre la industria, con la finalidad de entender cuáles son las variables cuantitativas y cualitativas que afectan notoriamente a la rentabilidad de la empresa, a través de ello poder generar estrategias, planes de acción con responsables idóneos para lograr alcanzar las metas planteadas.

- **Planeación Estratégica.**

La planeación estratégica es muy fundamental en toda empresa, con ello se logra plasmar e indicar a todo su personal los objetivos fundamentales que la empresa apunta para lograr todos sus objetivos, pero antes de realizar estrategias toda empresa debe identificar lo siguiente:

- Fortalezas;
- Oportunidades;

- Debilidades;
- Amenazas.

Con ello la empresa podrá identificar y clasificar los recursos de la empresa con relación a sus fortalezas y debilidades, combinar las fortalezas de la empresa en capacidades específicas y competencias centrales, contrarrestar las amenazas, con ello lograra alcanzar crecimientos que ayuden a ser muy rentable a la empresa.

- **Plan de Marketing.**

El plan de marketing permite incentivar o ser una fuente para el área comercial, a través de ello generar un impulso en las ventas, permitiendo un crecimiento sostenible para la empresa, creando ingresos que permitan cubrir los costos necesarios para el funcionamiento de la misma.

La finalidad de tener un plan de marketing nos permite conocer la situación del mercado, la competencia, la parte económica del país, las leyes, la tecnología e identificar la demanda con ello se podrá obtener una visión clara de los recursos necesarios/disponibles de la empresa.
Los beneficios de tener un plan de marketing permitirán a la empresa:

- Generar estratégicas para potenciar el mercado.
- Ampliar el portafolio de productos, acorde a las necesidades del cliente.
- El análisis del punto de equilibrio.
- Estrategias de segmentación.
- Conocer nuevos nichos de mercado.

- **Plan de Operaciones.**

El plan de operaciones trabaja en todos los aspectos técnicos y organizativos de una empresa, permitiendo la elaboración de pilares fundamentales para su correcto funcionamiento como son:

- Servicios o productos,

- Procesos,
- Programas de producción y comercialización,
- Control de los inventarios existentes

Permite identificar los costos de materia prima, los costos de almacenamiento, los costos de generación de órdenes de venta y los costos de producto descontinuado. El plan de operaciones tiene una perspectiva diferente al plan de marketing desde este punto se puede apreciar las partes técnicas como son:

- Características del producto.
- Diseños.
- Aspectos legales.

- **Diseño de la Estructura.**

La estructura organizacional permite identificar la división del trabajo según las áreas y a su vez una coordinación horizontal y vertical, en cuanto a las relaciones entre la gerencia y los empleados, entre gerentes, y entre empleados, permitiendo conseguir los objetivos planteados por la empresa.

Al conseguir una identificación clara se podrá realizar una jerarquización mediante un organigrama institucional y a través de ello logra obtener los manuales de funciones acorde al perfil idóneo para el cargo a ejercer, mediante:

- Especialización del cargo a ejercer.
- Las áreas/departamentos.
- La cadena de mando.
- Experiencia.

- **Recursos Humanos.**

Una empresa cuenta con todos los recursos necesarios para su correcto funcionamiento, entre ellos su personal de trabajo/colaboradores quienes conforman lo que se conoce como Recursos Humanos, ésta área es fundamental en toda

empresa, un recurso humano preparado y motivado podrá tomar decisiones en su trabajo que permitirá cumplir los objetivos establecidos por la gerencia, sin embargo un recurso humano sin las competencias idóneas no permite que la empresa pueda ser rentable. La correcta selección del personal para el cargo establecido dependerá desde el:

- Reclutamiento,
- Selección,
- Elección,
- Contratación,
- Capacitación,

Mediante un determinado estudio se obtendrá un personal idóneo con habilidades y destrezas que permitirán ser las óptimas para el cargo sugerido.

- **Proyección de los Estados Financieros.**

Los estados financieros son el reflejo de toda empresa, por medio de ellos se puede conocer la situación actual, la liquidez y rentabilidad, los recursos con los que cuenta la empresa, todos los ingresos y egresos que son parte del negocio, los servicios prestados, los estados financieros suelen tener la misma estructura; todos los socios, accionistas, gerentes obtienen la información de acuerdo a sus necesidades y en base a ellos poder tomar decisiones para el futuro.

Los estados financieros siguen los principios contables a nivel mundial, sin embargo estas estructuras son adaptables a las necesidades de todas las empresas, con lo que permite conocer el desempeño de una empresa a otra. Los principales estados financieros que una empresa debe analizar son el balance general y el flujo de caja.

1.6.4. Utilidad de un plan de negocios.[25]

Permite tener una fortaleza dentro de la empresa, el poder plasmar en papel todas las estrategias, objetivos, FODA, entender la razón de le empresa y hasta dónde quiere

[25] Fuente: Autores.

llegar; estrategias operativas, macro-micro entorno, las cadenas de valor, compras, mercado; permitirá que todos los distintos niveles en los organigramas puedan llegar a entender cuál es la estrategia macro y a través de ellos ejecutar, realizar ajustes y dar un seguimiento para llegar a cumplir con cabalidad todo lo planteado en un plan de negocios.

1.7. Estudio psicológico del adulto mayor.

1.7.1. Definición de la Psicología.

La psicología es una ciencia de la conducta y los procesos mentales. Los psicólogos pretenden explicar cómo percibimos, aprendemos, recordamos, resolvemos problemas, nos comunicamos, sentimos y nos relacionamos con otras personas, desde el nacimiento hasta la muerte, en relaciones íntimas y en grupos. [26]

CIDAM pretende conocer y entender los distintos problemas del adulto mayor, por medio de la psicología poderse explicar los comportamientos y entender con ello las maneras y formas de generar estrategias para poder cumplir con todas las necesidades del adulto mayor.

1.7.2. Tipos de Psicología.

TIPOS DE PSICOLOGÍA	DESARROLLO
Psicología del Desarrollo	Estudian el crecimiento humando mental y físico desde el periodo prenatal hasta la niñez, adolescencia, adultez y vejez.
Psicología Fisiológica	Investigan las bases bilógicas de la conducta, los pensamientos y las emociones humanas.
Psicología Experimental	Realiza investigaciones sobre procesos psicológicos incluye la memoria, la sensación, la percepción, la cognición la motivación y la emoción.
Psicología de la Personalidad	Estudian las diferencias entre los individuos en rasgos como la ansiedad, la sociabilidad, la autoestima, la necesidad de logro y la agresividad.
Psicología clínica y consejería	Interés fundamental en el diagnóstico, causa y tratamiento de los trastornos psicológicos.

Tabla 1.6: Tipos de Psicología.
Fuente: MORRIS, Charles, MAISTO, Albert, *Psicología*, Decimotercer edición, Pearson educación, México, 2009.

[26] MORRIS, Charles, MAISTO, Albert, *Psicología*, Decimotercer edición, Pearson educación, México, 2009, pag4.

Los distintos tipos de estudios psicológicos permitirán a CIDAM llegar a entender, conocer e interpretar todos los procesos de sensación, memoria, emociones, autoestima de los adultos mayores, para ellos es muy necesario contar con personal calificado en estas áreas para generar una mayor confianza en los adultos mayores en sus familiares y crear un ambiente de seguridad y amor.

1.7.3. Tipos de tratamientos Psicológicos. [27]

1.7.3.1. Diagnóstico y orientación en Demencias

- ✓ Proceso de detección precoz, a través del estudio de los posibles indicadores de demencia.

- ✓ Diagnóstico base y diferencial de los principales tipos de demencia, coordinando la intervención multidisciplinar.

- ✓ Elaboración de planes integrales de intervención, dirigidos al tratamiento temprano y específico más eficaz.
- ✓ Seguimiento evolutivo y adaptación del tratamiento e intervención asistencial según las fases de la demencia.

1.7.3.2. Diagnóstico y tratamiento de la Depresión.

- ✓ La depresión es una enfermedad tratable. Aproximadamente el 80% de todas las depresiones, mayores o bipolares, responden adecuadamente al tratamiento.
- ✓ Sin embargo, se estima que *sólo una de cada tres personas*, con depresión severa, *busca algún tipo de tratamiento o ayuda.*

La intervención multidisciplinar se dirige hacia:

- Forma de presentación y sintomatología específica.

[27] CINTECO, *Autor Desconocido,* Área de Asistencia Psicológica para Adultos Mayores, 15 Abril 2010, *http://www.cinteco.com/profesionales/2010/04/15/adultos-mayores/*

- Evaluación y diagnóstico.
- Complicaciones con otros cuadros clínicos.
- Diferenciación en los procesos de duelo normal – patológico.
- Nivel de atribución para las diferentes causas.
- Evolución.
- Elección de las técnicas de intervención adaptadas al paciente.

1.7.3.3. Diagnóstico y Tratamiento de los Trastornos de Ansiedad y Personalidad

- ✓ Diagnóstico etiológico y diferencial.
- ✓ Valoración de posible coexistencia con otros trastornos.
- ✓ Diseño específico del programa terapéutico.
- ✓ Orientación familiar sobre los comportamientos más adecuados con el paciente.

1.7.3.4. Evaluación del daño psicológico post-ictus (ACV) a nivel

- ✓ Cognitivo.
- ✓ Afectivo.
- ✓ Pérdidas funcionales por secuelas en la psicomotricidad.
- ✓ Efectos de la Inmovilidad.
- ✓ Relaciones Sociales.
- ✓ Capacidad de automotivación para el mantenimiento terapéutico.
- ✓ Prevención de nuevos episodios.

1.7.3.5. Impartición de Talleres Específicos para Familiares–Cuidadores según Trastornos.

- ✓ Programas de habilidades del cuidador en el tratamiento de Enfermos.
- ✓ Entrenamiento en Técnicas de Relajación para Familiares / Cuidadores de enfermos.
- ✓ Comportamiento ante los trastornos conductuales del enfermo: alteraciones del sueño, problemas de la alimentación, toma de medicamentos, negativismo, ansiedad…
- ✓ Orientación e información sobre: Centros asistenciales, ayudas, subvenciones, tramitación administrativa, aspectos legales.

2. Diagnostico CIDAM

2.1 Introducción

En este capítulo se trabajará en la investigación de mercado; una investigación de mercado posee algunas finalidades y brinda una infinidad de información imprescindible para tomar decisiones correctas en el rumbo de un proyecto.

Con dicha investigación se pretende tener una idea clara de la viabilidad técnica y comercial del proyecto de factibilidad para la creación de *CIDAM* y la aceptación del mismo por la población adulta mayor cuencana o de sus familiares.

Además guiará al conocimiento pleno de los potenciales clientes y su comportamiento en el mercado; para que a partir de estos resultados se propongan ideas claras para este segmento; además de la formulación de las estrategias de mercado a utilizarse y porque no, descartar el transcurso del proyecto ante una posible no viabilidad.

Este estudio marcará definitivamente el rumbo que tomará la empresa y las inversiones que para la misma se deberán realizar analizando lo que tiene el mercado y saber que se puede añadir, innovar o mejorar.

Para el desarrollo del estudio se debe conocer a ciencia cierta el segmento de población con el que se trabaja, para escoger una muestra proporcional a la misma que proyecte resultados asimiles a comparación de analizar el universo de población. Además se deben escoger meticulosamente las preguntas de la encuesta ya que muchas de las veces no deben ser demasiadas para que el encuestado no se importune, ni muy pocas de manera que no nos brinden la información requerida; de ser abiertas o cerradas las preguntas se tratará que sean concretas para no tener problemas en la tabulación; terminado este proceso se analizan los resultados y a través de esto se comienzan a despejar muchas de las hipótesis planteadas con anterioridad y posibles ideas de un negocio mejorado o estructurado, sabiendo que quiere y necesita la población, los costos que se ofrecerán y la tecnología por implementar.

Cabe mencionar que por lo general los clientes saben que es una empresa más con un servicio igual, el reto consiste en diferenciarse y ser no seguidores ni retadores, sino líderes en costos, imagen, servicio y atención.

El análisis de la competencia se hace imprescindible en este punto del proyecto ya que se debe analizar a fondo sus fortalezas para opacarlas, potenciando sus debilidades, aprovechando oportunidades que la competencia aun no detecta y crear un benchmarking estructurado para eliminar las amenazas o por lo menos disipar su efecto para desarrollar este proyecto. Más puntos importantes por analizar es saber qué servicio ofrece, su marca, costos, tecnología que usan, imagen que otorgan a sus clientes y que el mercado tiene de los mismos; además de sus proveedores, esto nos permite crear un auténtico plan de negocios.

Crear ventajas competitivas a partir de este análisis es completamente necesario para saber si es factible convivir con la competencia actual o permitirse una fusión, joint venture o crear alianzas estratégicas que permitan crecer conjuntamente en mercado, llevados de la mano de un nombre prestigioso y al mismo tiempo diferenciándose en el mercado por su calidad y desempeño.

Otra de las variables que nos otorgan la realización del estudio de mercado es el precio o costo que está dispuesto a pagar un cliente por este servicio otorgado ya que no nos podemos basar únicamente en los precios que ofrecen las empresas con servicios similares sino saber que quiere el mercado y cuanto esta dispuesto a pagar por un servicio que ya existe pero se pretende diferenciar; un liderazgo en costos da la utilidad esperada para todo empresario en cualquier mercado esa será su carta de paso hacia el posicionamiento dentro de mismo.

El estudio se desarrollará en la Ciudad de Cuenca, para la cual proponemos este proyecto; tomando como segmento clave a los adultos mayores de la ciudad a partir de los 75 años de edad y que posean una clase social media media-alta ya que deseamos dirigirnos a ellos en específico, por temas de costos y capacidad instalada.

De antemano se agradece a la ciudadanía cuencana por la colaboración que brinden para la realización de esta investigación, ya que su aporte será de vital importancia para el rumbo que tome este proyecto y lo que pueda ofrecer de manera que esperamos que sea satisfactoria esta indagación y podamos deducir nuestras más certeras conclusiones.

2.2 Estudios de mercado

Para determinar el Universo y su respectiva Muestra de la investigación; se trabajó con los datos de la Biblioteca de la INEC ubicada en el Zonal 6 (Ex-CREA); donde un asesor de la misma proporcionó la información necesaria. Según el Censo 2010; realizado por la INEC en la Ciudad de Cuenca existen 22.128 adultos mayores en total, se ha tomado como universo a este número de personas, para determinar la muestra y las encuestas a realizar.

Aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N=Total de la población.

Z= Nivel de confianza 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p= variabilidad positiva (en este caso 50%= 0.5)

q= variabilidad negativa 1-p (en este caso 1-0.5=0.5)

E= error o precisión (en la investigación usar el 5%)

$$n = \frac{1.96^2 \ * 0.5 * 0.5 * 9.442}{(9.442)(0.05)^2 + 1.96^2 \ * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{9.068,09}{23,61 + 0,9604}$$

$$n = 369,06 \cong 369$$

Se determinó que la muestra a encuestar es de 369 individuos, en total estas encuestas fueron distribuidas proporcionalmente en cada una de las 15 parroquias urbanas de la Ciudad de Cuenca; ya que se ha decidido enfocarse únicamente en la ciudad para una mayor satisfacción y comodidad. La distribución para cada una de las parroquias se trabajó de la siguiente manera sí:

Código	Nombre de la Parroquia	75-79	80-84	85-89	90-94	Total	Participación	Encuestas
1	San Sebastián	440	301	193	80	1014	11%	40
2	Bellavista	375	266	168	69	878	10%	35
3	El Batan	182	147	81	43	453	5%	18
4	Yanuncay	402	301	205	78	986	11%	39
5	Sucre	286	197	123	64	670	7%	27
6	Huaynacapac	273	205	115	50	643	7%	26
7	El Sagrario	151	130	81	45	407	4%	16
8	Gil Ramirez Davalos	154	135	113	59	461	5%	18
9	San Blas	214	137	87	43	481	5%	19
10	El Vecino	371	243	121	52	787	9%	31
11	Cañaribamba	201	121	77	31	430	5%	17
12	Totoracocha	320	223	132	57	732	8%	29
13	Monay	189	163	96	41	489	5%	20
14	Machangara	182	139	78	40	439	5%	18
15	Hermano Miguel	146	103	60	15	324	4%	13
16	Resto	22	13	5	4	44	0%	3
	Total	3908	2824	1735	771	9238	100%	369
	Participación	42%	31%	19%	8%			

Tabla 2.1: Distribución parroquial del adulto mayor
Fuente: Autores

Para la distribución de las encuestas se ha tomado en cuenta 4 grupos de edad específicos, que van desde los 75 años de edad hasta los 94 años; a pesar que es de conocimiento general que una persona adulta mayor o de tercera edad es considerada desde los 60 años para mujeres y 65 años para hombres; se cree que los dos primeros grupos de edad son relevantes para este estudio ya que las personas en ese rango de edad todavía son autosuficientes o no registran ninguna enfermedad que los imposibilite; a menos que posea un accidente que haya sido catastrófico.

2.2.1 Situación física y psicológica del adulto mayor.

Como un factor indispensable para el estudio de factibilidad del Centro Gerontológico CIDAM; es considerable identificar la parte psicología y física del adulto mayor, con el deseo de comprender en que situación y estabilidad se encuentra; esto permitirá generar planes de acción que ayuden a tener una definición claro de cuáles son las necesidades que debemos cubrir, permitiendo así, poder obtener un equipo con la capacidad suficiente para atender a un adulto mayor.

Para el estudio de factibilidad del centro CIDAM, es indispensable conocer si ***el cuidado del adulto mayor depende de terceras personas,*** esto nos brindara y permitirá identificar que muchos adultos están bajo una tutela/cuidado; generando expectativas para nuestro centro el poder saber que muchos dependen de un cuidado especializado, los niveles identificados alcanzan el **74%**.

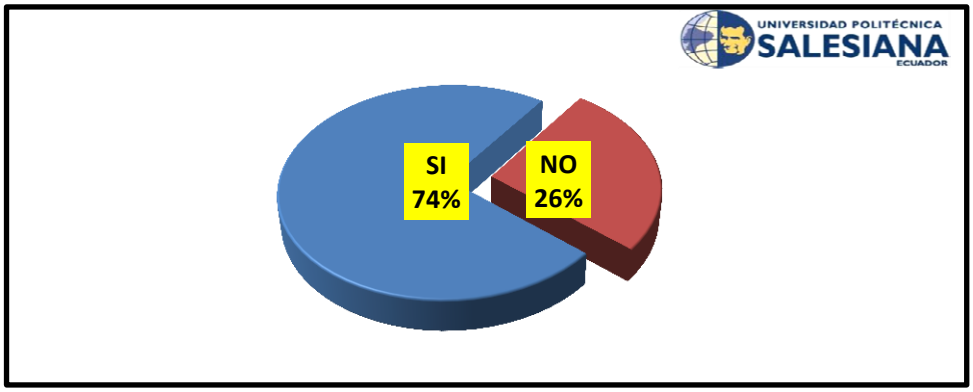


Figura 2.1: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Como parte del estudio de mercado surge la necesidad de comprender ***cuál es el mayor grado de dificultad que tiene un adulto mayor*** en la actualidad. Determinando la siguiente situación:

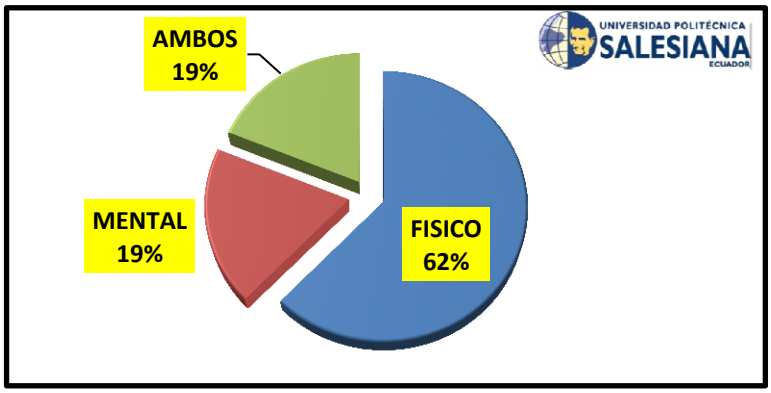


Figura 2.2: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

La capacidad física en el adulto mayor representa el mayor porcentaje; **62%** lo que nos indica que nuestro centro CIDAM se enfocara en tener varias alternativas de trabajo, para poder ayudar a realizar tratamientos necesarios que ayuden con este problema; sin dejar de lado la parte mental; **19%** la ayuda con personas profesionales podrán minimizar estar cifras y así brindar el apoyo que un adulto mayor hoy lo necesita.

2.2.2 Evolución tecnológica dentro de los hogares para cuidado del adulto mayor.

Los adultos mayores en los hogares están bajo el cuidado de terceras personas, siempre y cuando ellos lo necesiten; surge la necesidad de conocer ***¿Quién es el responsable del cuidado del adulto mayor?***, el estudio nos índica lo siguiente:

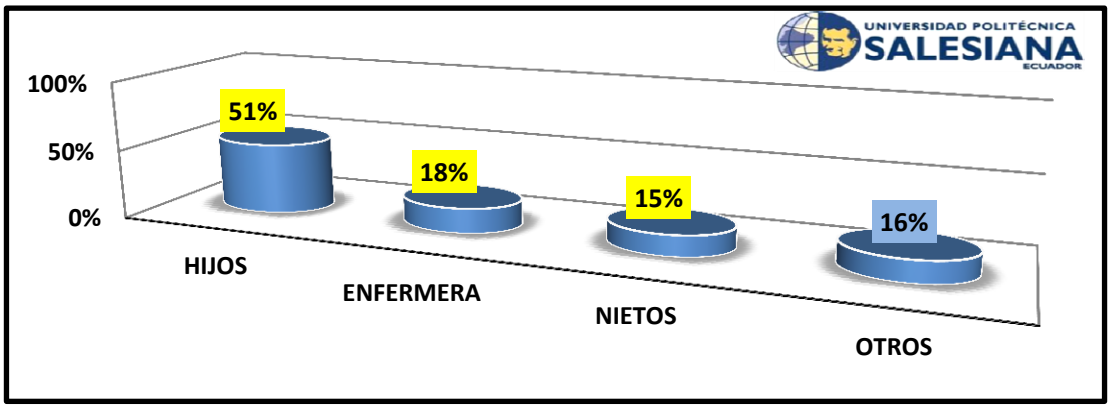


Figura 2.3: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

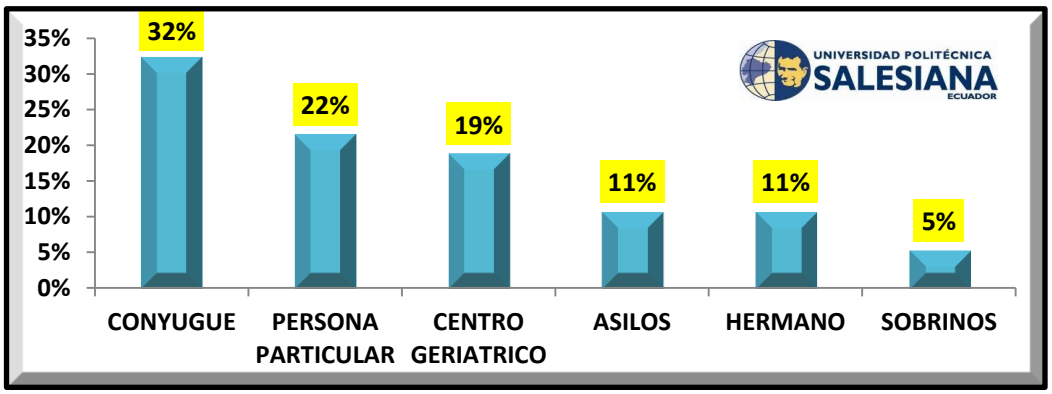


Figura 2.4: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Podemos observar que los adultos mayores están bajo el amparo de sus hijos, alcanzando niveles del **51%** nietos, conyugues, familiares y otros; de acuerdo a la estabilidad económica de los hogares cuentan con enfermeras para su atención, lo cual únicamente es para realizar sus necesidades biológicas.

Los sustentos económicos para los cuidados del adulto mayor, lo son cubiertos por sus familiares en su mayoría, muchos adultos cuentan con su jubilación y este ingreso les cubre sus necesidades y de esa forma buscan tener un apoyo para su bienestar diario.

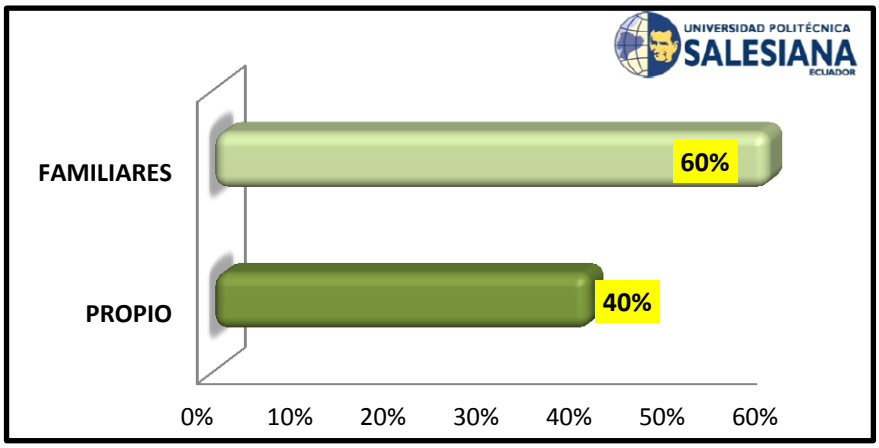


Figura 2.5: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

El tener un adulto mayor en casa bajo el amparo de sus hijos, nietos, cónyuges o una enfermera, hace que su cuidado sea limitado, las herramientas o tecnología que cuenta son escasas, esto con lleva que para su chequeo primero se debe conocer si el adulto mayor ***posee atención médica personalizada para su cuidado:***

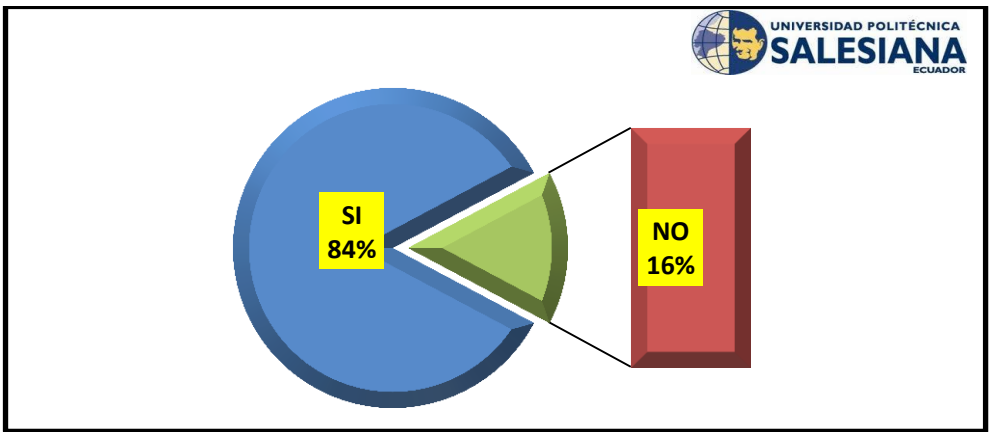


Figura 2.6: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

El **84%** de adultos mayores cuenta con una atención personalizada, para CIDAM este detalle nos indica que todo adulto mayor confía en una persona/doctor(a) que cumpla con sus necesidades, con esta identificación CIDAM debe conocer e interpretar que característica tiene esta atención personalizada, llevándonos a preguntar ***¿Qué lugares frecuenta para su chequeo médico?***,

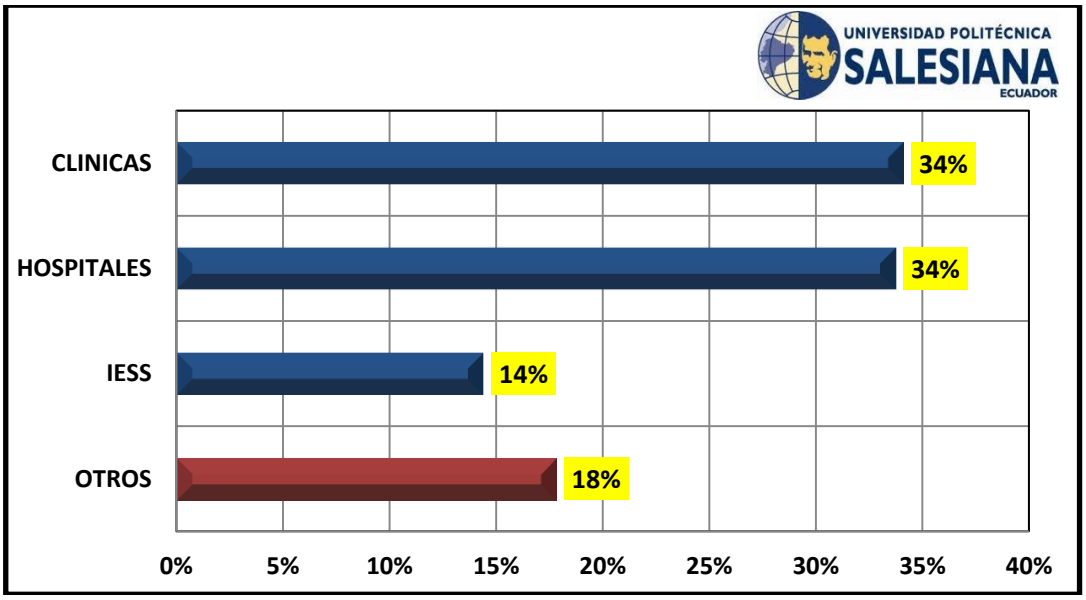


Figura 2.7: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Podemos apreciar que para el chequeo del adulto mayor, acude en grandes instancias a clínicas (Monte Sinai, Santa Inés, España, Paucarbamba, etc) y hospitales, como el Hospital del Río, y personas que tienen su jubilación al IESS; el 18% de otros nos llevó a conocer otras afirmaciones como:

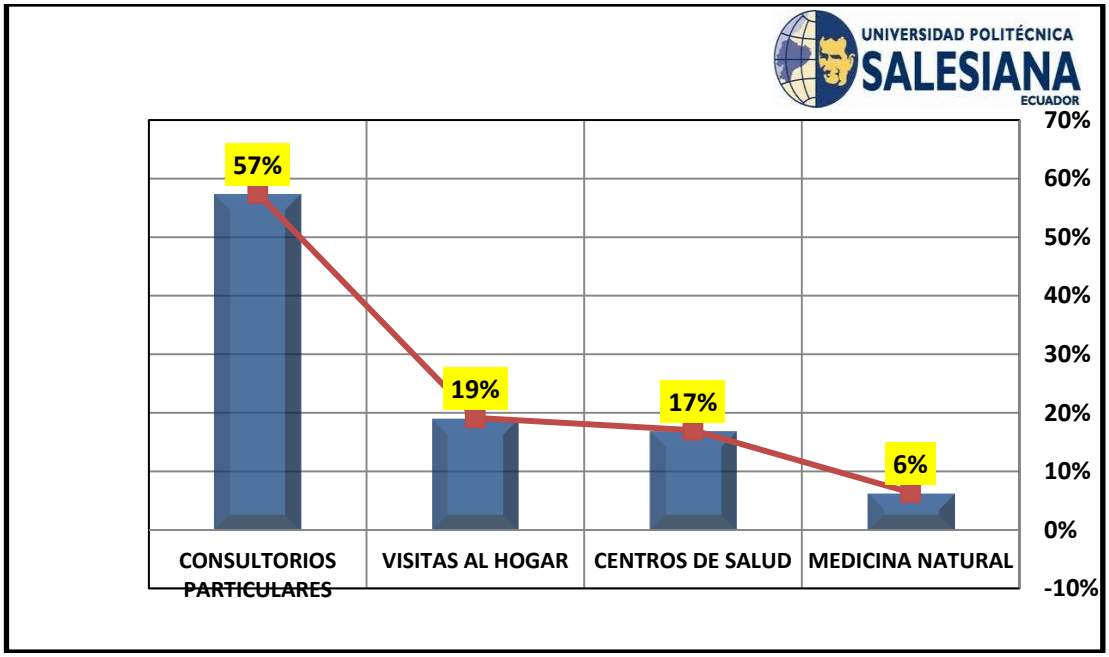


Figura 2.8: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Tienen doctores de cabecera en consultorios particulares no ligados a Clínicas/Hospitales/IESS, e incluso muchos de ellos dependiendo de la estabilidad

del adulto realizan visitas al hogar para mayores comodidades, hablamos de personas que dependen de terceros en su cuidado/sustento económico y estabilidad física/mental; por las grandes distancias que esto genera un 17% acude a centros de salud que de acuerdo al estudio nos indican que están cerca a sus hogares y que hoy por hoy se cuenta con doctores profesionales; un 6% únicamente cree en la medicina natural, de acuerdo a sus creencias es mejor que tomar analgésicos.

CIDAM a través del estudio busca conocer que tipos de enfermedades son las más comunes en los adultos mayores, de esta manera contar con una verdadera planificación de sustento de medicina, generar alianzas oportunas que beneficie al adulto mayor. Dentro del estudio de mercado cabe lo siguiente: ***¿Sufre de algún tipo de enfermedad, el adulto mayor?***

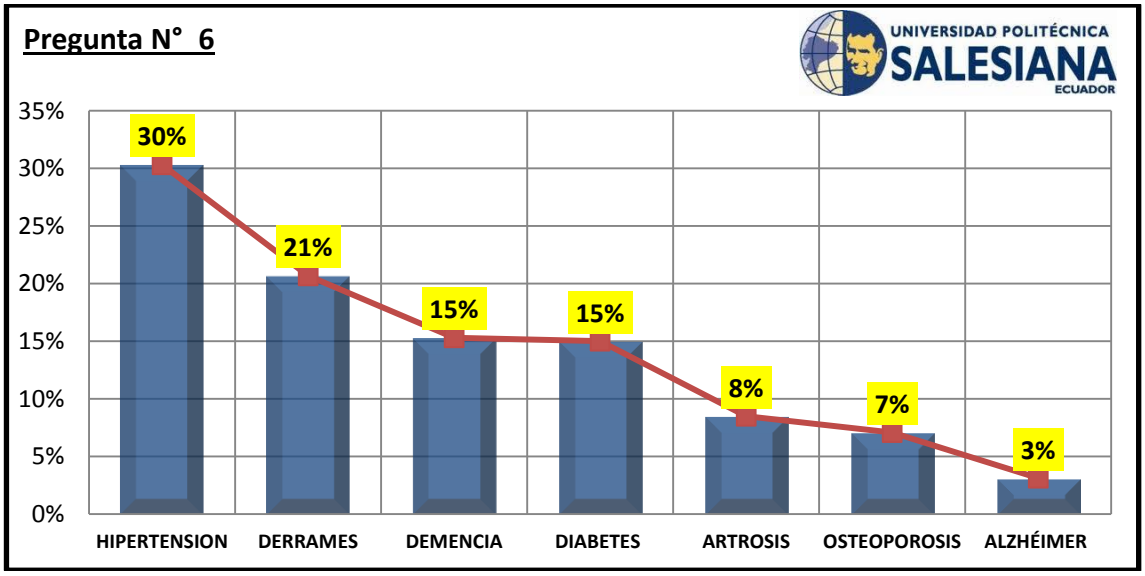


Figura 2.9: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Dado esta determinación podemos apreciar que un adulto mayor, el grado de enfermedad más notorio que sufre es la Hipertensión con un **30%** seguido de derrames, demencia, diabetes, artrosis, osteoporosis, alzhéimer, entre otros. Para CIDAM esto genera una verdadera planificación en cuanto al sustento de medicina, tipos de alimentación, y el tipo de cuidado que un profesional/personal con experiencia debería poseer.

El poder interpretar los tipos de enfermedades más comunes en los adultos mayores, debemos conocer si ***¿el adulto mayor cuenta con un Plan de Medicación Continua?***

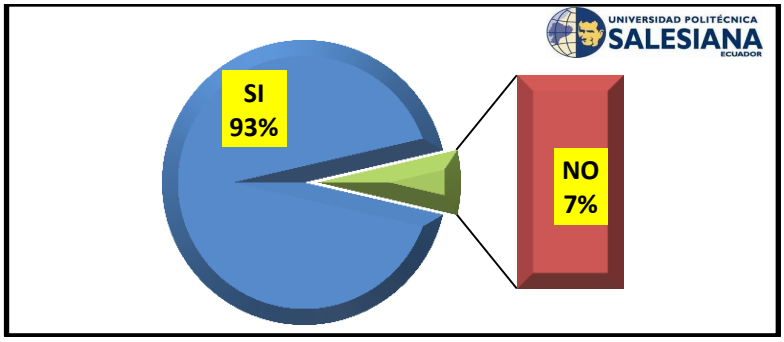


Figura 2.10: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

El estudio nos da a conocer que el 93% de los adultos cuenta con un plan de medicina continua, como se apreció en el grafico anterior para CIDAM genera ideas/planes de acción/planificación para todos estos requerimientos y necesidades para el bienestar del adulto mayor, sin embargo el poder conocer donde ***adquiere sus medicinas*** el adulto mayor, genera ideas claras para a trabajar con estos centros y poder formar alianzas para el ganar-ganar de todos.

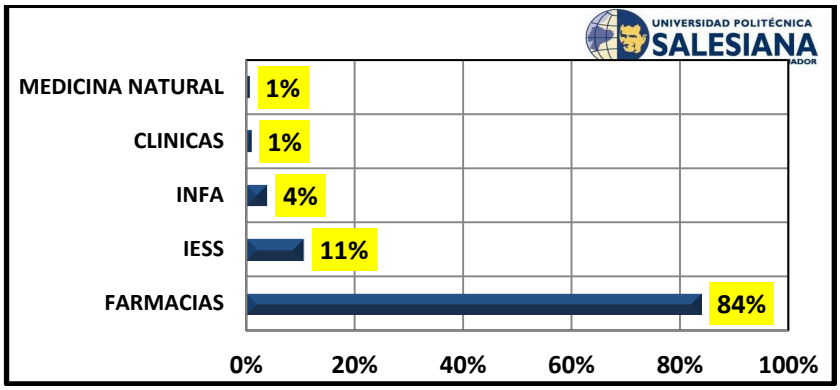


Figura 2.11: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Podemos denotar que el consumo de medicina en las personas lo hacen en lugares que estén presentes para ellos, en este caso las farmacias con un **84%** lo cual indica que el centro CIDAM puede formar alianzas con ellos, con la finalidad de mantener un constante abasto para el centro en medicina y de esta manera a través del historial del adulto poder ser su soporte en todo lo que necesita.

A través del estudio se pudo comprender que las personas en la ciudad de Cuenca han escuchado o conocen algún centro de cuidado para el adulto mayor, permitiendo identificar para CIDAM que; existe un mercado que podemos trabajar y ofertar nuestros servicios.

Conoce Ud. Centros Geriátricos en Cuenca

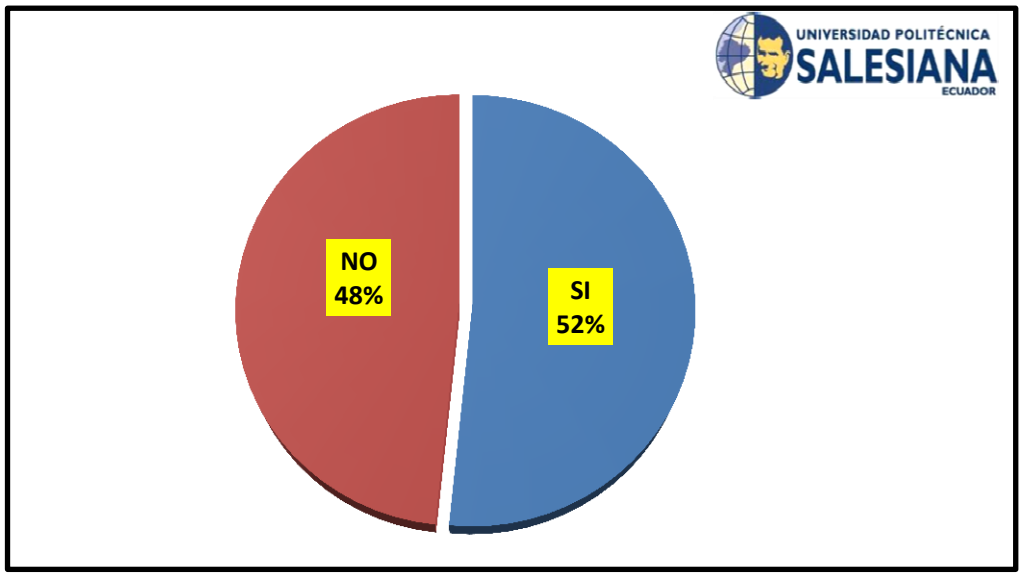


Figura 2.12: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Como podemos apreciar cerca del **50%** no conoce un centro gerontológico en la ciudad de Cuenca, lo que nos indica que no existe una campaña hacia los familiares donde podrían hacer concientizar que un centro es una gran opción para darle a una vida como un adulto mayor merece, luego de haber trabajado toda su vida.

Sin embargo que opinan las personas que si conocen un centro gerontológico es muy importante saber: **Cuales son, y, si *consideran la posibilidad de que un centro gerontológico con la experiencia necesaria atienda a un adulto mayor? ¿Por qué?***

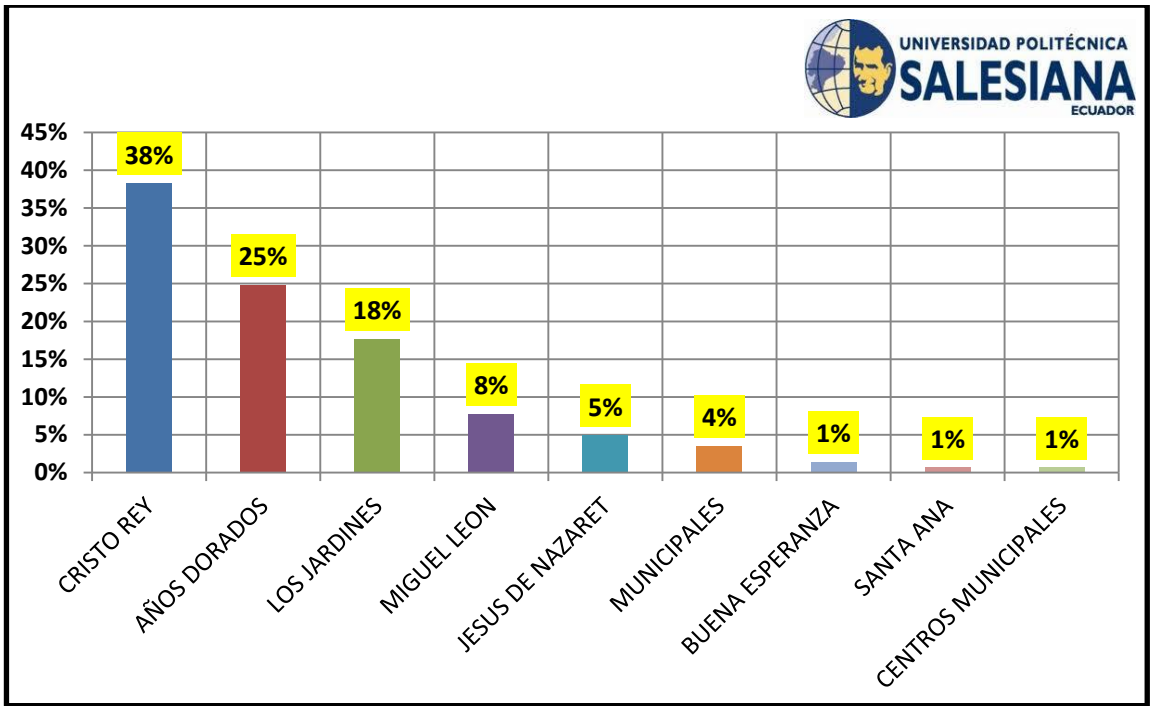


Figura 2.13: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

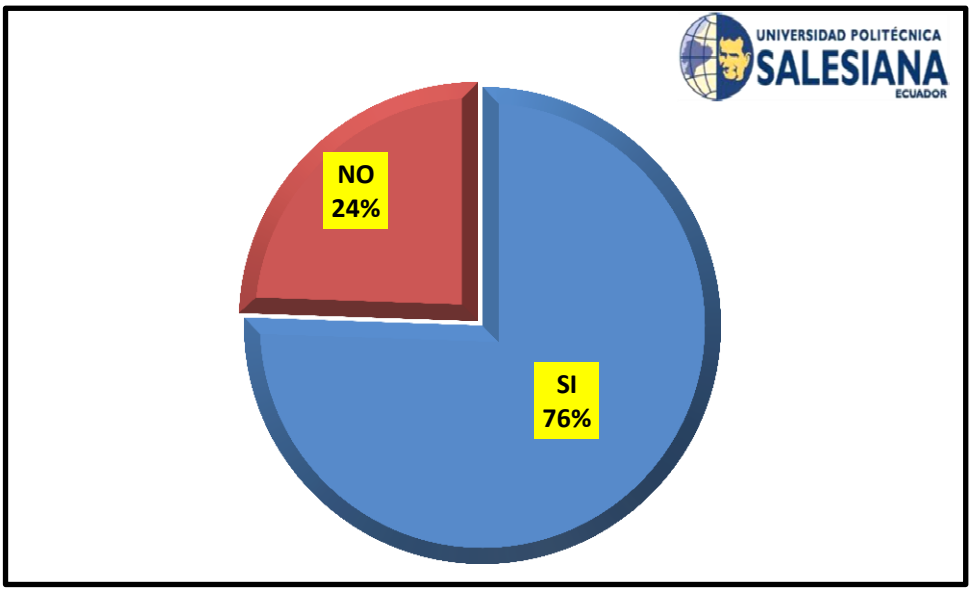


Figura 2.14: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

En el estudio realizado una gran prioridad para la factibilidad del centro CIDAM, es saber si las personas que cuidan a sus adultos mayores en sus hogares, contarían con la facultad de un centro para que atiendan en todas las necesidades; el **76%** indica que estarían dispuestos hacer que sus adultos mayores puedan asistir porque estiman que un centro les brinda lo siguiente:

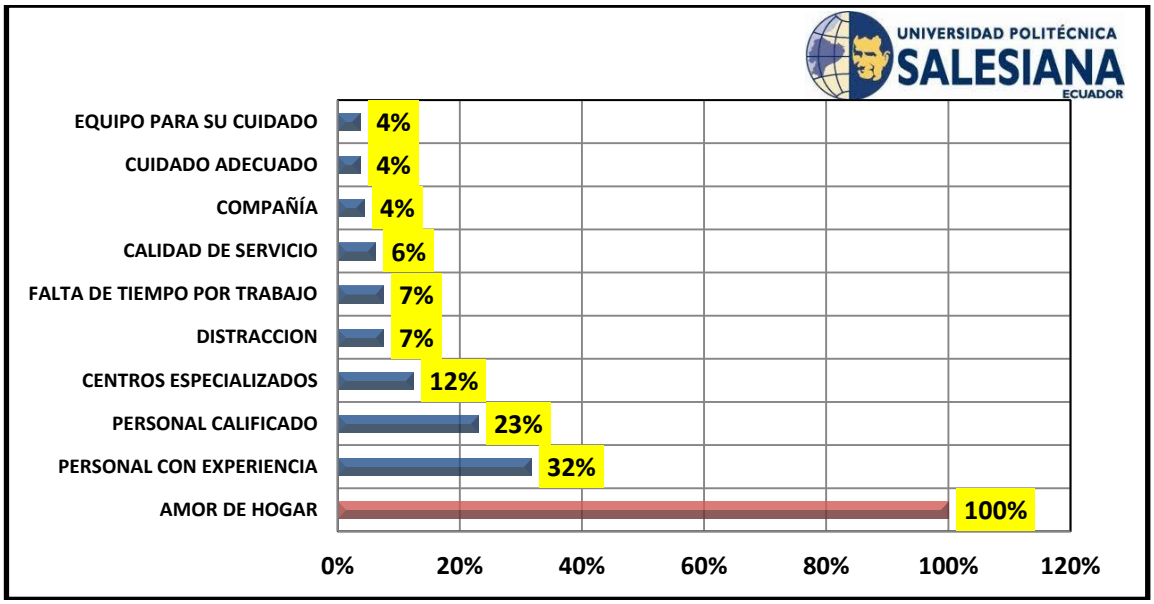


Figura 2.15: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Las personas que están bajo el cuidado consideran importante un centro por su personal experimentado, calificado llegando a un **55%** conjuntamente; como tercer punto lo consideran por ser un centro especializado y los servicios que brinden como la distracción que pueden dar a un adulto mayor que suman un **19%** conjuntamente.

El **24%** indica que no le gusta dejar a sus adultos mayores en un centro debido que para ellos ningún centro podrá dar un verdadero amor de hogar como lo hacen los hijos y familiares. Para toda familia es muy importante que su adulto mayor se sienta bien, nos indican que al dejar en un centro son afectados en su parte emocional, para CIDAM es una prioridad saber si ***considera la atención psicológica y física del adulto mayor importante? ¿Por qué?***

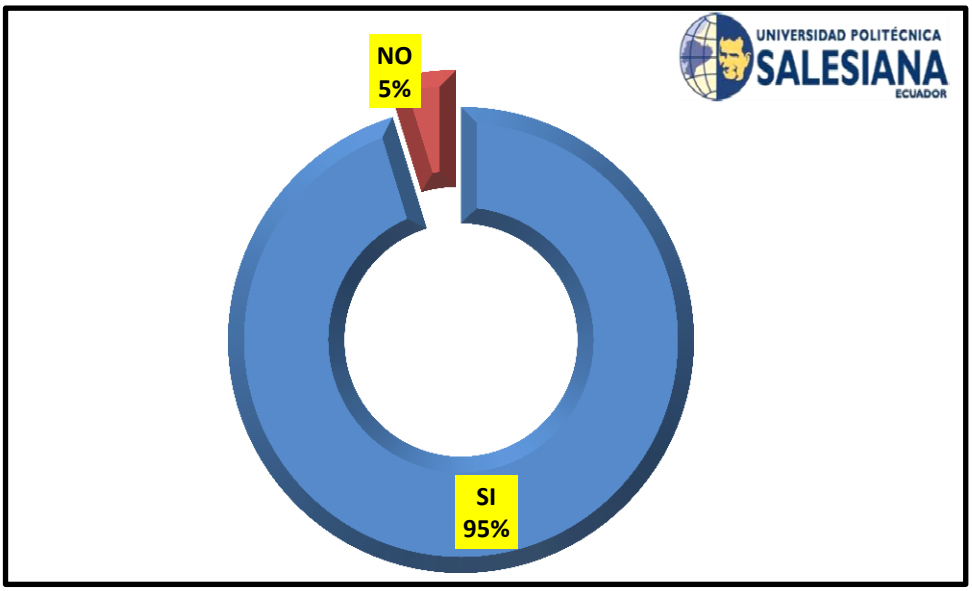


Figura 2.16: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Para todo hijo, familiar la atención a su adulto mayor es un punto vital, esto permite conocer en su ámbito psicológico todo lo que siente, percibe en su entorno, gracias a ello se pueden realizar planes de mejora para el adulto y daría:

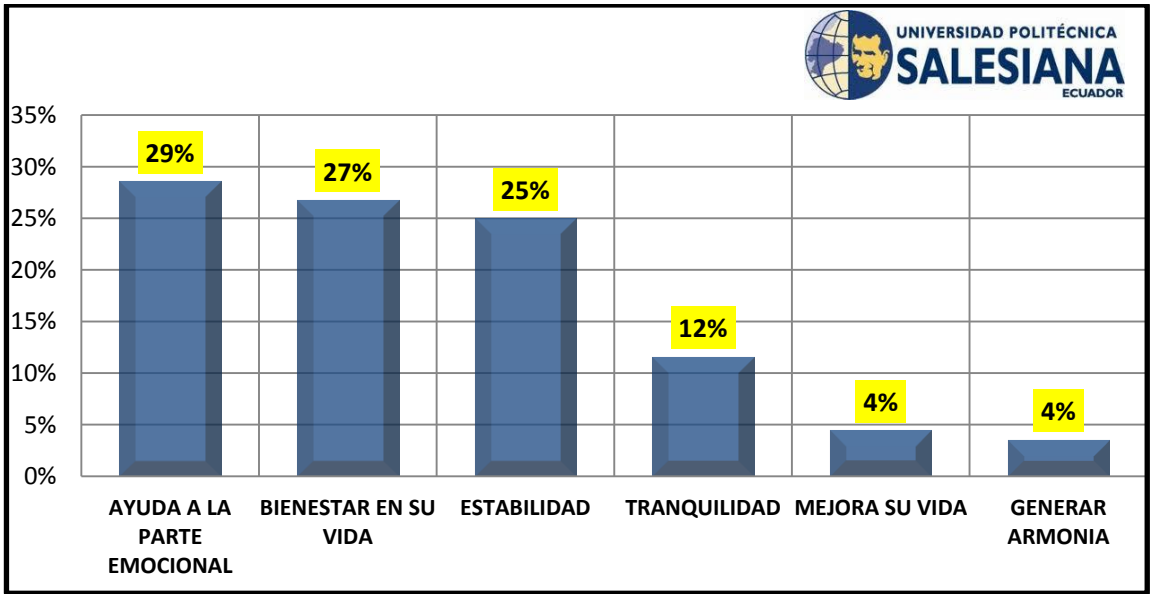


Figura 2.17: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

El **5%** en la parte negativa de no considerar importante una atención física y psicología para el adulto mayor interpreta como:

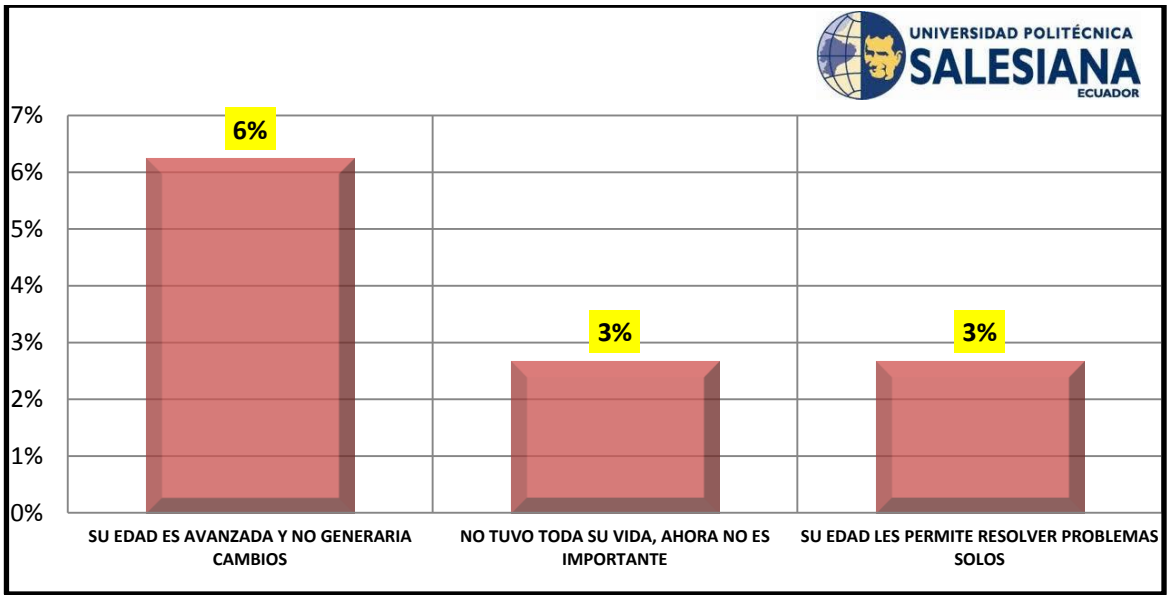


Figura 2.18: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

El pensar que su adulto mayor al tener una edad avanzada, no surtiría efecto, incluso el llegar a pensar que si toda su vida no lo tuvo, de adulto no es importante, además al tener una edad avanzada se pueden resolver problemas solos; para CIDAM esto es una cultura es un romper los paradigmas, una ayuda psicología lo es importante en cualquier edad y más cuando se trata de un adulto; el brindarles bienestar, estabilidad hace que su vida sea más placentera, para CIDAM es muy fundamental y lógico que un adulto mayor reciba terapias físicas y psicológicas.

Al conocer que el **52%** considera que un centro gerontológico cuide a un adulto mayor, para CIDAM es factible saber que centros de los que se han mencionado acude actualmente un adulto mayor: ***El adulto mayor acude algún centro Geriátrico.***

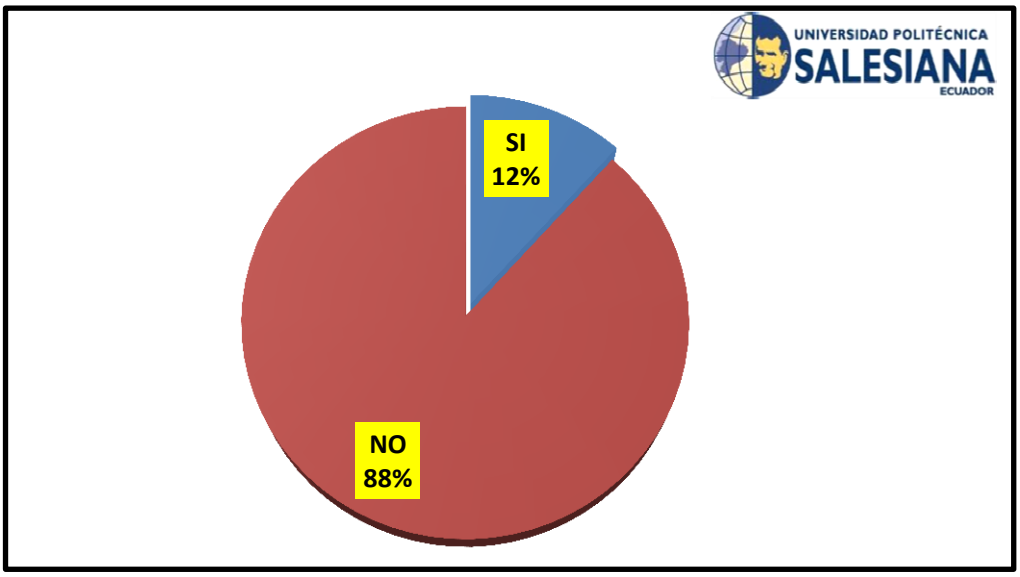


Figura 2.19: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Como se pudo observar el **50%** de personas no conocen o no han escuchado de un centro gerontológico, y el **50%** que lo conoce y opina que son centros buenos por su experiencia o personal autorizado, el **76%** indica que: *"si le gustaría, si le llama la atención y sí le dieran una fuerte razón para dejarlo",* sin embargo que les guste no indicaba que sus adultos asistan es por eso que el **88%** no asistía a centros gerontológicos por una fuerza grande que es el amor de hogar o porque los centros actuales no les satisfacía sus expectativas. Sin embargo un 12% si acude a los centros gerontológicos como son:

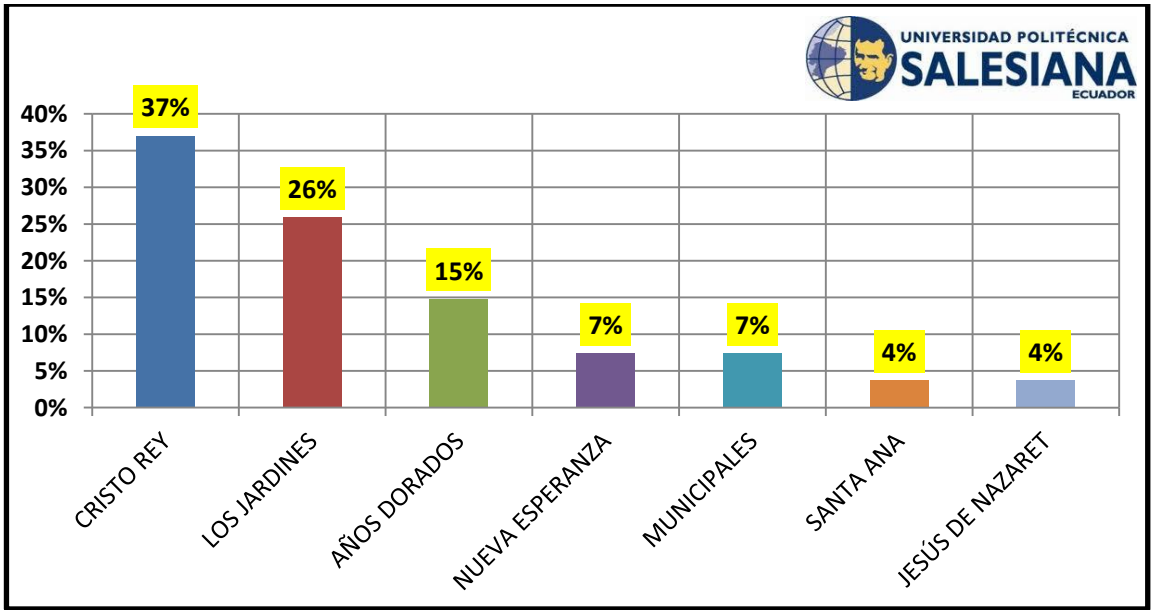


Figura 2.20: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Como se observa los centros que analizamos como nuestra competencia, se confirma en el estudio de mercado; Cristo Rey, Los Jardines, Años Dorados; ya sean por sus precios, infraestructura, atención, capacidad, etc. Son centros que para CIDAM son fundamentales como su competencia directa; y como parte de ello el **12%** que si asiste a estos centros era muy necesario conocer porque lo hacían y se planteó lo siguiente:

La calidad de los servicios ofrecidos por este centro geriátrico son: altas, medias, bajas.

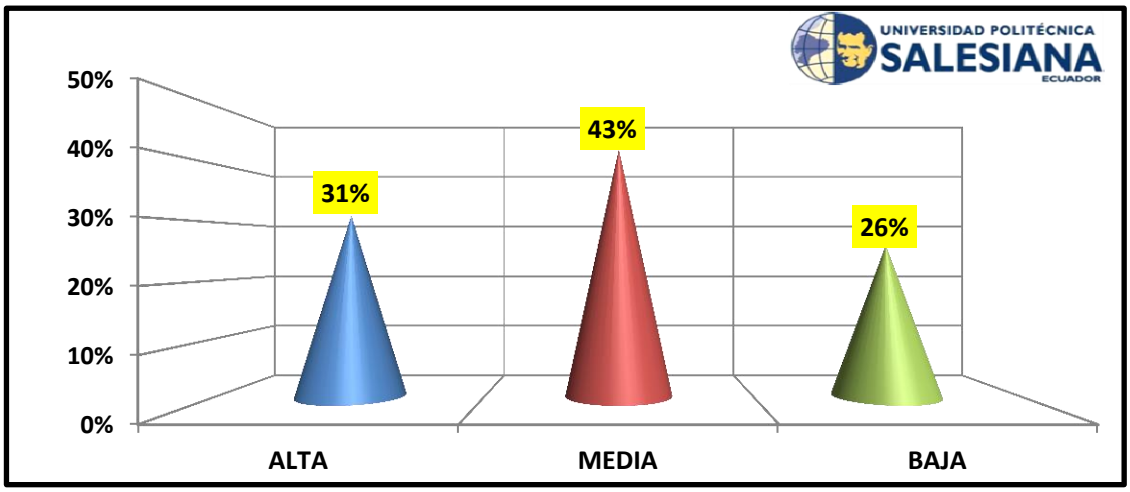


Figura 2.21: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Para todas las personas la atención en estos diferentes centros era considerada en primera instancia como **media,** en segunda instancia **alta,** y con una gran participación baja, sin embargo debíamos conocer que consideraban dentro de su **43% y sucesivamente,** se detalló lo siguiente:

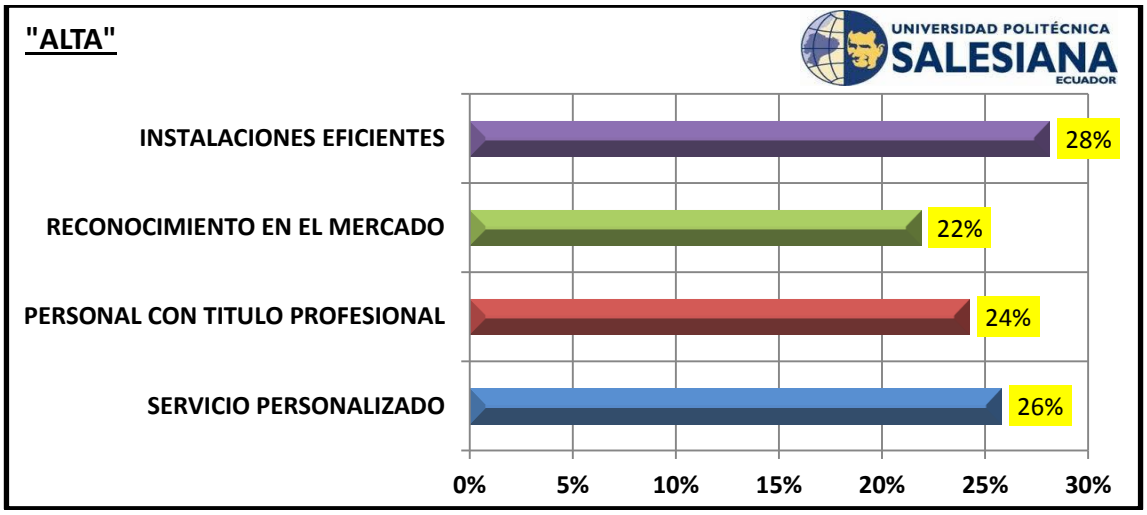


Figura 2.22: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

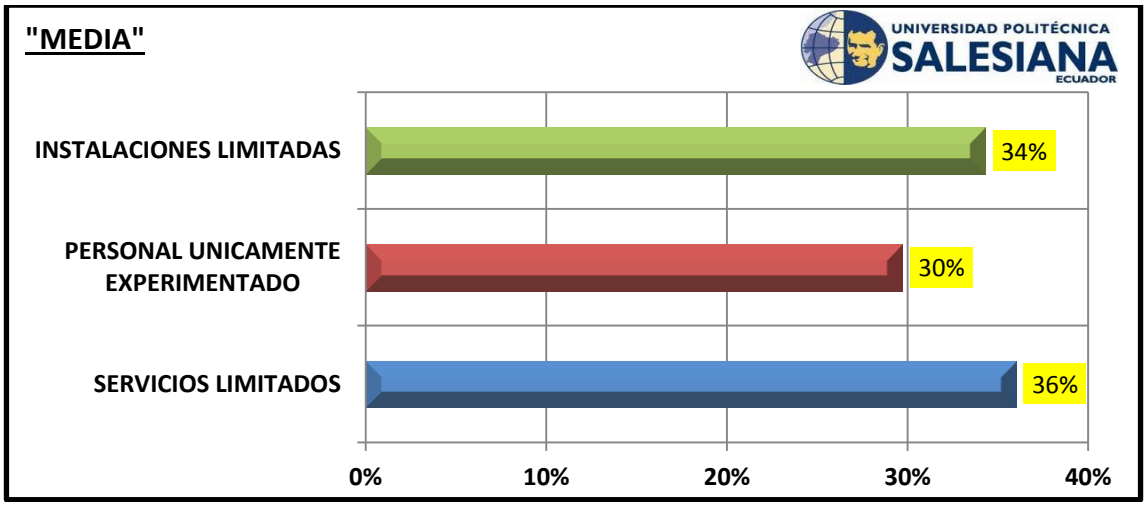


Figura 2.23: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

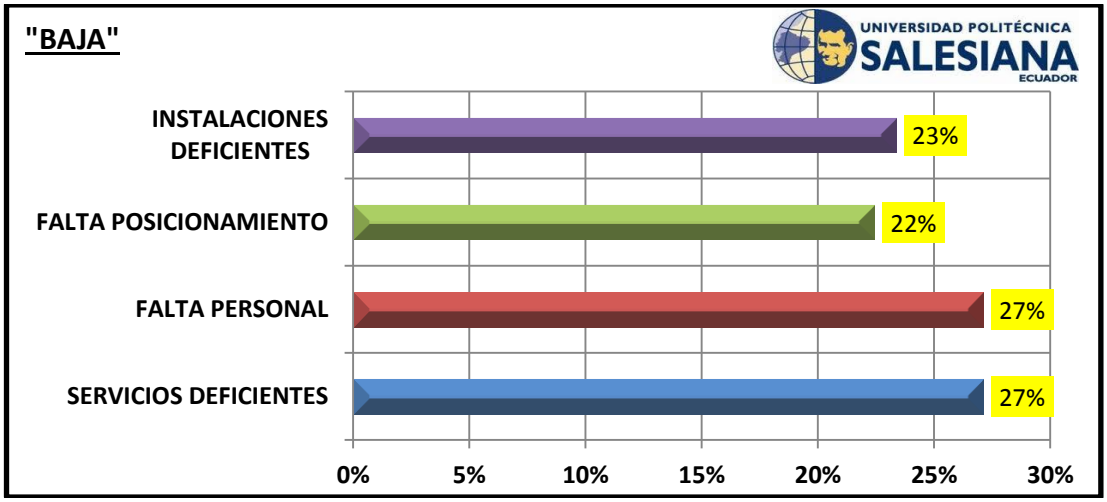


Figura 2.24: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Al identificar todos estos parámetros CIDAM plantea al mercado un centro gerontológico con todas las necesidades que el cliente/adulto mayor necesita, es por ello que es muy conveniente saber si es factible nuestro proyecto; por ello se plantea lo siguiente:

¿Le gustaría que en la ciudad de Cuenca, se formara un nuevo centro Gerontológico que permita cubrir todas sus necesidades, con una buena calidad en atención y personal profesional?.

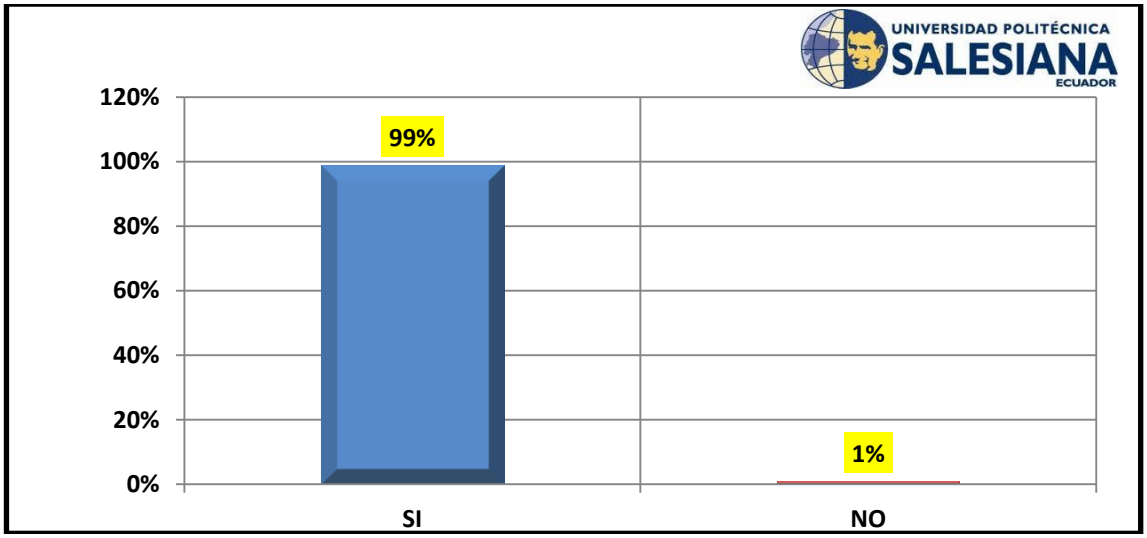


Figura 2.25: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

La aceptación al nuevo centro que cumpla o cubra con todas sus expectativas es aceptada en un **99%** lo que permite seguir adelante con nuestro estudio de factibilidad para la integración de un centro gerontológico para el adulto mayor.

Al conocer e identificar este punto es importante saber si la situación económica de las personas que sostienen a un adulto son acordes a su economía.

¿Considera Ud. que los precios que ofrecen estos Centros Gerontológicos están acorde a las necesidades a la situación económica?

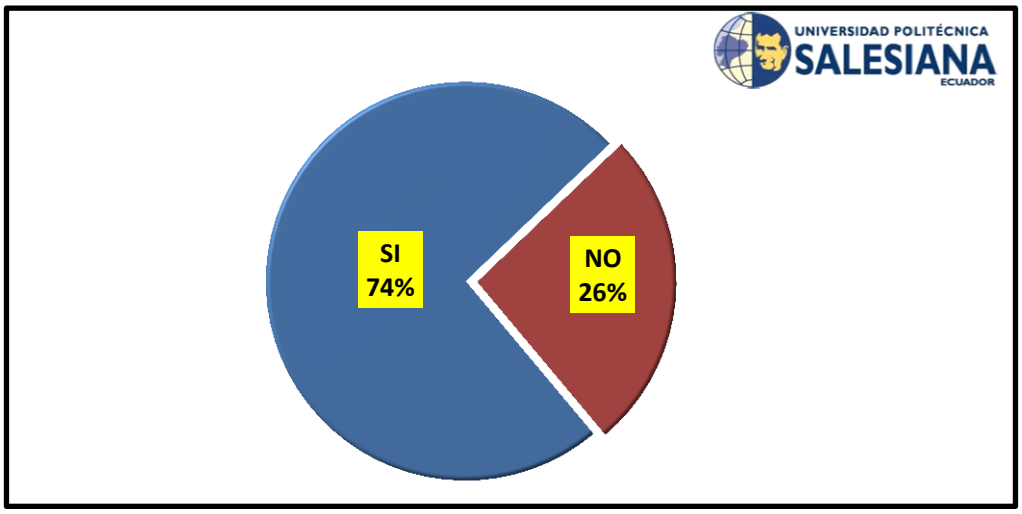


Figura 2.26: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Saber que contamos con un mercado que tiene el sustento económico necesario para que un centro con la infraestructura necesaria, personal capacitado y experimentado cuide de su adulto mayor con un **74%** de aceptación que los precios son acordes o están dentro de un parámetro factible, hace de CIDAM una gran oportunidad para introducirse en el mercado con precios y servicios competitivos.

CIDAM como parte de su primicia genera un servicio de cuidado diario y como segundo plano estancia permanente, para lo cual deseamos saber si se considera este nivel de aceptación. Es por ello que se determinó lo siguiente:

El nuevo centro gerontológico piensa ofrecer un nuevo servicio de guardería (cuidado diario) y estancia; para Ud. cual es más factible

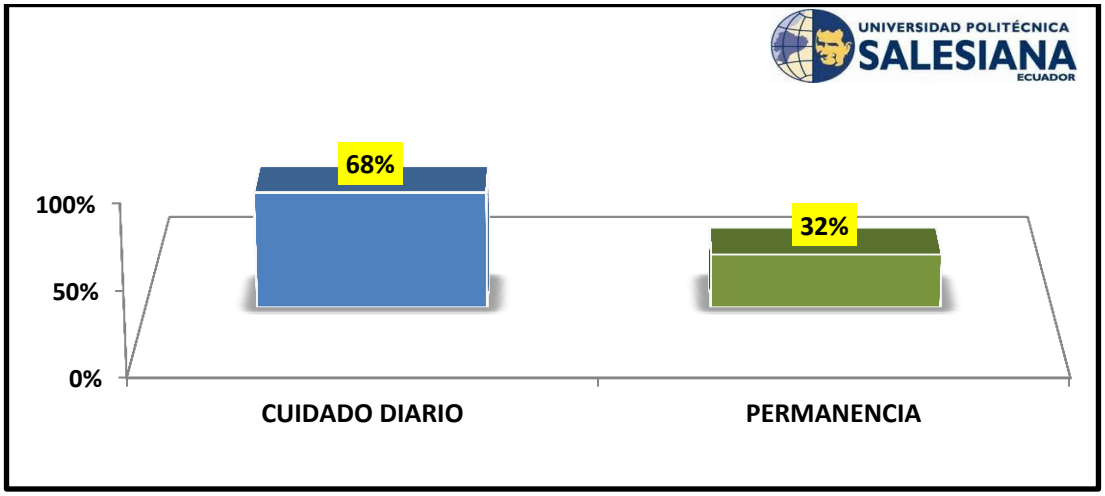


Figura 2.27: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Como podemos ver la primicia de CIDAM es aceptado en un **68%** lo que hace de nuestro centro una gran oportunidad para poder desarrollarse en el mercado. Para CIDAM ya teníamos la aceptación de su primicia ahora deseamos conocer los precios que estarían dispuestos a cubrir para el cuidado del adulto mayor, para ello se optó por realizar paquetes con distintos servicios y precios que se obtuvo lo siguiente:

- **CUIDADO DIARIO**

Paquete A: Terapias Físicas y Psicológicas, Integración con su mismo grupo de edad, Chequeos Médicos Generales 1 vez por semana, Chequeos Médicos Especializados 1 vez por semana, Transporte, Paseos por la ciudad, comida modificable de acuerdo a su condición, Implementos de Aseo, Lavandería, TV Cable, Acompañamiento Diario. Costo Aproximado: 600-900 mensual.

Paquete B: Integración con su mismo grupo de edad, Chequeos Médicos Especializados, Transporte, comida modificable de acuerdo a su condición, Implementos de Aseo, Lavandería, TV Cable, Acompañamiento Diario. Costo Aproximado: $35 diario.

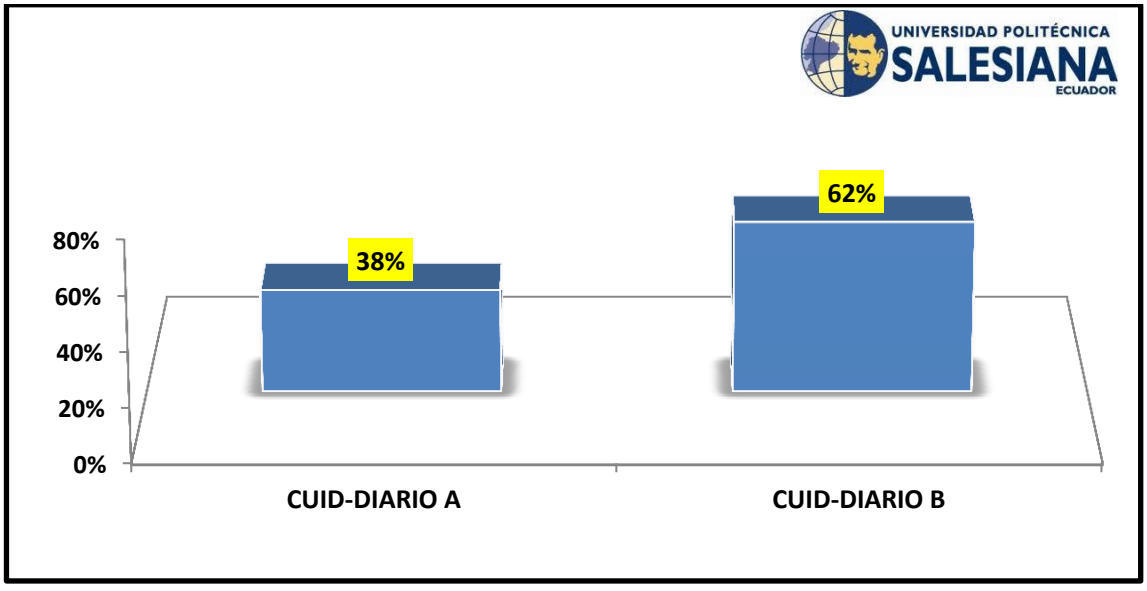


Figura 2.28: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Nuevamente se confirma la aceptación de las personas para el cuidado diario de su adulto mayor, y para ello están de acuerdo en cubrir un precio ofrecido en un paquete

tipo B, lo cual hace de CIDAM que su centro pueda ser desarrollado, debido que, su nivel de aceptación está en un **62%.**

- **ESTANCIA PERMANENTE**

Paquete AAA: Terapias Físicas y Psicológicas, Reintegración a la Sociedad, Chequeos Médicos Generales 3 veces por semana, Chequeos Médicos Especializados 3 veces por semana, Paseos por la ciudad, Dieta Personalizada, Implementos de Aseo, Lavandería, TV Cable, Acompañamiento Diario, Habitación Individual. Costo Aproximado: 1001-1300.

Paquete AA: Terapias Físicas y Psicológicas, Reintegración a la Sociedad, Chequeos Médicos Generales 1 vez por semana, Chequeos Médicos Especializados 1 vez por semana, Paseos por la ciudad, Dieta Personalizada, Implementos de Aseo, Lavandería, TV Cable, Acompañamiento Diario, Habitación Compartida. Costo Aproximado: 901-1000.

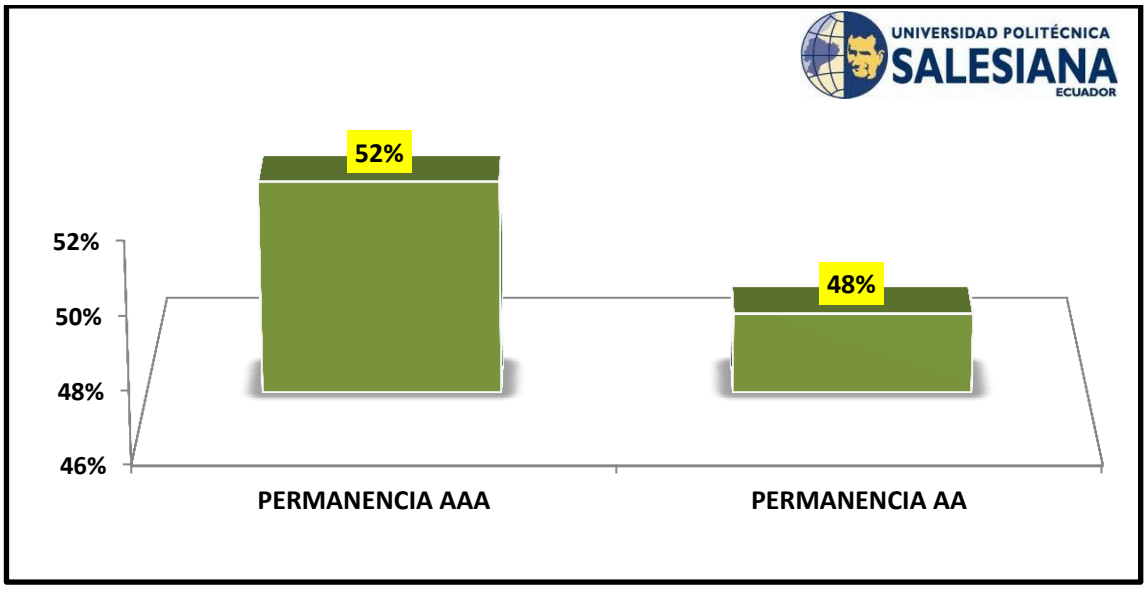


Figura 2.29: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: Autores

Y el servicio como segunda instancia que ofrece CIDAM tenía un nivel de aceptación del **52%** en un paquete triple A.

Conclusiones del Estudio de Mercado

Como podemos apreciar el estudio de mercado marca una pauta muy considerable para lanzar un nuevo centro gerontológico con nuevos servicios que puedan ayudar a

los familiares y sobre todo al adulto mayor. Por medio de CIDAM permitir que el adulto pueda tener una vida muy amena, con un grupo de personas totalmente capacitadas, y sobre todo, saber que al transcurso de la noche poder llegar al hogar donde su familia le estará esperando con el amor que siempre le ha mantenido.

Evitar de la mente del adulto mayor ser considerado un estorbo o un anciano que ya no puede ayudar, olvidándonos que cuando nosotros fuimos niños ellos estuvieron ahí en todo momento, pero por circunstancias económicas de la situación actual, el tener que trabajar y ser el sustento del hogar hace que no podamos estar totalmente a su lado para ayudarle en lo que necesita, es necesario un centro como CIDAM que primeramente piensa en el bienestar emocional del adulto y lanza al mercado nuevos servicios que harán del familiar y del adulto una ayuda emocional que es lo más grande que un ser humano tiene en su memoria y su corazón.

2.2.3. Especializaciones en medicina para el cuidado del adulto mayor.

2.2.3.1. Proceso de Envejecimiento

El envejecimiento es un proceso normal y degenerativo que atraviesa todo ser humano considerándose al mismo desde el nacimiento, claro que el proceso de envejecimiento depende también de la salud y enfermedades que posea o no la persona. Se considera a esta etapa de la vida como la fase final de la misma.

Es un proceso que implica cambios físicos, estructurales, psicológicos y funcionales, lo que hace que el ser humano regrese a tu etapa inicial es decir el ciclo de vida del ser humano vuelve a la fase en donde su vida se vuelve dependiente de un tercero, haciendo que esto sea un factor determinante en el proceso psicológico de envejecimiento de una persona, que por lo general se rehúsa a pensar que esto pueda suceder.

Envejecimiento es un proceso gradual, adaptativo e individual. Modificaciones morfológicas, fisiológicas, bioquímicas y psicológicas propiciadas por los cambios

inherentes a la edad y al desgaste acumulado a lo largo de la historia del individuo en un ambiente determinado.

Vejez es la etapa del ciclo vida después de la adultez, cuyo inicio lo establece la sociedad. Por consenso internacional en los países en desarrollo se establece que la vejez se inicia a partir de los 60 años y en países desarrollados a partir de los 65 años.

- **Clasificación Adultos Mayores**

  - 60 a 74 años. Adultos mayores o ancianos
  - jóvenes.
  - 75 a 84 años Adultos mayores o ancianos viejos.
  - 85 a 99 años. Adultos mayores o ancianos longevos.
  - Mayores de100 años. Centenarios

El envejecimiento y las enfermedades de la tercera edad han sido de interés para numerosos estudiosos durante centurias, eminentes individuos desde la antigua China, India y el este del Mediterráneo dedicaron muchas de sus energías a estudiar el envejecimiento. Más tarde, griegos y romanos continuaron sus esfuerzos en tratar de entender los mecanismos del proceso de envejecimiento y su pensamiento matizó el desarrollo investigativo de Europa. Toda la fascinación de Europa por el envejecimiento y la muerte, fue trasmitida a la América y al resto del mundo bajo su influencia.[28]

En la vejez existe un aumento de la incidencia y prevalencia de aquellas enfermedades, básicamente degenerativas, en las que la edad avanzada es un importante factor de riesgo y que tienden, en su evolución, hacia frecuentes situaciones de incapacidad. Lo que realmente marca la diferencia es la tendencia evolutiva hacia situaciones de pérdida de autosuficiencia de muchas de estas enfermedades de alta prevalencia en el anciano. Se estima que al menos un 1% de la población mayor a 65 años está totalmente inmovilizado, un 6% padece severas

[28] PRIETO, Oswaldo; *Gerontología y Geriatría;* Centro Iberoamericano de la Tercera Edad; http://bvs.sld.cu/revistas/res/vol12_2_99/res01299.htm, Pág. 1.

limitaciones en las actividades de la vida diaria y hasta un 10% más presenta incapacidad moderada, disparándose las cifras por encima de los 80 años.

La consecuencia inevitable de todos estos hechos es el aumento del consumo de recursos sanitarios y sociales por las personas de edad más avanzada en una verdadera Geriatrización de la Medicina, que se traduce en los siguientes puntos concretos:

- ✓ Mayor incidencia de enfermedad, con frecuente coincidencia de varias patologías en un mismo individuo.
- ✓ Mayor tendencia a la cronicidad de las mismas.
- ✓ Mayor prevalencia de situaciones de incapacidad.
- ✓ Mayor utilización de la Atención Primaria de Salud.
- ✓ Mayor consumo de fármacos.
- ✓ Mayor necesidad de cuidados continuados.
- ✓ Mayor utilización de recursos sociales.
- ✓ Mayor ocupación de camas hospitalarias.[29]

2.2.3.2. Tipos de Envejecimiento

- **Envejecimiento exitoso**

  - ➢ La ausencia o baja probabilidad de enfermedad y discapacidad relacionada a enfermedad.
  - ➢ Alta capacidad cognitiva y funcional.
  - ➢ Un activo compromiso con la vida

Los tres términos son relativos, tienen entre sí cierta jerarquía, pero EE es más que carecer de enfermedades o que mantener la capacidad funcional y mental, reconociendo la importancia de ambos elementos.

[29] CONSEJO NACIONAL DE ESPECIALIDADES MÉDICAS DE ESPAÑA, *Geriatría*, http://www.semeg.es/docs/docum/programaformaciongeriatria.pdf, Pág. 1

- **Envejecimiento saludable**

Incluye el aprendizaje durante toda la vida, poder trabajar más tiempo, jubilarse más tarde y en forma gradual, tener una vida activa después de la jubilación y ocuparse en actividades que mejoren la capacidad y mantengan la salud.

- **Envejecimiento activo.**

Es el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen. El envejecimiento activo depende de una diversidad de influencias o determinantes que rodean a las personas, las familias y las naciones.

2.2.3.3. Características de los cambios musculo esqueléticos y fisiológicos del envejecimiento.

CAMBIOS MUSCULOESQUELÉTICOS	CAMBIOS FISIOLÓGICOS
Se produce pérdida de fuerza, cambio de la figura corporal y disminución del peso.	El corazón pierde eficacia, bombea menos sangre y aumenta de tamaño.
Se reduce la mineralización ósea.	Los vasos sanguíneos se estrechan y pierden la elasticidad. Aumenta la presión arterial.
La marcha se hace lenta e insegura (uso de bastón).	Menor capacidad respiratoria de reserva y de recuperación cuando se exigen esfuerzos.
Las articulaciones se desgastan y se vuelven más rígidas.	Disminuye la función renal y capacidad de la vejiga.
	El proceso digestivo se enlentece en todos sus tramos.
	Dificultad en la masticación y, a veces, en la deglución. Menos salivación.
	Baja producción de hormonas y lentitud en procesos cognitivos.

Tabla 2.2: Cambios Músculo Esqueléticos y Fisiológicos del Envejecimiento
Fuente: AUTOR DESCONOCIDO, *El proceso de envejecimiento y los cambios biológicos, psicológicos y sociales,* Ed. McGraw Hill, Pág. 25.

2.2.3.4. Salud del adulto mayor

La Organización de Naciones Unidas (ONU) considera anciano a toda persona mayor de 65 años en países desarrollados y de 60 años en países en vías de desarrollo. Según la OMS las personas de 60 a 74 años es de edad avanzada, de 75 a 90 años son ancianas y mayores de 90 son grandes viejos.[30]

2.2.3.5. Atención médica para el adulto mayor

El adulto mayor debe recibir especial atención, como los niños ya que su etapa de vida se torna más vulnerable; como ya se lo mencionó anteriormente sus aspectos físicos, psicológicos y mentales cambian drásticamente con el pasar del tiempo; por lo cual el médico regular no tiene los conocimientos concretos para su atención y cuidado; es por ello que la medicina analizó la posibilidad de especializarse en los adultos mayores y se crearon las ramas de gerontología y geriatría; estas ramas de la medicina analizan la posibilidad de alargar la vida de un adulto mayor con dignidad atendiendo prontamente sus dolencias y de ser inevitable una muerte digna, estas especialidades nos brindan la posibilidad de tener un especialista para la atención medica de los mayores de la casa brindando tranquilidad y confianza al paciente y familiares; sabiendo que su salud se encuentra bien atendida y supervisada por un experto en el tema.

2.2.3.6. Geriatría[31]

Geriatría es una rama de la medicina, es decir una especialidad médica como pudiera ser la Cardiología o la Pediatría. Tiene unas particularidades que la hacen hoy en día muy necesaria y atractiva, derivadas de lo que es su razón fundamental: el anciano.

La Geriatría debe atender al anciano tanto en situación de salud como de enfermedad. Debe prestar atención tanto a los aspectos clínicos presentes en sus enfermedades como a la prevención de las mismas. De forma especial y particular

[30] AUTOR DESCONOCIDO, *El Adulto Mayor en el Mundo, OMS 2005*, Disponible en: http://mayoresdehoy.com/2012/11/07/el-adulto-mayor-en-el-mundo-parte-1/, Noviembre 2012.
[31] AUTOR DESCONOCIDO; *¿Qué es Geriatría?;* http://www.saludalia.com/salud-familiar/que-es-geriatria.

los aspectos sociales que pueden influir en la salud del anciano como son la soledad, el aislamiento, la dependencia, deben formar parte del trabajo y actuación del médico geriatra.

La Geriatría es una especialidad joven comparada con otras, aunque no tanto como pudiera parecer. El término geriatría se usa por primera vez a comienzos de siglo, en la literatura médica, para hacer referencia a las enfermedades que padecían los ancianos y sus tratamientos. Se comienza así a tener conciencia de esta particularidad.

La Geriatría es por tanto una rama de la Gerontología y la Medicina que se ocupa de los aspectos clínicos, terapéuticos, preventivos, y sociales en la salud y enfermedad de los ancianos. Es una ciencia práctica aplicada, que se ocupa de la asistencia integral a estas personas.[32]

2.2.3.7. Gerontología[33]

En la actualidad, la Gerontología es definida como la ciencia que estudia el envejecimiento en todos sus aspectos, e incluye las ciencias biológicas y médicas, psicológicas y sociológicas; además de la aplicación del conocimiento científico en beneficio del envejecimiento y de los adultos mayores.

El término gerontología proviene etimológicamente del griego, *Geron = viejo y Logos = estudio*. Parece que el término gerontocracia, con el que se describía en la Grecia antigua al gobierno controlado por los ancianos pudiera haber sido el término precursor. Los espartanos capitalizaban la experiencia de los ancianos. Los Gerontes era un consejo de 28 hombres que pasaban de los 60 años y controlaban el gobierno de la Ciudad-Estado.

En 1903, Michel Elie Metchnikoff (1845-1916) sociólogo y biólogo ruso, sucesor de Pasteur y Premio Nobel de Medicina y Fisiología en 1908, propuso a la Gerontología como ciencia para el estudio del envejecimiento, ya que según él "traería grandes modificaciones para el curso de este último período de la vida".

[32] PRIETO, Oswaldo; *Gerontología y Geriatría;* Centro Iberoamericano de la Tercera Edad; http://bvs.sld.cu/revistas/res/vol12_2_99/res01299.htm; Pág. 1.
[33] PRIETO, Oswaldo; *Gerontología y Geriatría;* Centro Iberoamericano de la Tercera Edad; http://bvs.sld.cu/revistas/res/vol12_2_99/res01299.htm ;Pág. 1; 1999

Aunque el desarrollo y la aceptación de un término que sea descriptivo y conciso como lo son Gerontología y Geriatría son pasos importantes en el avance de la ciencia y la práctica, no se puede asumir que el desarrollo de un término implica que en ese momento ha surgido la ciencia en sí.

- **Tipos de Gerontología**[34]

- **Gerontología biológica**

Es una ciencia multidisciplinar que pretende conocer tanto los íntimos mecanismos del envejecimiento como su etiopatogenia.

Su desarrollo como ciencia pasó por dos fases: la primera meramente empírica y especulativa, sacaba conclusiones deductivas, y la segunda, es experimental, ligada a la demostración de sus teorías.

2.2.4. Servicios y precios de la competencia sector privado y público. (Benchmarking)

Para conocer a la competencia del Centro Gerontológico de Integración para el Adulto Mayor CIDAM ha realizado una observación directa en los principales centros geriátricos y asilos de la Ciudad de Cuenca; con la finalidad de conocer de cerca el tipo de servicio que ofertan cada uno de ellos.

Dentro de la visita se obtuvo la información necesaria por parte de los administradores de los centros geriátricos, se pudo observar además las fortalezas y debilidades que cada uno presentaba con respecto a su servicio, instalaciones, precios, ambiente, recursos humanos, tecnología, tipo de clientes.

A partir de la observación directa obtuvimos los siguientes resultados determinados a continuación:

[34] RODRIGUEZ, Maximina; *Gerontología: La Ciencia de la Vejez;* Psicología Online; http://www.psicologia-online.com/monografias/4/gerontologia.shtml

- **Hogar Cristo Rey**

Figura 2.30: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: www.googlemaps.com

El Hogar Cristo Rey se encuentra 13 años dentro de la Ciudad de Cuenca, se encuentra ubicado en el centro histórico en la calle Gaspar de Sangurima entre Estévez de Toral y Juan Montalvo, La Directora General del Hogar es Sor Rosa Ruiz; 140 personas colaboran con las terapias físicas y de recreación. Dentro del centro acogen aproximadamente a 170 personas entre hombres y mujeres, por las aportaciones personales y gracias al apoyo de la comunidad cuencana recolectan dinero y víveres necesarios para su subsistencia, además de las colaboraciones mensuales de algunos grupos religiosos católicos como el Movimiento Juan XXIII.

Posee un ambiente tranquilo constando de dos pabellones de cuidado; en el pabellón de planta baja se encuentran los adultos mayores dependientes, es decir es necesaria la supervisión y acompañamiento del paciente, en el pabellón de planta alta se encuentran los adultos mayores independientes es decir que sus actividades diarias las realizan con total normalidad y sin que ayuda externa sea necesaria para su cuidado. Además existen personas que son llevadas por autoridades como la Policía Nacional que son encontradas en la calle en la indigencia y que no necesariamente son adultos mayores sino que no poseen un hogar.

Constan con actividades necesarias para un envejecimiento digno y tranquilo como la terapia ocupacional, recreación, programas de integración. La alimentación diaria consta de tres comidas que por lo general es la misma para todos los adultos mayores

con la misma cantidad de proteínas y calorías necesarias para su dieta y grupo de edad.

Sus costos mínimos para el cuidado de un adulto mayor independientes oscilan entre los $180 dólares a partir de esto se realiza una evaluación de la situación económica del adulto mayor y su familia responsable en caso de poseerla, además de una valoración para conocer su estado físico y mental; conociendo estos resultados se dictamina su pensión mensual para el Hogar. El costo de la pensión en caso de que el adulto mayor posea un seguro del IESS el costo de su pensión es del 80% de lo convenido.

El horario está restringido a horarios por la mañana es de 08:00 a 11:00 y por la tarde de 14:00 a 18:00. Restringidos

La trabajadora social del Hogar Cristo Rey es la Licenciada Katty Delgado quién está a cargo de la administración del mismo, persona quién proporcionó la información necesaria para el análisis del entorno de CIDAM.

- **Residencia Años Dorados**

Figura 2.31: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: www.googlemaps.com

Residencia Años Dorados es una empresa joven en el mercado cuencano; este abrió sus puertas en Mayo del año pasado, se encuentra ubicado en la calle Estévez de Toral 11-24, alrededor de 6 personas trabajan en el departamento administrativo y

terapéutico, como son: Dr. Juan Pablo Molina, Lcda. Fabiola Andrade, Dr. Federico Tenorio, Lcdo. Fabio torres, Lcda. Kathie Jhonson, Ing. Fernanda Terreros. Dentro del centro acogen aproximadamente a 20 personas residentes y 8 de cuidado diario entre hombres y mujeres; con un nicho exclusivo de adultos mayores extranjeros, al momento el 55% del total de sus pacientes son extranjeros, esta empresa tiene fines de lucro sin contar con la ayuda social externa únicamente sus ingresos son las pensiones de sus pacientes.

Existen dos áreas de atención; en la planta baja se encuentran los adultos mayores independientes, el acompañamiento continuo es innecesario ya que sus actividades en gran parte las realizan solos, en la planta alta se encuentran los adultos mayores dependientes sus actividades están sujetas al cuidado de un tercero, debido que son asistidos diariamente por las terapeutas de la residencia.

Dentro de las actividades que brinda la residencia están la terapia ocupacional donde realizan manualidades que son enviadas a sus hogares como recuerdos, en cuanto a la recreación desarrollan bailo terapias, además del uso de máquinas de entrenamiento como caminadoras, bicicletas, pelotas de Pilates, entre otros; y paseos semanales dentro de la ciudad. La alimentación diaria consta de tres comidas y dos refrigerios evaluando la dieta de cada paciente.

Los costos establecidos por Años Dorados dependen del tipo de habitación que use el paciente, por ejemplo el costo de una habitación individual bordea los $ 967 dólares como pago mensual; por otro lado el costo de una habitación compartida oscila entre los de $ 672 a $ 750 dólares mensuales dependiendo el tamaño de la habitación. Adicional a esto poseen el servicio de cuidado diario o guardería como ellos lo denominan que su costo mensual es de $ 495 dólares incluido transporte y almuerzo, en todos los casos antes mencionados no se incluyen medicinas ni implementos de aseo personal.

Sus colaboradores son personas capacitadas en el ámbito terapéutico, psicológico y gerontológico los que les da la seguridad de la calidad del servicio que brindan a sus residentes.

El Administrador es el Licenciado Fabio Torres, persona quién proporcionó la información necesaria para el análisis del entorno de CIDAM.

- **Hogar Miguel León**

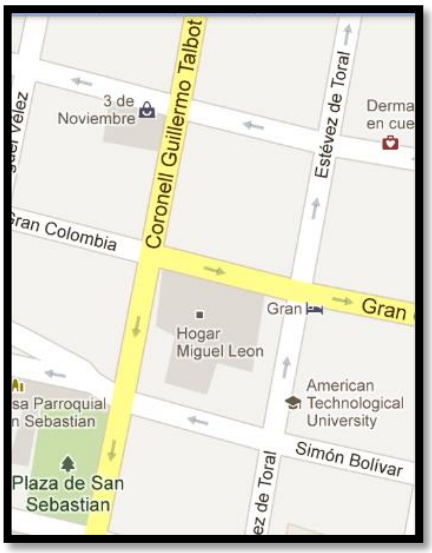


Figura 2.32: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: www.googlemaps.com

Hogar Miguel León tiene más de un siglo dentro de la Ciudad de Cuenca desde un inicio su misión fue la ayuda social de niñas, adultas mayores y desamparados del Azuay y el Austro, se encuentra ubicado la calle Simón Bolívar 14-58 y Estévez de Toral, la comunidad de religiosas Hijas de la Caridad son las que se encargan de su cuidado y atención; además de voluntarias que ayudan con la recreación de las mismas.

En el hogar acogen aproximadamente a 40 mujeres adultas mayores, se puede decir que es una empresa sin fines de lucro ya que a pesar que sus ingresos son las pensiones de sus pacientes, muchos de ellos son de escasos recursos haciendo imposible el pago de algún tipo de valor por su cuidado; se pudo constatar por parte de Sor Patricia la directora general del Hogar que sus gastos son mayores a sus ingresos y de no ser por ayuda social de la comunidad este centro ya no existiera además de la misión clara y establecida desde un principio por parte de su benefactor el Dr. Miguel León.

Las áreas de atención no están establecidas dentro del hogar sus cuartos se asignan según la disponibilidad del hogar; sin calificarlas por su estado de salud o impedimento de movimiento, poseen un baño general para las residentes y cuentan con un Departamento Psicológico.

En el hogar las residentes realizan manualidades como parte de la terapia ocupacional, su recreación está limitada a la asistencia de las voluntarias que diariamente ayudan con esta actividad. La alimentación diaria consta de tres comidas para cada persona.

Los costos establecidos por el hogar van desde los $ 100 dólares mensuales ya que dependerá de la valoración económica y física de la adulta mayor; por lo general no reciben personas dependientes ya que el costo de su estancia es demasiado alto; costo al cual no están en condiciones de cubrirlo por cuestiones de salarios y acompañamiento.

La mayoría de las voluntarias que colaboran con el centro son personas que estudian el ámbito de rehabilitación, psicología o trabajo social.

Sor Patricia Rodríguez, encargada y Directora General del Hogar Miguel León, fue la persona quién proporcionó la información necesaria para el análisis del entorno de CIDAM.

- **Centro Geriátrico Los Jardines**

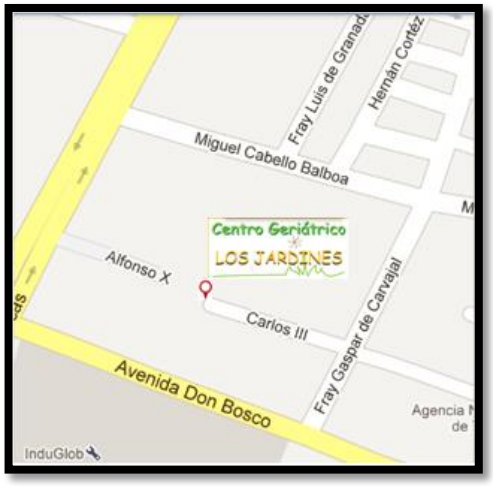


Figura 2.33: Estudio de Mercado CIDAM
Fuente: www.googlemaps.com

Centro Geriátrico Los Jardines, se encuentra ubicado en la Calle sin Retorno y Fray Gaspar de Carvajal sector InduGlob, alrededor de 20 personas colaboran con la terapia y administración del centro.

Los Jardines acoge a 25 personas adultas mayores entre hombres y mujeres; es una empresa con fines de lucro es decir subsisten de los ingresos que les proporcionan sus pacientes; cuentan con la colaboración del IESS exclusiva para los afiliados a este, pero únicamente con atención médica y exámenes médicos requeridos, la ayuda social no está presente en este centro.

En el centro sus áreas están divididas por tipo de habitaciones es decir compartidas o individuales separadas entre ellas, la atención es de la misma calidad para todos los residentes a excepción del acompañamiento las 24 horas al día para pacientes que así lo requieran; de igual manera los pacientes dependientes pueden realizar sus actividades con total normalidad o pedir ayuda de ser necesaria al personal o terapeutas del centro.

Las actividades son similares en todos los centro se encargan de la terapia ocupacional, recreación y terapia física. Sus actividades se ven limitadas al centro ya que ellos no poseen visitas al exterior del centro, sin embargo los demás servicios son cubiertos, en este centro como adicional se incluye el servicio de lavandería para sus residentes. La alimentación diaria consta de tres comidas y dos refrigerios para todos los pacientes; de tener una dieta diferente o especial se tomarán en cuenta para el diario vivir del adulto mayor.

Los costos establecidos por el centro dependen del tipo de habitación que use el paciente, por ejemplo el costo de una habitación individual es de $ 950 dólares como pago mensual; y una habitación compartida tiene un costo de $ 850 dólares mensuales. Como servicio adicional tienen el servicio de cuidado diario por un costo de $ 25 dólares por día sin incluir transporte, de igual manera no se incluyen medicinas ni implementos de aseo personal.

Sus colaboradores no son personas capacitadas; sin embargo su experiencia en este ámbito los hace merecedores de sus cargos y designaciones en el centro brindando servicio de calidad a los pacientes.

El Ingeniero Marlon Vélez está a cargo de la administración del mismo, persona quién proporcionó la información necesaria para el análisis del entorno de CIDAM.

FODA COMPETENCIA

COMPETENCIA	FORTALEZAS	DEBILIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
HOGAR CRISTO REY	Aporte del MIESS	No cubre Medicinas	Centros gerontológicos particulares, Públicos	Elevar los precios por la alta demanda
	Aportes de grupos religiosos	No cubre implementos de aseo	Clientes olvidados, no cubren gastos	Alianzas con Doctores
	Aporte de la Comunidad	Ubicación sin áreas verdes	Clientes sin ingresos	Crear grupos de concientización, colegios, Universidades
	Experiencia Laboral	Supervisión 1 ayudante, 5 clientes	Sin capacidad en la infraestructura, cubrir la demanda	
	Ubicación Central	Alimentación general		
	Ayuda Psicológica			
	Actividades de recreación	Horarios restringidos		
	Programas de interacción	Habitaciones Compartidas (más 4 personas)		
RESIDENCIA AÑOS DORADOS	Organigrama Institucional	Ingresos únicamente de sus clientes	Centros gerontológicos particulares, Públicos	Reducir Precios, captar demanda
	Ubicación Central	Sin áreas verdes	No puede crecer Infraestructura	Buscar nuevos segmentos
	Experiencia Laboral	Capacidad Infraestructura reducida	Cubre nichos únicamente de nivel medio alto; alto	
	Segmento enfocado extranjeros	Supervisión 1 ayudante, 3 clientes		
	Alianzas Doctores	Precios elevados		
	Calidad de Atención	No cubre Medicinas		
	Calidad en Servicios	No cubre implementos de aseo		
	Líneas de servicios (guardería, estancia)			
	Habitaciones Individuales, Compartidas (2 máximo)			
	Ayuda Psicológica			
	Actividades de recreación			
	Programas de interacción			
	Alimentación Personalizada			

	Personal Capacitado			
HOGAR MIGUEL LEON	Organigrama Institucional	Segmento enfocado sexo femenino	Centros gerontológicos particulares, Públicos	Elevar los precios por la alta demanda
	Ubicación Central	Alimentación general	Clientes olvidados, no cubren gastos	Alianzas con Doctores
	Experiencia Laboral	Horarios restringidos	Clientes sin ingresos	Crear grupos de concientización, colegios, Universidades
	Áreas verdes	No cubre Medicinas		Enfocar segmento Masculino
	Personal Capacitado para analizar al personal antes de ingresar al hogar	No cubre implementos de aseo		
	Aporte de la Comunidad	Supervisión 1 ayudante, 5 clientes		
	Actividades de recreación	Habitaciones Compartidas (más 4 personas)		
	Ayuda Estudiantes del área			
	Ayuda Psicológica			
CENTRO GERIATRIO LOS JARDNES	Organigrama Institucional	Ubicación fuera de la ciudad	Centros gerontológicos particulares, Públicos	Reducir Precios, captar demanda
	Áreas verdes	Supervisión 1 ayudante, 3 clientes		Cubrir todos los segmentos sociales
	Experiencia Laboral	No cubre Medicinas		
	Alianzas Doctores	No cubre implementos de aseo		
	Calidad de Atención	Precios elevados		
	Calidad en Servicios	Cuidado diario no cubre transporte		
	Líneas de servicio, estancia, cuidado diario)	Personal no capacitado		
	Habitaciones Individuales, Compartidas (2 máximo)			
	Ayuda Psicológica			
	Actividades de recreación			
	Programas de interacción			
	Alimentación Personalizada			
	Capacidad en Infraestructura sobre oferta			

Tabla 2.3: FODA de competencia
Fuente: Autores

Cuadro comparativo de la Competencia de CIDAM

NOMBRE	No. COLABORADORES	No. SERVICIOS	CAPACIDAD INSTALADA	COSTO	ENCARGADO	UBICACIÓN
Hogar Cristo Rey	140 personas	• Terapias físicas y de recreación. • Estancia Permanente. • Alimentación.	170 personas entre hombres y mujeres	Aportaciones personales y gracias al apoyo de la comunidad cuencana	Sor Rosa Ruiz Lcda. Katty Delgado	Gaspar de Sangurima entre Estévez de Toral y Juan Montalvo
Residencia Años Dorados	6 personas entre el departamento administrativo y terapéutico	• Terapias físicas y de recreación • Estancia permanente • Paseos dentro de la Ciudad • Terapia Ocupacional	20 personas residentes y 8 de cuidado diario entre hombres y mujeres	Pago mensual $ 967 dólares Habitación compartida oscila entre los de $ 672 a $ 750 dólares mensuales Servicio de cuidado diario $ 495 dólares	Licenciado Fabio Torres	Estévez de Toral 11-24
Hogar Miguel León	No cuentan con un número exacto de colaboradores ya que las voluntarias son personas que estudian el ámbito de rehabilitación, psicología o trabajo social	• Terapias físicas y ocupacional • Estancia Permanente • Alimentación	40 mujeres adultas mayores	Los costos van desde los $ 100 dólares mensuales y depende de la valoración económica y física de la adulta mayor	Sor Patricia Rodríguez	Simón Bolívar 14-58 y Estévez de Toral
Centro Geriátrico Los Jardines	20 personas colaboran con la terapia y administración del centro	• Terapias físicas y de recreación • Estancia Permanente • Paseos dentro de la Ciudad • Terapia Ocupacional • Lavandería • Áreas Verdes	25 personas adultas mayores entre hombres y mujeres	Habitación individual $ 950 dólares mensuales Habitación compartida $ 850 dólares mensuales. Cuidado diario $ 25 dólares por día	Ing. Marlon Vélez	Calle sin Retorno y Fray Gaspar de Carvajal sector InduGlob

Tabla 2.4: Cuadro comparativo de la competencia del CIDAM
Fuente: Autores

2.3. Evaluación del apoyo que brinda el gobierno para entidades públicas y privadas con centros de ayuda para el adulto mayor.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), es el encargado de unificar en una sola estructura dos grandes campos de acción como son la inclusión social y el aseguramiento, dentro de los mismos se acoplan el Instituto Nacional del Niño y la Familia (INFA) y el Programa de Protección Social (PPS). Su objetivo principal es desarrollar un mecanismo de re-distribución del poder y democratización de la sociedad que se fundamenta en un nuevo modelo de Estado cimentado en la recuperación de su capacidad de regulación, control, coordinación y re-distribución dentro de la administración pública con clara división de competencias.

Cuenta con cuatro ejes estratégicos de acción, esta investigación está dentro del Eje Cuatro de Aseguramiento No Contributivo; su objetivo es asegurar las políticas, planes, programas y proyectos relacionados a transferencias monetarias, redes de descuento, crédito, servicios exequiales, pensión jubilar y asistencia frente a contingencias a las madres jefes de hogar, ***adultos mayores*** y personas con discapacidad; a través de un adecuado seguimiento y control de los servicios brindados a la ciudadanía a nivel Zonal, Distrital y Circuital.

2.3.1. Instituto Nacional de Investigaciones Gerontológicas (INIGER)

Para la atención exclusiva del adulto mayor el gobierno; a través del MIES ha creado el Instituto Nacional de Investigaciones Gerontológicas (INIGER); el mismo promueve el desarrollo de investigación social, económica y cultural de la población adulta mayor, incentiva la producción y desarrollo del conocimiento. Su creación se basa legalmente en la Ley del Anciano con Registro Oficial 806 decretada el 6 de noviembre de 1991.

Su sede se encuentra en la Ciudad de Loja, cantón Vilcabamba, esto se debe a la afluencia de personas de tercera edad en la zona y siendo la más influyente en el país como una ciudad longeva necesita un Instituto que se preocupe por el

bienestar de los adultos mayores; este instituto se ha visto en la responsabilidad de crear productos para brindar especial atención para la población de adultos mayores del país entre estos tenemos:

- Investigaciones referentes al estado de salud de la población adulta mayor
- Guías metodológicas para la atención la población adulta mayor.
- Procedimientos de recolección de información concernientes a nivel de satisfacción de la población adulta mayor.
- Informe de recomendaciones de mejora al servicio a nivel gerontológico.
- Eventos, seminarios, congresos nacionales e internacionales de carácter académico y científico en el área gerontológica.
- Publicaciones de las investigaciones gerontológicas desarrolladas en el INIGER.
- Proyectos geronto-geriatrica asesorados.
- Banco de información, organizado, actualizado y disponible referente a la población adulta mayor.

Todos estos proyectos e investigaciones se dan dentro de cada periodo determinado de manera que satisfacen a todo su segmento de adultos mayores, prestando su atención gerontológica alrededor del país.

2.3.2. Agenda de Igualdad de Adultos Mayores

Dentro de la biblioteca del MIES se ha creado la Agenda de Igualdad de Adultos Mayores para este año donde se describe la población de adultos mayores actual, la situación económica de los adultos mayores del país, los distintos acuerdos y compromisos internacionales para su bienestar, leyes que amparan su cuidado y trato, indicadores socioeconómicos entre ellos: vivienda, pobreza, violencia, alimentación, educación, entre otros.

El objetivo de esta agenda es dar a conocer anualmente las condiciones de vida de los adultos mayores en los distintos ámbitos y su inclusión dentro de los mismos dejando una brecha abierta para que se brinde el apoyo necesario y porque no emprender investigaciones a partir de estos resultados.

2.3.2.1. Políticas y Lineamientos Institucionales para las Personas Adultas Mayores

El actual gobierno del Estado se ha visto en la preocupación de crear una política asistencialista que limita, estigmatiza, instrumentaliza e individualiza hacia una política de protección y movilidad social que promueve la igualdad, la dignidad, el desarrollo. El objetivo de estas políticas en revalorizar el rol de la familia en la sociedad y de la comunidad, respetando sus diferencias.

Mediante la Política Pública para las Personas Adultas Mayores el estado pretende que la sociedad posea una percepción distinta sobre el envejecimiento, de manera que sea un proceso digno, activo y seguro, busca garantizar el ejercicio de los derechos de este segmento de la población. La meta principal es su integración total en ámbitos como el económico, político y cultural a través de su participación y empoderamiento para que juntos para acceder un buen vivir.

La política pública para las personas adultas mayores se desarrolla sobre la base de tres ejes:

PROTECCIÓN SOCIAL BÁSICA	PROTECCIÓN ESPECIAL	PARTICIPACIÓN SOCIAL
Se define como la acción de salvaguardar, neutralizar o reducir el impacto de determinados riesgos de las personas a través de programas sociales con transferencias monetarias basadas en la corresponsabilidad, pensiones jubilares no contributivas y servicios para la protección familiar reconociendo los derechos de todos los ciudadanos del país.	Se refiere a los mecanismos encaminados a promover, preservar y restituir derecho de las personas que se encuentran en situación de amenaza o violación de los mismos, con el fin de establecer una sociedad de equidad, igualdad, justicia y derechos.	Se entiende por la participación social a aquellas iniciativas en las que las personas toman parte consciente en un espacio, posicionándose y sumándose a ciertos grupos para llevar a cabo determinadas causas que dependen para su realización en la práctica del manejo de estructuras sociales de poder. La participación se entiende hoy como una posibilidad de configuración de nuevos espacios sociales o como la inclusión de actores en los movimientos sociales, en organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, o como la presencia en la esfera pública para reclamar situaciones o demandar cambios.

Tabla 2.5: Ejes de la Política Pública para las Personas Adultas Mayores
Fuente: INIGER; Agenda de Igualdad de Adultos Mayores; http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Agendas_ADULTOS.pdf; Pág. 61.

2.3.2.2. Apoyo para el Adulto Mayor en la Ciudad de Cuenca

En la Ciudad de Cuenca a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social se suscribió un convenio interinstitucional con la Red Iberoamericana de Asociaciones de Adultos Mayores, en conjunto con el Municipio de Cuenca, Hogar Miguel León; se ha creado una comisión que lidera el proyecto de la Universidad del Adulto Mayor avalado por la Universidad de Cuenca; una institución que busca fomentar la participación de este grupo social en un espacio de encuentro, diálogo y aprendizaje permanente además se ha creado este centro de estudio y nuevo proyecto para brindar apoyo a las personas de 60 o más años que desean seguir instruyéndose y aprendiendo día a día. Dentro de la misma se cumplen tareas de investigación, docencia y servicios abiertos prioritariamente para los adultos mayores.

Los temas principales a tratar en un ciclo lectivo son la gerontología, buen vivir, vivir y comunicación electrónica, cada ciclo tiene una duración aproximada de 3 meses. El mismo ofrece una certificación universitaria por cada módulo cumplido y un diploma de experto en el campo correspondiente, al completar tres módulos. Su sede principal se encuentra en el Hogar para Ancianos Miguel León.

El MIES va a contribuir a la activa participación de la persona adulta mayor en el efectivo goce de sus derechos, sus conocimientos y sabiduría, de acuerdo a los artículos 35 a 38 de la Constitución, para lo cual ha coordinado con la Universidad del Adulto Mayor para trabajar en conjunto temas de capacitación, elaboración de material de difusión y socialización de MIESpacio de Sabiduría y para incorporar a los graduados a pasantías y talleres en donde podrán actualizar sus conocimientos.

2.4. Identificar la tecnología actual para el cuidado del adulto mayor.

Con los avances actuales en la tecnología el centro gerontológico CIDAM, identifica que tipo es la adecuada para el adulto mayor, con el objetivo de brindar a través de ello un servicio adecuado y sea un soporte de ayuda para las personas que trabajaran en CIDAM, y con ello proporcionar un beneficio idóneo para el adulto mayor; que la tecnología trabaje de nuestra parte, que a través de ella poder resolver problemas y gestionar de manera más eficiente todos los servicios: gimnasia, enfermería, seguridad, transporte, recreación, etc.

MÁQUINA	USOS
	Ejercicios de estiramiento.
	Fortalecimiento de los Brazos.
	Ejercicios de estiramiento.
	Fortalecer la parte cardiovascular del adulto mayor
	Comunicación de video conferencia.
	Equipo portátil para electroterapia, ultrasonido y terapia combinada.
	Monitor ambulatorio de presión arterial.
	Concentrador de oxígeno.

	Esterilizador de baja temperatura
	Silla de ruedas con motor.
	Silla de ruedas con baño incluido.[35]

Tabla 2.6: Equipamiento de un centro gerontológico
Fuente: Autores

- ## Sesión de ejercicios

- Calentamiento de 10 a 15 minutos.
- Ejercicios articular (movilidad).
- Estiramiento.
- Actividades para elevar el pulso.

EJERCICIOS AEROBIOS	EJERCICIOS FORTALECEDORES
marchas o caminatas **saltos al frente y laterales**	abdominales semicuclilla pesa.(bíceps, dorsales, tríceps, pectorales) nadar

Tabla 2.7: Ejercicios a realizar en un adulto mayor
Fuente: Autores

- ## Comunicación

- Sala de cómputo para que el adulto mayor pueda comunicarse a través de los medios de video conferencia con sus familiares cercanos o que se encuentren fuera del país.

- ## Transporte

- Mara mejor comodidad del adulto y la personas que atiende, existe sillas de ruedas que nos ayudan a transportar de un lugar a otro con mucha facilidad.

[35] Máquinas y usos para el adulto mayor: http://www.glomedical.ec/

3. Estudio de Factibilidad/Plan de Negocios y Marketing.

3.1. Introducción.

Este capítulo se encarga de la aplicación de los resultados obtenidos a lo largo de este trabajo de investigación, de manera que se confirme definitivamente la factibilidad de la creación de *CIDAM*.

Los temas a analizar incluyen el macro y microentorno del centro, piezas clave en el mismo, ya que permiten obtener una visión amplia a lo que se enfrenta *CIDAM* como empresa; determinar ámbitos políticos, demográficos, tecnológicos, entre otros; inclusive ayudan a comprobar si el mercado objetivo va en aumento o decrece, por el lado de la tecnología indica los posibles avances y su afección en el desarrollo de la empresa y en lo político permite acoplarse a las leyes, lineamientos, obligaciones y responsabilidades de un centro con las características y objetivos del cuidado del adulto mayor y su correcto funcionamiento.

La propuesta de diferentes estrategias, lineamientos, tácticas y destrezas vienen dadas en este nuevo compendio de manera que al aplicarlas dentro del mercado, se pueda crear una competencia fuerte e inigualable para las demás empresas dedicadas al cuidado del adulto mayor, luego de haber realizado un estudio de mercado conocemos sus debilidades de manera que se las puede potenciar para obtener mejores beneficios y darle al mercado objetivo la manera de cubrir sus necesidades y carencias.

CIDAM desde un principio se planteó como meta, proveer al mercado cuencano un nuevo modelo de negocio, como se destaca la desconfianza de los usuarios en estos establecimientos pone en tela de duda su funcionamiento; es por ello que se crea oportunamente programas de capacitación para el personal en ámbitos gerontológicos que permitan aun más su crecimiento profesional. Además se validan los diferentes mecanismos de control que satisfagan cada necesidad de un adulto mayor.

Determinar un plan de negocios es indispensable, permite conocer el giro del negocio y de qué manera este se constituye; un centro idóneo necesita personal idóneo es por ello que se diseñan los perfiles de cargo y su específico manual de funciones, con el mismo se evitarán pugnas entre el personal y sus obligaciones.

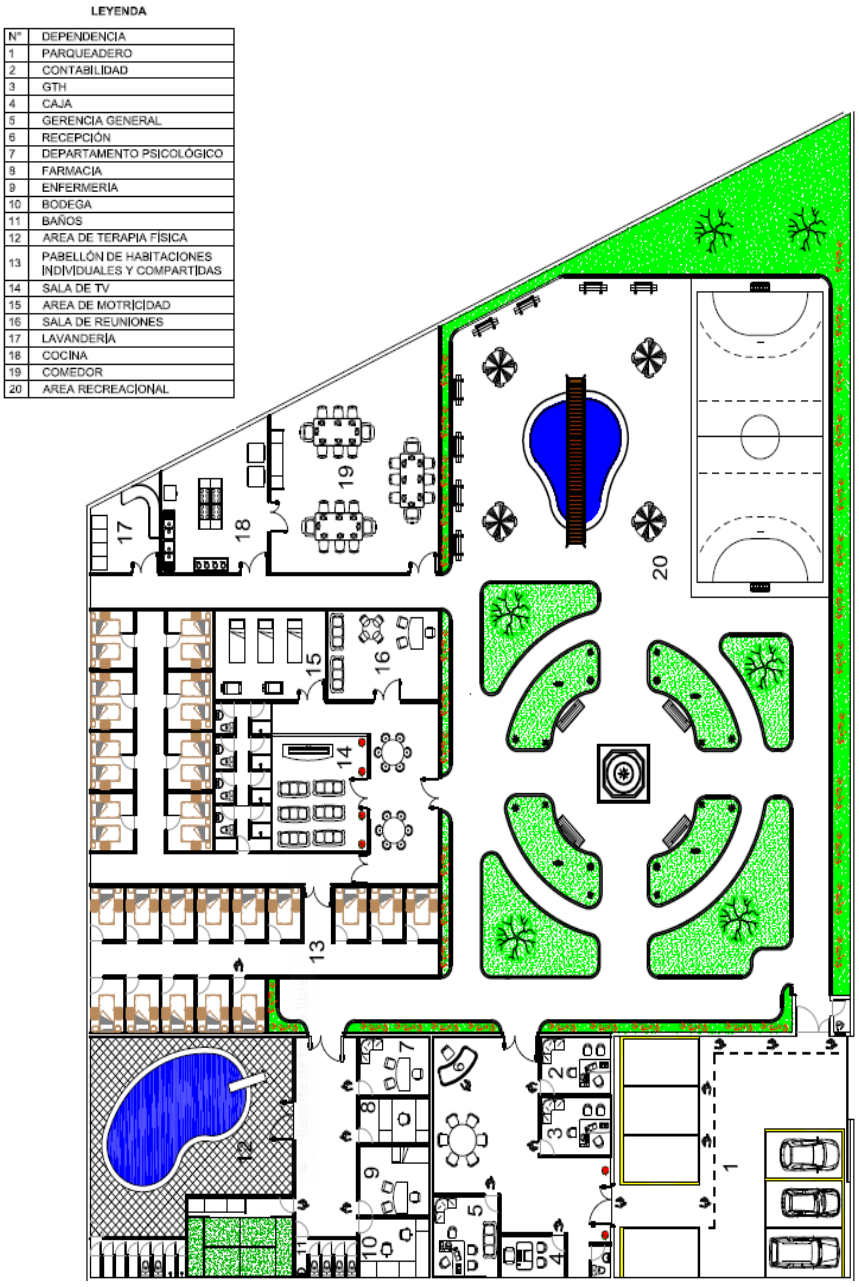
Un análisis de fuerzas internas y externas, permite a *CIDAM* como empresa por constituirse, determinar que fortalezas y oportunidades debe fomentar y aprovechar, por otro lado las amenazas y debilidades; tomando en cuenta su grado de incidencia en la empresa y buscar la manera de eliminarlas o seguir con éstas de manera que no afecten al centro.

Un posicionamiento en el mercado no se logra simplemente a base de publicidad, las diferentes estrategias, acciones y actividades hacen diferente a un proyecto y permiten que el desarrollo de marca tome forma y sea reconocido por el público es decir se toma una nueva identidad y recordación por parte del mercado.

Por otro lado se debe tener clara la posición que ocupa la empresa dentro del mercado, analizar su ciclo de vida y su participación de mercado de manera que se diseñen estrategias eficaces y eficientes que motiven a un mercado objetivo a creer en *CIDAM*.

Por último comprobar si es viable, rentable y factible la creación de *CIDAM* es necesario, un VAN positivo y una TIR mayor al costo de oportunidad comprueban la hipótesis por la cual se creó esta investigación de manera que se despejan dudas y se aclaran opciones de inversión quedando así una brecha abierta para los interesados en la creación de un establecimiento con las mismas características expuestas a lo largo de esta investigación.

3.2 LAYOUT de CIDAM



LEYENDA

N°	DEPENDENCIA
1	PARQUEADERO
2	CONTABILIDAD
3	GTH
4	CAJA
5	GERENCIA GENERAL
6	RECEPCIÓN
7	DEPARTAMENTO PSICOLÓGICO
8	FARMACIA
9	ENFERMERÍA
10	BODEGA
11	BAÑOS
12	AREA DE TERAPIA FÍSICA
13	PABELLÓN DE HABITACIONES INDIVIDUALES Y COMPARTIDAS
14	SALA DE TV
15	AREA DE MOTRICIDAD
16	SALA DE REUNIONES
17	LAVANDERÍA
18	COCINA
19	COMEDOR
20	AREA RECREACIONAL

Figura 3.1: Layout de CIDAM
Fuente: Autores

3.3 Análisis Macro y Microentorno que afecta a CIDAM

3.3.1 Macroentorno

3.3.1.1 Demográfico

- **Índice de envejecimiento**

Este índice nos ayuda a determinar el fenómeno estructural de envejecimiento y su aumento o progreso; para un país su aumento o decrecimiento es importante ya que según este índice se calculan nuevas inversiones en salud, seguridad social y demás beneficios para las personas de tercera edad. Por lo tanto para *CIDAM* es indispensable tener en cuenta el aumento o progreso de este índice ya que el mercado objetivo depende en gran parte de éste y su aumento nos verá obligados a realizar un estudio de mercado que determine entre otras cosas la capacidad instalada.

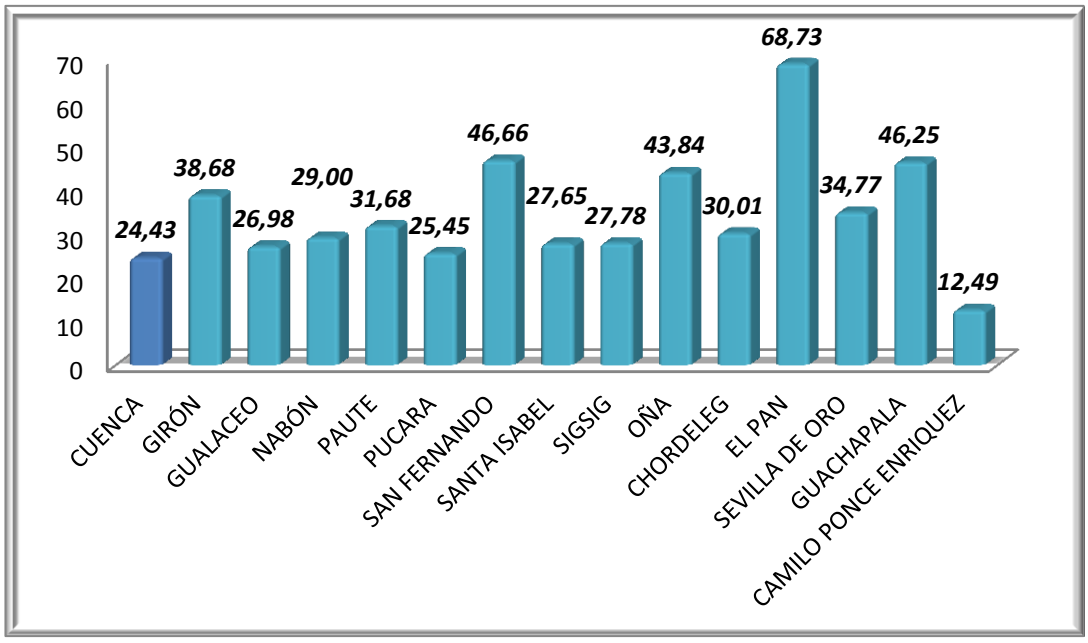


Figura 3.2: Índice de Envejecimiento Cantones del Azuay
Fuente: INEC, REDATAM, CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010.

En el gráfico anterior podemos observar el índice de envejecimiento que para los Cantones de la Provincia del Azuay, Cuenca que es el mercado con el que vamos

a trabajar posee el 24,43 adultos mayores por cada 100 niños y jóvenes, corresponde a personas entre 65 años o más; con respecto a las personas menores a 15 años, por 100.

- **Esperanza de vida**

En Ecuador somos 15´778.093 [36] millones de habitantes en el 2013, según las proyecciones poblacionales del INEC seremos 23´4 millones de habitantes para el año 2050.

La esperanza de vida de la población para el año 2013 es de 73/79 años promedio[37]; mientras que para el 2010 fue de 75 años y para el 2050 será de 80,5 años promedio[38].

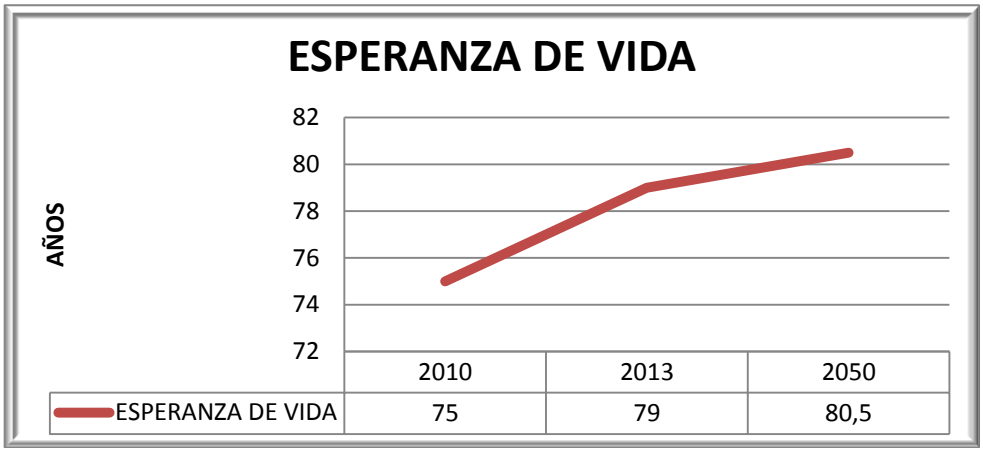


Figura 3.3: Esperanza de Vida Ecuador
Fuente: INEC, redatam, censo de población y vivienda 2010 organización mundial de la salud (OMS).

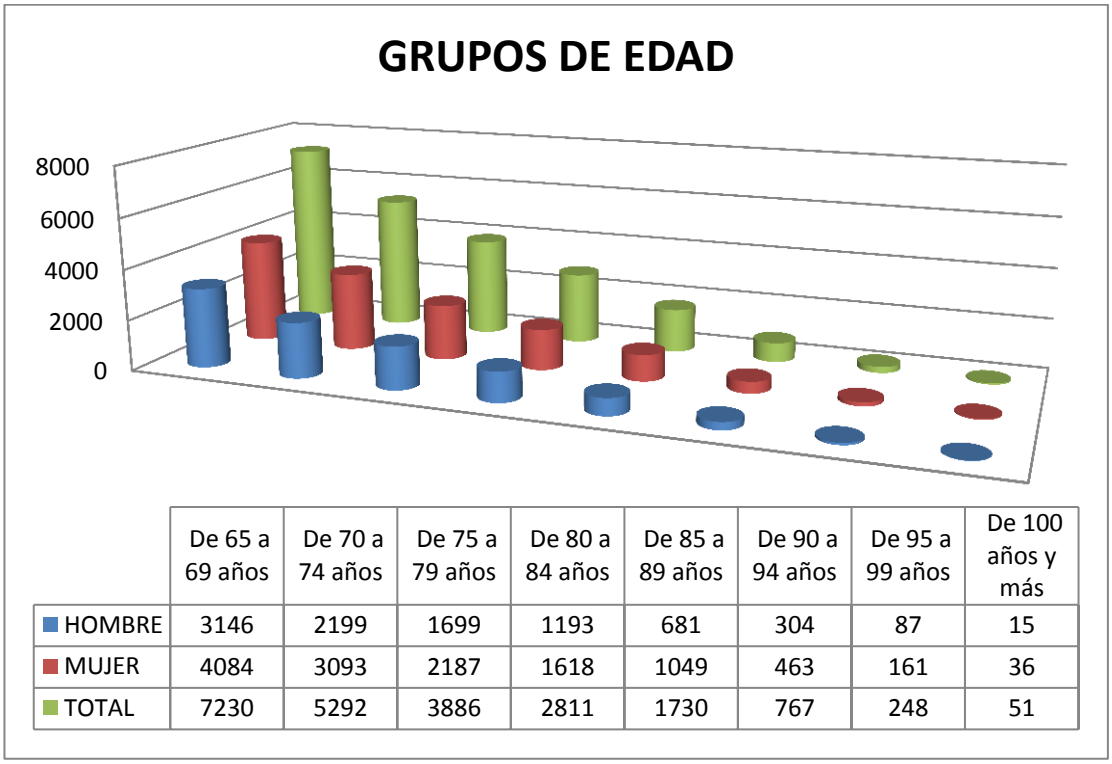
La esperanza de vida depende de algunas variables para su estimación como los avances médicos, sanitarios y sociales; muchos de los países extremadamente poblados con problemas de contaminación tienden a disminuir su esperanza de vida ya que la mayoría de la población crece con problemas respiratorios a causa de esto y acortan su tiempo de vida.

La esperanza de vida es mayor cuanto más ha vivido un ser humano, es decir todas las dolencias, enfermedades y operaciones que ha sobrevivido y conllevado

[36] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), www.inec.gob.ec
[37] Datos Obtenidos: Organización Mundial de la Salud (OMS) Ecuador; www.who.int/countries/ecu/es
[38] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), www.inec.gob.ec

a lo largo de su vida, muchos de los avances tecnológicos médicos hacen que esta aumente cada día.

- **Grupos de edad**



	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y más
HOMBRE	3146	2199	1699	1193	681	304	87	15
MUJER	4084	3093	2187	1618	1049	463	161	36
TOTAL	7230	5292	3886	2811	1730	767	248	51

Figura 3.4: Grupos de Edad
Fuente: INEC, REDATAM, CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010.
Elaboración: Autores

Podemos visualizar en el gráfico que existe mayor número de personas comprendidas entre 65 y 85 años de edad, disminuyendo drásticamente para el siguiente grupo de edad *CIDAM* enfoca su mercado para las personas a partir de los 75 a 94 años de edad por lo cual sin tomar en cuenta ingresos económicos solo para este análisis posee un mercado potencial de 9194 personas adultas mayores.

- **Tasa de mortalidad**

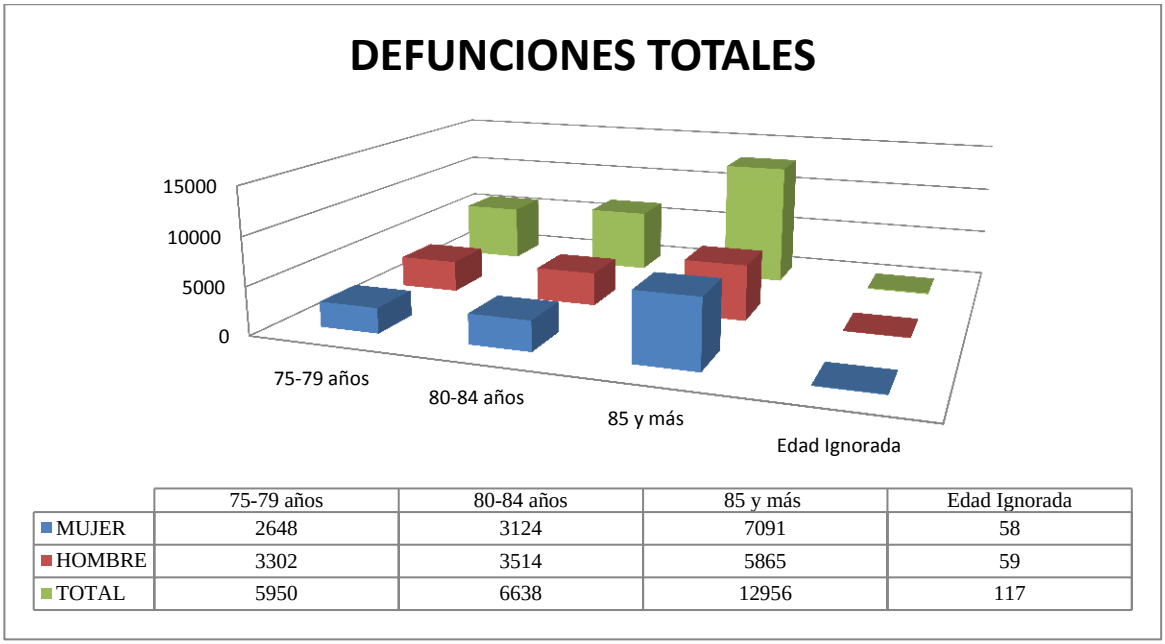
Según el anuario de nacimientos y defunciones presentado por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), muestra que la tasa de mortalidad

general para el año 2011 en la provincia del Azuay es del 4,29% del total de la población es decir 3.233 personas anualmente[39].

Para determinar las defunciones anuales según sexo y grupo de edad nos presenta una tabla que muestra los totales para el país; el mercado objetivo de *CIDAM* se comprende desde los 75 años de edad en adelante, para los cuales existen los siguientes datos:

DEFUNCIONES TOTALES, POR SEXO Y GRUPO DE EDAD AÑO 2010			
EDAD	**TOTAL**	**HOMBRE**	**MUJER**
75-79 años	5950	3302	2648
80-84 años	6638	3514	3124
85 y más	12956	5865	7091
Edad Ignorada	117	59	58

Tabla 3.1: Defunciones Totales, por Sexo y Grupo de Edad 2010
Fuente: INEC, *Anuario Nacimientos y Defunciones*, Estadísticas Sociales, Pág. 455,



	75-79 años	80-84 años	85 y más	Edad Ignorada
MUJER	2648	3124	7091	58
HOMBRE	3302	3514	5865	59
TOTAL	5950	6638	12956	117

Figura 3. 5: Defunciones totales año 2010 (sexo-grupo de edad)
Fuente: INEC, *Anuario Nacimientos y Defunciones*, Estadísticas Sociales, Pág. 458, www.inec.gob.ec/estadísticas_sociales/nac_def_2011/anuario.pdf; 2011.

Con estos datos se puede decir que si para la Provincia del Azuay se considera una tasa de mortalidad del 4,29% a nivel provincial, tomando en cuenta únicamente la

[39] INEC, *Anuario Nacimientos y Defunciones*, Estadísticas Sociales, Pág. 455, www.inec.gob.ec/estadísticas_sociales/nac_def_2011/anuario.pdf; 2010.

población adulta mayor a partir de los 75 años hasta los 95 años por ser el mercado objetivo de *CIDAM*; que son 9238 personas[40] que representa el 1,83% aproximadamente de la población total con respecto al Cantón Cuenca de 505.585 personas [41] se puede decir que aproximadamente 396 personas fallecen anualmente.

- **Movimientos migratorios**

Para *CIDAM* es un dato importante conocer la inmigración de adultos mayores extranjeros al país ya que por sus ingresos económicos son tomados en cuenta como potenciales usuarios de los servicios que se ofrece, la mayoría de estos poseen pensiones entre $800 y $1500 dólares mensuales lo que dificulta su vida en el extranjero y optan con establecerse en ciudades más pequeñas tal es el caso de Cuenca como primera Ciudad de Preferencia para Retiro por Vejez.

La Cámara de Comercio de Cuenca estima que son cerca de 5000 extranjeros los que han elegido esta ciudad para vivir, señala que el 95% procede de Estados Unidos, 3% de Canadá y el 1% de Alemania y Australia[42].

Sin lugar a duda el movimiento migratorio internacional a la Ciudad de Cuenca va en aumento por lo cual se debe enfocar *CIDAM* con especial atención y cuidado a esa parte que ya forman parte de la población cuencana y por ello pueden requerir de sus servicios de cuidado.

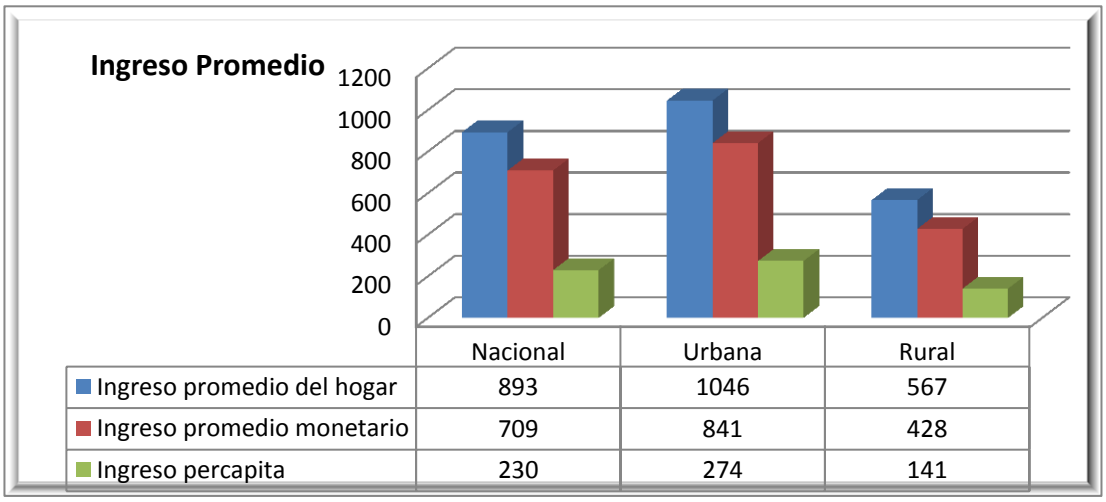
3.3.1.2 Económico

"El envejecimiento corresponde a una serie de modificaciones morfológicas, psicológicas, bioquímicas y funcionales, que origina el paso del tiempo sobre los seres vivos". Toda persona de 65 y más años de edad, se considera como adulto mayor. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda (CPV) realizado en el año 2010, existen 940.905 adultos mayores, con una presencia del 52,6% en mujeres y

[40] Biblioteca INEC, *Parroquias Urbanas de Cuenca por Grupos de Edad Censo 2010;* Junio 2013.
[41] INEC, *Resultados Censo de Población 2010;* www.inec.gob.ec , Julio 2013.
[42] AUTOR DESCONOCIDO, *La Ciudad de Cuenca, Ecuador preferida entre jubilados para vivir;* www.ecuadorinmediato.com; Julio 2013.

el 47,4% de hombres. Además, representan el 6,5% de la población total del Ecuador. La provincia de Azuay presenta el promedio más alto de edad en hombres y mujeres con 74,3 y 75,2 años de edad respectivamente"

En la ciudad de Cuenca en sus diferentes parroquias, de acuerdo a la información que nos proporciona INEC por tipo de edades de los adultos mayores, comprendidos entre 75 a 94 años, rango considerado para el estudio de factibilidad de CIDAM; alcanza niveles de 9.238 adultos. Para CIDAM es indicado considerar que existe un mercado potencial para la implementación del centro CIDAM. [43]



	Nacional	Urbana	Rural
Ingreso promedio del hogar	893	1046	567
Ingreso promedio monetario	709	841	428
Ingreso percapita	230	274	141

Figura 3.6: Ingresos de los Hogares
Fuente: INEC, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de la Población Urbana y Rural 2011-2012; http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000

"La ENIGHUR, realizada a 39.617 hogares urbanos y rurales en las 24 provincias del país entre abril del 2011 y marzo 2012, muestra la estructura de los ingresos y gastos de los ecuatorianos, así como su ahorro o endeudamiento. Según la encuesta, el ***58,8% de la población ecuatoriana tiene capacidad de ahorro,*** mientras el 41,1% registra mayores gastos que ingresos.

El ingreso total promedio mensual en Ecuador es de 892,9 dólares frente a 809,6 dólares de gasto promedio mensual. En el área urbana el ingreso promedio es de

[43] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), http://www.inec.gob.ec/inec/revistas/e-analisis4.pdf

1.046,3 dólares y su gasto es de 943,2 dólares, mientras en el área rural el ingreso es de 567,1 dólares en comparación a un gasto de 526,2 dólares. [44]

De igual manera para determinar el estudio de factibilidad para CIDAM se determinó el producto interno bruto por provincia, obteniendo como resultado lo siguiente:

AÑOS / PROVINCIAS	2001	2002	2003	2004	2005	2006 (sd)	2007 (p)
1 AZUAY	1,789,228	1,885,190	1,926,330	1,944,412	2,034,174	2,143,893	2,212,353
2 BOLIVAR	196,634	198,764	210,141	215,111	211,091	216,761	227,803
3 CAÑAR	388,572	391,987	401,746	416,822	436,206	463,505	480,206
4 CARCHI	255,422	257,644	258,868	258,020	280,349	296,373	313,705
5 COTOPAXI	735,707	777,069	800,792	824,409	904,267	946,977	997,816
6 CHIMBORAZO	493,427	516,878	532,569	586,306	591,326	626,479	647,016
7 EL ORO	978,854	1,034,542	1,081,999	1,151,092	1,302,002	1,413,027	1,485,406
8 ESMERALDAS	1,111,627	1,128,941	1,161,707	1,258,328	1,330,356	1,373,681	1,457,275
9 GUAYAS	7,645,860	8,027,641	8,351,797	8,583,565	9,259,408	9,975,043	10,453,104
10 IMBABURA	528,057	540,974	584,656	627,545	627,811	659,222	686,113

Figura 3.7: Producto Interno Bruto Provincial
Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Provinciales
http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000175

Como podemos determinar la provincia del Azuay es superior a todas la demás provincias en la producto interno bruto (PIB). Podemos comprender que Cuenca tiene una participación muy importante en la producción, y permite a CIDAM contar con los recursos necesarios.

3.3.1.3 Tecnológico

La tecnología es un factor importante para *CIDAM* ya que a pesar que es una empresa que oferta servicios se debe tener en cuenta que los avances tecnológicos son de gran ayuda para los adultos mayores, día a día la tecnología crece y con ello su preocupación por la satisfacción del ser humano y hacer su vida más llevadera. En nuestro país el avance tecnológico para el adulto mayor es poco conocido pero en países como Estados Unidos y España hoy en día ya existen robots para cuidado y ayuda a personas discapacitadas o adultos mayores dependientes, muchos de estos robots son capaces de escuchar órdenes y cumplirlas o de cargar a las personas y llevarlas de un lugar a otro sin problema

[44] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), http://www.inec.gob.ec/Enighur_/EnighurBoletin.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000

alguno con un solo botón, el problema es que este tipo de maquinaria tiene un costo elevado de compra, por lo cual su adquisición se hace complicada y poco conocida.

Además se puede destacar que la tecnología es una herramienta útil para la rehabilitación de personas adultas mayores que hayan sufrido algún tipo de traumatismo o accidente devolviéndoles poco a poco su movilidad, en otros países es muy utilizado el dispositivo de PlayStation XBOX, ya que las personas a través de una serie de movimientos ejercitan su cuerpo al punto de que muchos se han rehabilitado; por otro lado el Internet facilita la comunicación de los seres humanos al mismo tiempo que acorta las relaciones interpersonales, sin embargo para las personas adultas mayores con su correcto uso les permitirá ser independientes y permanecer seguros en cualquier lugar ya que se usan sensores de seguridad que no invaden su estilo de vida; por su parte a sus cuidadores les brinda tranquilidad ya que reciben una alerta de ocurrir un cambio inesperado o peligroso.

Asimismo la tecnología que invade a los artefactos de rehabilitación y fisioterapia, crece cada vez más; muchos de estos cambian su manera de trabajar, aumentan su potencia de efectividad o simplemente descubren algo mejor; esta innovación creciente hace que *CIDAM* se preocupe por mantener un control de dichos avances y obtenerlos para equipar de mejor manera el Departamento de Fisioterapia y así contribuir a la rehabilitación de los adultos mayores residentes en el centro.

Es por ello que *CIDAM* no considera como amenaza a la tecnología más bien hace provecho de su uso y avance, por medio de su uso hace que la inclusión de los adultos mayores sea mayor y que sus proyectos de rehabilitación y cuidados sean más efectivos y duraderos.

3.3.1.4 Político

En el ámbito político *CIDAM* ya que al igual para el resto de la población existen políticas especiales para los adultos mayores; donde la Constitución de la

República del Ecuador señala que las personas adultas mayores recibirán la ayuda y atención prioritaria en todos los ámbitos en los cuales se desenvuelvan.

La ley del anciano estipula que los adultos mayores sin hogar; familia o abandonados deben ser ubicados en hogares para ancianos o geriátricos públicos; además la ley fomenta y garantiza el funcionamiento de instituciones gerontológicas privadas que den atención a la población anciana, y para aquellas instituciones privadas sin fines de lucro las exonera con el 50% del consumo de los servicios básicos excepto el servicio de internet.

Los centros gerontológicos son considerados una mejor alternativa ya que su atención es eficaz, integral y de calidad, ya que buscan la inclusión del adulto mayor con su grupo de edad y familia.

La situación legal de los centros gerontológicos está estipulada en Acuerdo Ministerial N 000162 establecido el 10 de Enero del 2013, Codificación de la Ley del Anciano y el Plan Nacional del Buen Vivir.

3.3.1.5 Cultural

En este ámbito podemos decir que el Ecuador es un país donde la esperanza de vida es de 79 años promedio[45] y muchos llegan a más edad, sin embargo podemos decir que en nuestra sociedad el cuidado de un adulto mayor está directamente ligado a la familia o a un hijo, a partir del estudio de mercado que se realizó se puede decir que la mayoría de personas dudan que el cuidado de un adulto mayor sea fuera de casa; y esto no se da por falta de ingresos sino por falta de confianza y costumbre.

En esta sociedad es duro cambiar paradigmas de creencias por todos los comentarios que se escuchan, sin embargo se puede decir que muchos de los cuales han cuidado realmente a un adulto mayor comparten el hecho que una

[45] INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS; *Proyecciones Poblacionales;* Portal Institucional; Pág. 15; www.inec.gob.ec.

entidad con experiencia se encargue de ellos no lo ven como un abandono sino como una ayuda.

Un centro gerontológico por lo general tiene una imagen satanizada sin embargo lo que se busca es cambiar ese paradigma y dar paso al pensamiento que realmente interesa es decir si vale usarlo y que beneficios otorga.

CIDAM pretende implementar un nuevo sistema de cuidado del adulto mayor, donde el desprendimiento del hogar pasa a un segundo plano con un cuidado diario en vez de permanencia que involucra a la familia y cuidados especiales. Además nos genera mayor seguridad ya que las personas estarán mejor cuidadas y con personal experimentado.

3.3.1.6 Social

CIDAM en el proyecto es multidisciplinario ya que integra criterios de administración para la creación de una unidad de negocio, la comprensión de la psicología y terapia geriátrica que mejore la salud y cuidado de un adulto mayor.

Dentro de nuestra sociedad aún persiste la idea errónea acerca de un asilo, casa hogar o residencia geriátrica, lo que con lleva a generar una inestabilidad en la vida del adulto mayor, el pensar que el estar en un asilo es para cumplir una etapa más de su vida, es por ello que con el centro "*CIDAM"* se desea dar una imagen distinta de estos lugares para demostrarle al adulto mayor y a sus familiares que pueden ser bien atendidos por personas alejadas a su familia pero con el mismo amor y cuidado; el centro "*CIDAM"* no oferta una residencia permanente, es el cuidado diario para que las personas que atienden de éstos en su residencia; puedan tener la seguridad y tranquilidad de realizar sus actividades diarias o asistir a sus empleos sin la preocupación del porvenir de su familiar.

"En el Ecuador hay 1'229.089 adultos mayores (personas de más de 60 años), la mayoría reside en la sierra del país (596.429) seguido de la costa (589.431). En su

mayoría son mujeres (53,4%) y la mayor cantidad está en el rango entre 60 y 65 años de edad".[46]

3.3.1.7 Entorno

El 11% de los adultos mayores vive solo, esta proporción aumenta en la costa ecuatoriana (12,4%); mientras que los adultos mayores que viven acompañados en su mayoría viven su hijo (49%), nieto (16%) y esposo o compañero (15%).

A pesar de que un 81% de los adultos mayores dicen estar satisfechos con su vida el 28% menciona sentirse desamparado, 38% siente a veces que su vida está vacía y el 46% piensa que algo malo le puede suceder. [47]

La satisfacción en la vida en el adulto mayor ecuatoriano aumenta considerablemente cuando vive acompañado de alguien (satisfechos con la vida que viven solos: 73%, satisfechos con la vida que viven acompañados: 83%).

El 69% de los adultos mayores han requerido atención médica los últimos 4 meses, mayoritariamente utilizan hospitales, sub-centros de salud y consultorios particulares. El 28% de los casos son ellos mismos los que se pagan los gastos de la consulta médica, mientras que en un 21% los paga el hijo o hija. Las enfermedades más comunes en el área urbana son:

- Osteoporosis (19%),
- Diabetes (13%),
- Problemas del corazón (13%) y,
- Enfermedades pulmonares (8%).

El 42% de los adultos mayores no trabaja y mayoritariamente su nivel de educación es el nivel primario. A pesar de que desean trabajar los hombres mencionan que dejaron de trabajar por:

- Problemas de salud (50%),
- Jubilación por edad (23%), y,

[46] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), http://www.inec.gob.ec
[47] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), http://www.inec.gob.ec

- Su familia no quiere que trabaje (8%).

En el caso de las mujeres dejan de trabajar debido a:

- Problemas de salud (50%),
- Su familia no quiere que trabaje (20%) y,
- Jubilación por edad (8%)." [48]

3.3.2 Microentorno

3.3.2.1 Clientes

En la ciudad de Cuenca existen 35.819 personas adultas mayores nacionales y extranjeras; muestran una tasa de crecimiento del 7,08% anual, sin embargo de este total el 49% [49]de personas adultas mayores que viven con sus familiares o solas

Para *CIDAM* es indispensable fijar su mercado objetivo y más tomando en cuenta que tercera edad se considera desde los 60 años para hombres y 65 años para mujeres, mas sin embargo es necesario saber los grupos de edad con los cuales se trabajará; para ello es necesario que a partir de los 75 años de edad la mayoría de la población anciana posee alguna dolencia o ya se dificulta su cuidado en casa y se necesita de personal con experiencia.

Para este proyecto hemos considerado como mercado meta a los adultos mayores; y como mercado objetivo la población anciana comprendida desde los 75 años en adelante o los que por alguna enfermedad o accidente catastrófico requieran de los servicios que *CIDAM* ofrece.

Además los adultos mayores extranjeros serán otro mercado objetivo ya que en la ciudad de Cuenca, viene en aumento su migración a la ciudad y forman sus

[48] Datos Obtenidos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), http://www.inec.gob.ec
[49] OISS; Proyecto sobre personas, Dependencia y Servicios Sociales en los países Iberoamericanos; http://www.oiss.org/IMG/pdf/Situacion_necesidades_y_demandas_de_las_personas_mayores_en_Bolivia_Colombia_Costa_Rica_Ecuador_y_Mexico_ampliado_marzo_2009_.pdf

familias aquí por lo cual se presta especial atención a este segmento y se brinda especial atención a los mismos.

3.3.2.2. Proveedores

El debido manejo de la cartera de proveedores es indispensable para la empresa, conocer sus plazos de cobro, el costo de venta, políticas de empresa.

CIDAM al ser una empresa que ofrece servicios, será el proveedor principal de los mismos a través de su personal capacitado y experimentado.

Para lo que *CIDAM* necesita seleccionar a los mejores proveedores es para la entrega de medicinas, implementos de aseo personal; además de ser necesario se proveerá de aparatos ortopédicos los mismos se los podrá adquirir dentro del centro para mayor comodidad o asesoramiento o en casa médicas particulares.

Es necesario crear alianzas estratégicas con las principales cadenas de medicinas de la Ciudad de Cuenca; entre ellos podemos destacar a los siguientes:

- Fybeca
- Pharmacys
- Cruz Azul
- Sana Sana
- INNFA

La cadena de farmacias *Fybeca* ofrecen a sus clientes planes de medicación continua de esta manera, se podría realizar un contrato de venta con los mismos, de acuerdo a las necesidades de los pacientes, además del Club de Años Dorados donde se podrían afiliar los pacientes y recibir todos los beneficios de descuento.

Algunas de las demás cadenas de farmacias cuentan con servicios similares y otras con ninguno de ellos; de igual manera para la negociación con los

proveedores se deben establecer estrategias que beneficien a ambas partes tanto en costos como en plazos de entrega.

Para los proveedores de los aparatos ortopédicos se puede realizar alianzas con las casas médicas de la ciudad y de igual manera con las distintas proformas escoger al mejor.

Para concluir se puede decir que se debe identificar y clasificar a los proveedores tomando en cuenta los productos que ofrece, su participación de mercado, precios, calidad y condiciones de pago.

Además los criterios de selección y evaluación de proveedores se determinarán a partir de los atributos antes mencionados, para establecer así una política de compras entre el proveedor y *CIDAM*. Desde el momento en que se crea la empresa y se tiene en mente la presencia de proveedores para la misma se debe tener un almacén de materias primas y compras.[50]

3.3.2.3. Mercado

Para determinar el Universo y su respectiva Muestra de la investigación; se trabajó con los datos de la Biblioteca de la INEC ubicada en el Zonal 6 (Ex-CREA); donde un asesor de la misma proporcionó la información necesaria. Según el Censo 2010; realizado por la INEC en la Ciudad de Cuenca existen 22.128 adultos mayores en total, se ha tomado como universo a este número de personas, para determinar la muestra y las encuestas a realizar.

Se determinó que la muestra a encuestar es de 369 individuos, en total estas encuestas fueron distribuidas proporcionalmente en cada una de las 15 parroquias urbanas de la Ciudad de Cuenca; ya que se ha decidido enfocarse únicamente en la ciudad para una mayor satisfacción y comodidad.

[50] SERVICIO CREACIÓN DE EMPRESAS; *Análisis de Mercado;* Pág. 5; Disponible en: www.creacion-empresas.com.

Para el estudio de mercado se consideró personas de 75 a 94 años de edad, debido que antes de los 75 son personas que todavía cuentan con agilidad para hacer sus cosas en un ambiente tranquilo, deseamos atacar a un mercado mayor, donde las personas necesiten más ayuda; considerando de 75 en adelante.

El estudio nos indicó que el mercado desea un centro con servicios adecuados, profesionales, estructura segura y sobre todo que puedan sentir una confianza el poder dejar a sus adultos mayores. Como modelo de negocio para CIDAM está el brindar un cuidado diario teniendo una aceptación considerable que hace que nuestro proyecto avance con firmeza, con una gran aceptación en cuanto a precios, y sobre todo la predisposición de las personas el dejar a un adulto mayor en las manos de un centro que cubra sus necesidades.

Evitar de la mente del adulto mayor ser considerado un estorbo o un anciano que ya no puede ayudar, olvidándonos que cuando nosotros fuimos niños ellos estuvieron ahí en todo momento, pero por circunstancias económicas de la situación actual, el tener que trabajar y ser el sustento del hogar hace que no podamos estar totalmente a su lado para ayudarle en lo que necesita, es necesario un centro como CIDAM que primeramente piensa en el bienestar emocional del adulto y lanza al mercado nuevos servicios que harán del familiar y del adulto una ayuda emocional que es lo más grande que un ser humano tiene en su memoria y su corazón.

3.3.2.4. Competencia

En el mercado de la ciudad de Cuenca, CIDAM cuenta con competidores fuertes que están dentro del segmento atención del adulto mayor; pero todos ellos atienden un servicio de estancia permanente, para sus familiares el dejar a un ser querido en uno de estos centros es con la mentalidad de que puedan sentir un abandono, competencias como:

Hogar de Cristo que se encuentra más de 13 años en la ciudad, con su ubicación que está en el centro de la ciudad; cuenta con aportes de grupos religiosos, aportes de la comunidad; más de 140 personas colaboran con terapias físicas, tiene fuertes

debilidades como: no cubre implementos de aseo, ubicación sin áreas verdes, alimentación general, los horarios son restringidos.

Residencia Años Dorados, una empresa muy joven en el mercado, con una organización en cuanto a su organigrama bien estructurado, atiendo un mercado extranjero, con una capacidad de cubrir un 55% en este segmento; los costos para el cuidado oscilan en 672 a 750 dólares, una fuerte debilidad de años dorados es que no tiene áreas verdes, su infraestructura es muy cerrada, los espacios son reducidos; su ubicación es en el centro de la ciudad.

Hogar Migue León, está en el mercado más de un siglo, la comunidad de religiosas hijas de la caridad son las que se encargan del cuidado y atención, acogen a 40 personas aproximadamente, muchos de ellos son de escasos recursos lo que se complica el pago para un cuidado especial, la distribución en ella es de acuerdo a la disponibilidad de espacios, tiene fuertes debilidades como: no cubre implementos de aseo, alimentación general e incluso los baños son generales, atienden un solo segmento que es el femenino, y la credibilidad en cuanto a dejar a un adulto mayor en estas estancias es muy nula.

Centro Geriátrico los Jardines, un centro que para CIDAM es considerado una competencia fuerte, cuenta con una estructura organizada, acoge un número pequeño de personas con la finalidad de brindar un servicio adecuado, y porque su capacidad instalada no lo permite, esta fuera del centro de la ciudad, cuenta con personal idóneo pero no calificado, los costos oscilan en 950 dólares como pago mensual para la estancia del adulto mayor, para Jardines no está el poder atender un segmento de estancia diaria, debido que su costo es de 25 dólares sin transporte, de igual manera no cubre medicina ni implementos de aseo.

Como podemos apreciar CIDAM cuenta con competencias fuertes y débiles; mirándoles desde distintas perspectivas, lo que hemos aprendido de ellos es que todos esperan que lleguen los clientes por llamarlo así, CIDAM realizara algo distinto a través de su área de ventas buscará adultos mayores y les dará a conocer las ventajas que tienen el estar en CIDAM, **que buscamos?,** es dar un valor

agregado que es: confianza para todos, servicios idóneos y calificados, **cómo?,** con satisfacción en aspectos: psicológicos, terapias, recreaciones, ambiente, integración y sobre todo amor/cariño de hogar, **donde?** en un centro, con personal profesional que brinde toda la seguridad y armonía de la misma.

3.4 Identificar dentro del marco legal todas las leyes que afecten al CIDAM.

En este punto se analizará las leyes necesarias para la creación de un centro gerontológico; el Ministerio de Inclusión Social y Económica (MIES) ha establecido dos acuerdos ministeriales que incluyen algunas de las cláusulas y manera de cuidado para el adulto mayor residente en los centros gerontológicos o geriátricos; estos acuerdos influyen directamente para la creación de *CIDAM*:

1. Acuerdo Ministerial N 000162 establecido el 10 de Enero del 2013.
2. Codificación de la Ley del Anciano.
3. Plan Nacional del Buen Vivir.

Estos reglamentos se los debe cumplir a cabalidad con todos sus requisitos y obligaciones para asegurar la subsistencia de *CIDAM* en el mercado y dentro del marco legal.

3.4.1 Acuerdo Ministerial

Según el Acuerdo Ministerial N 000162 establecido el 10 de Enero del 2013 estipula:

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1. Objeto.- La presente norma técnica, de obligatorio cumplimiento, tiene como objetivo regular normalizar el diseño, la instalación, la operación y la prestación de servicios para la atención integral de la población adulta mayor en los centros residenciales para personas adultas mayores, en el ámbito público y

privado, de conformidad a los dispuesto por la Constitución de la Republica, el Plan Nacional del Buen Vivir y la Codificación a la Ley del Anciano.

CAPÍTULO II
DE LA MODALIDAD DE ATENCIÓN, DENOMINACIÓN Y POBLACIÓN OBJETIVO

Art. 3. De los centros residenciales para personas adultas mayores.- Los centros residenciales para personas adultas mayores son servicios de atención de última instancia ofrecidos a las personas adultas mayores de 65 años de edad o más, que se encuentren en situación de abandono comprobado, falta de referente familiares, extrema pobreza y/o condiciones de alto riesgo.

Los servicios que prestan los centros residenciales para las personas adultas mayores se podrán ejecutar a través de los siguientes tipos de prestadores servicios:

a) De atención directa por parte del MIES;
b) Gestionados mediante gobiernos autónomos desconcentrados (GAD) u otros organismos especializados en atención gerontológica, en cuyo caso las contrapartes del MIES deberán asegurar infraestructura y equipamiento de calidad; y,
c) Creados y gestionados por el sector privado, con o sin finalidad de lucro, con fondos nacionales o internacionales.

En todos los casos, la institución que brinde el servicio deberá registrarse a través del portal web del MIES, para obtener el permiso de funcionamiento y su posterior acreditación.

Art. 4. De la denominación de los centros residenciales para personas adultas mayores.-

Los centros gerontológicos residenciales de carácter privado, con o sin finalidad de lucro cualquiera sea la fuente de financiamiento, se denominarán de manera

genérica como “Centros Residenciales para Personas Adultas Mayores”. A estas denominaciones genéricas se agregara el nombre particular que identifique al Centro.

Art. 5. De la población objetivo.- Los centros residenciales para las personas adultas mayores atenderán a personas que hayan cumplido los 65 años de edad. Se priorizará la atención a quienes se encuentren en situación de abandono comprobado, pobreza y extrema pobreza o que hayan sido vulnerados en sus derechos.

CAPÍTULO III
COMPONENTES DEL MODELO DE ATENCION DE LOS CENTROS RESIDENCIALES PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES

Art. 5. De la estructura y componentes de los centros residenciales.- Son componentes para los centros residenciales del buen vivir y de los centros residenciales para personas adultas mayores, los siguientes:

a) ***Alimentación:*** las necesidades e intereses nutricionales de las mujeres y de los hombres deben ser tomadas en cuenta, en función de las diferentes patologías así como los saberes y preferencias según la procedencia y las diversidades culturales.

b) ***Rehabilitación:*** Incorporar actividades de rehabilitación en distintos ámbitos, como psicológicos, físico y ocupacional; a través de terapias que promuevan la estimulación de memoria, atención, concentración, actividades de orientación y estimulación sensorial.

c) ***Recreación e Integración:*** Actividades recreativas que cuentan con el apoyo profesional para el diseño de cada metodología del trabajo.

d) ***Inclusión Familiar y Social:*** Fomentan el afecto, cuidados especializados, colaboración proactiva de la familia y colaboración en diferentes programas.

e) ***Acogimiento:*** Actividades de atención en enfermería, nutrición, terapias físicas y psicológica, rehabilitación y evaluación del desarrollo; estas actividades son de responsabilidad del personal del centro.

Art. 7. Actividades de planificación y gestión institucional.- Las actividades que realizan los centros gerontológicos con las personas adultas mayores, son planificadas de acuerdo a una evaluación periódica atendiendo los lineamientos y estándares de calidad, con el propósito de recuperar sus funciones físicas y psicológicas para su integración familiar y social.
A tales efectos, se deberá considerar el siguiente procedimiento:

a) Pre-Ingreso.- Consiste en la aceptación del usuario al Centro y de no poder tomar decisiones por su condición mental, una carta de aceptación de los familiares y/o su responsable, certificado médico de incompetencia, de ser indigentes un informe social de la institución que remite el caso.
b) Ingreso.- Se realiza cuando cumpla con todos los requisitos de pre-ingreso.
c) Acogimiento.- El equipo de los centros residenciales para personas adultas mayores realizara las siguientes actividades regulares vinculadas a la gestión:
   a. Registro de la historia clínica
   b. Ingreso diario de actividades de la vida diaria
   c. Seguimiento permanente por parte del personal de cuidado y profesional del Centro.
   d. Autoevaluación de la Gestión Administrativa.
   e. Capacitación permanente al personal
   f. Informes y documentos legales en caso de fallecimiento del usuario del Centro.

El Centro realizará actividades con los diversos actores como parte de la corresponsabilidad de las familias y la comunidad en los procesos de inclusión y cumplimiento de derechos.

Art. 8. Costos por la prestación del servicio.- Los costos de los servicios que brinden los centros residenciales para personas adultas mayores se establecerán en función de los siguientes rubros:

a. Personal profesional

b. Personal de cuidado
c. Nutrición
d. Servicios básicos
e. Material administrativo y de terapias
f. Capacitación
g. Movilización

CAPÍTULO IV
ESTÁNDARES MÍNIMOS DE CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS CENTROS RESIDENCIALES PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES

Art. 9. Cumplimiento de los estándares de calidad.- El funcionamiento de los centros residenciales para personas adultas mayores estará sujeto a la observancia de los estándares de calidad que son parte de la política pública emitida por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

Los estándares de calidad señalados son los mínimos requeridos para el funcionamiento de los centros residenciales para personas adultas mayores y de obligatorio cumplimiento para todos los servicios públicos y privados de esta naturaleza.

Art. 10. Infraestructura.- El espacio de los centros residenciales para personas adultas mayores se convierte en un ambiente de inclusión y defensa de derechos que genera calidez, familiaridad y bienestar a través de la organización de los espacios libres de barreras físicas y arquitectónicas.
Para ello deberá considerarse lo siguiente:

a. El diseño arquitectónico, mobiliario, ambientación y funcionalidad cumplirá estándares de seguridad y de calidad, dispondrá de espacios amplios con pasamanos de apoyo, pisos antideslizantes, espacios verdes y patios.
b. Favorecer a la diversidad y la interculturalidad.

c. Facilidades de circulación en todos los espacios del Centro, no permitir el acceso a otros servicios ajenos a la institución, debe contar con rapas, gradas seguras y medios mecánicos para el traslado.
d. Posibilidad de ingreso de vehículos a las dependencias.
e. Ambientes de recreación, nutrición, integración familiar y social, terapias y atención domiciliar.

Art. 11. Organización del espacio.- Todo Centro Residencial para Personas Adultas Mayores debe disponer de las siguientes áreas:

a. Área de administración y recepción
b. Enfermería y primeros auxilios
c. Área de cocina
d. Comedor
e. Sala múltiple
f. Área para talleres
g. Aéreas verdes y patios
h. Bodega para alimentos
i. Bodega de material didáctico
j. Mecanismos para receptar quejas y sugerencias
k. Espacio de circulación y evacuación
l. Área de lavado y planchado

Art. 13. Conformación del equipo de talento humano.- El equipo de trabajo está constituido por:

a. Un director del Centro gerontológico, con título de tercer nivel en áreas sociales.
b. Un cuidador por cada 8 personas adultas, con certificación de auxiliar de enfermería.
c. Un psicólogo con título de tercer nivel por cada 50 usuarios.
d. Un terapista ocupacional con título profesional de tecnólogo médico por cada 50 usuarios.
e. Un terapista físico con título profesional de tercer nivel con 50 usuarios.
f. Un trabajador social con título de tercer nivel para 40 usuarios.
g. Un auxiliar de limpieza por cada 15 personas adultas mayores.

Art. 15. Otros estándares de calidad.- En cada uno de los centros residenciales para personas adultas mayores se definirán estándares de calidad institucional, en los siguientes ámbitos.

1. *Gestión de los centros residenciales para personas adultas.*- Hacen referencia a procesos de gestión y a prácticas institucionales que contribuyen al desarrollo integral de las personas adultas mayores atendidas.
    a. Lineamientos de atención.
    b. Capacitación al personal.
2. *Desempeño Profesional*.- Se refiere al procedimiento que debe seguir el equipo técnico profesional y operativo de los Centros Gerontológicos Residenciales para Personas Adultas Mayores.

a. Las personas encargadas de la alimentación deberá cumplir con los procesos alimentarios y los menús que estén acordes a la edad.

3.4.2 Codificación de la Ley del Anciano

La Codificación de la Ley del Anciano estipula los lineamientos de trato, cuidado de los adultos mayores a partir de los 65 años de edad y todos sus beneficios sociales como descuentos en servicios públicos, servicios de transporte y servicios médicos. Además en los estudios deben impartirse clases para conocer a la población de la tercera edad; además de realizar voluntariado para los mismos. Como infracciones contra los adultos mayores están el abandono, con problemas alimenticios o en maltrato comprobado.

3.4.3 Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San Joaquín, tiene como referente el Plan Nacional del Buen Vivir, la Agenda Zonal; los lineamientos para el Ordenamiento Territorial de la Zona de Planificación 6 y, que define los principios y estrategias de planificación y gestión de Políticas Publicas como instrumentos para la consecución de los objetivos del Buen Vivir y la garantía de derechos y participación social y desarrollo territorial.

3.4.4 Plan de Ordenamiento Territorial Parroquia San Joaquín

3.4.4.1. Modelo Territorial Actual

El Modelo Territorial la Situación Actual, generado a partir de la interperetacion de los diagnósticos sectoriales, su explicación se realiza mediante la descripción sintetica del medio físico, de la población y sus actividades económicas, del sistema de asentamientos y las redes de infraestructura, identificando sus interrelaiones y tendencias.

La parroquia pertenece al cantón Cuenca que se ubica en el Austro de país, en la provincia del Azuay, provincia que junto a Cañar y Morona Santiago constituyen la denominada *Zona de Planificación 6* determinada por la *Secretaria Nacional de Planificación (SENPLADES).*

La parroquia San Joaquín tiene una superficie de 21.007,61 ha, y según el Censo de Población y Vivienda realizado con el INEC en el año 2010, cuenta con una población de 7455 habitantes.

3.4.4.2. Actividades Económicas

El aporte económico de la provincia del Azuay representa el 4,9% de la producción nacional, siendo la cuarta provincia en importancia productiva, luego de Guayas, Pichincha y Manabí. El cantón Cuenca a su vez, aporta con el 4,69% y la parroquia el 0,0074% a la producción nacional y el 0,16% a la producción cantonal.

La economía de la parroquia se basa en la diversificación de las actividades económicas, según datos del Servicio de Rentas Internas, del total de ventas $ 498.964,57 dólares en el año 2009, la Intermediación Financiera aportó con el 22,85%, el comercio aportó 17,22%, seguido por la actividad primaria 14,70%, además de:

- Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler 13,68%
- Transportes almacenamiento y comunicaciones el 13,37%

- Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios 11,67%

3.4.4.3. Usos de Suelo y Actividades relativos a Equipamiento

Tendrán consideración de usos y actividades relativos a equipamientos, los siguientes:

El uso de equipamientos de servicios es el destinado a actividades e instalaciones que generen bien y servicios para satisfacer las necesidades de la población, garantizar el esparcimiento y mejorar la calidad de vida en el Cantón, independientemente de su carácter público o privad, en: áreas del territorio, lotes independientes y edificaciones (aisladas o complejos).

El equipamiento comprende:

Servicios Sociales

- Educación
- Salud
- Bienestar Social
- Cultura
- Recreación
- Aprovisionamiento
- Administración y Gestión

3.4.5 Permisos de funcionamiento

3.4.5.1 Certificado Único de Funcionamiento o C.U.F

Este es el principal permiso y certificado que toda empresa próxima a instalarse debe poseer dentro de sus requisitos ya que dados los datos de la ubicación de la misma el Ilustre Municipio de la Ciudad de Cuenca o a su vez la Superintendencia de Compañías se encargará de investigar si es apropiado el lugar escogido para su implementación; la Parroquia San Joaquín para el caso de *CIDAM*, se analiza si la empresa cumple con los testimonios necesarios para ser una buena empresa y si éste es aprobado se otorgará este Certificado Único de Funcionamiento o C.U.F. una vez obtenido este se podría continuar con el proceso de certificación.

3.4.5.2 Permiso del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es indispensable para cualquier empresa dentro de la Parroquia de San Joaquín y según las especificaciones que se posee hasta el momento para que el establecimiento cumpla con lo señalado; los requisitos necesarios para su obtención son contar con los espacios de seguridad especificados, extintores exigidos, zonas de seguridad y auxilio todos estos deben estar contemplados en el Lay-Out de *CIDAM*, de esa manera la empresa estará lista para obtener dicho permiso.

3.4.5.3 Permiso del Ministerio de Salud Pública

Para obtener este permiso que lo otorga el Ministerio de Salud Pública se debe acudir a la Dirección Provincial de Salud o Área de Salud más cercana o próxima de la empresa o local según el Acuerdo Ministerial Oficio SVS -12, se considera que *CIDAM* no debería obtener este permiso ya que los centros geriátricos o gerontológicos no cuentan dentro de la lista de las empresas obligadas a cumplir con el mismo sin embargo; nos podemos considerar dentro de un establecimiento de servicios de salud privado ya que los adultos mayores a atenderse dentro del centro reciben atención médica, terapias físicas, psicológicas y ocupacionales además del cuidado diario. Es por ello que se considera a *CIDAM* como una empresa sujeta a la obtención de dicho permiso.

3.4.5.4 Permiso de la Policía Nacional

Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamiento según lo que señala el Art. 29 de dicho decreto, que manifiesta: Los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia. Ya que nuestra empresa se dedica a la producción y comercialización de diarios estaría exento de presentar este permiso ya que no está dentro de la lista que el Artículo 29 presenta.

3.4.5.5 Permisos Ambientales emitidos por la C.G.A. (Comisión de Gestión Ambiental).

La comisión de gestión ambiental es la encargada de emitir los distintos permisos ambientales para cualquier empresa o entidad de la Ciudad de Cuenca y sus Parroquias Urbanas y Rurales; esta se encarga de calificar y ubicar en distintas categorías y tipos de contaminación que las empresas producen para que referente a estos resultados se realice un estudio y se pueda determinar si es o no posible la acreditación de este permiso.

3.4.6 Requisitos de Constitución

Dentro del país los requisitos indispensables para la constitución de una compañía son los siguientes:

- ***Aprobación del nombre de la compañía:*** Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva compañía, para ello se necesita de la aprobación en la Superintendencia de Compañías. El objetivo de esto es que *CIDAM* sea considerado como único o a su vez descartar la existencia de dicho nombre en el país.

- ***Apertura de una Cuenta de Integración de Capital:*** En este caso es necesario este paso ya que cada uno de los socios de la compañías hará su aporte para conformar el capital inicial de la compañía.

- ***Celebración de la Escritura Pública:*** Para esto con la ayuda legal de un Notario se realiza una minuta dependiendo el tipo de compañía sea esta anónima o limitada, donde consten cada uno de los socios, el capital inicial y la actividad a la que se dedicará. *CIDAM* está siendo considerada una persona jurídica y una Compañía Limitada ya que los socios únicamente responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales[51]; con un monto mínimo de capital social del US$ 400,00 dólares. Luego las escrituras

[51] Art. 92 Ley de Compañías

deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías para que sea inscrita dentro del Registro Mercantil la apertura de una nueva empresa y se realicen los nombramientos respectivos.

- ***Obtener el RUC:*** Es necesario obtener un Registro Único de Contribuyentes enfocado a Sociedades en donde una vez ya ingresados los datos y llenado el formulario el S.R.I. entregará un certificado del R.U.C. donde se detalla el nombre de la empresa o la razón social, el tipo de actividades y las direcciones de los establecimientos. Una vez realizado este trámite la empresa está lista para cumplir con el pago de sus impuestos.

- ***Obtener permiso para emitir facturas:*** Este último paso para la puesta en marcha de la empresa debe otorgarlo el Servicio de Rentas Internas, este se hará efectivo únicamente cuando la empresa ya cuente con todos los permisos antes mencionados ya aprobados de esta manera el SRI comprueba la dirección y funcionamiento de la empresa y otorga este permiso con esto se les dará la seguridad a nuestros clientes y proveedores que están trabajando con una empresa legalmente responsable y libre de problemas.

3.5 Análisis de Joint Venture para CIDAM

CIDAM pretende realizar Joint Venture con las clínicas locales de manera que ellos nos proporcionen médicos geriátricos, generales y gerontólogos; y nosotros ofrecemos a los adultos mayores como pacientes y consumidores de sus servicios; entre las clínicas seleccionadas podemos destacar:

- Clínica España
- Hospital del Rio
- Clínica Santa Inés
- Clínica Santa Ana

Solo se han usado estas clínicas locales ya que son las únicas aparte del IESS y Hospital Regional que cuentan con médicos de esa rama y especialización tanto en geriatría como en gerontología.

La población encuestada en su mayoría supo manifestar, que sus médicos de cabecera laboraban en clínicas.

Además como ya se mencionó *CIDAM* pretende analizar la posibilidad de principales proveedores a Fybeca para el expendio de medicinas e implementos de salud, es por ello que un Joint Venture junto con ellos, radica en el hecho de que los usuarios del centro se beneficien de sus descuentos y bonificaciones afiliándose a su tarjeta de afiliado y a su Club Años Dorados; y por parte de *CIDAM* brinda más clientes a la cadena de farmacias más grande del país.

3.6 Validar mecanismos de sistema de control para cada necesidad.

Para toda empresa en el mundo entero, el poder controlar sus procesos es una parte fundamental; debido que puede gestionar de mejor manera todo lo planificado versus lo ejecutado, y conlleva a poder tramitar planes de acciones preventivos/correctivos para mejorar los puntos débiles.
Para CIDAM es muy fundamental conocer los avances de cada uno de las capacitaciones que se brinda para mejorar toda la atención al adulto mayor.

3.6.1 Modelo PHVA

El ciclo del PHVA nos brinda soluciones que realmente nos lleva a mantener competitivo nuestros productos y servicios, el elevar la calidad, disminuir los costos, incrementar los niveles de la productividad, aumentar la participación de mercado y con ello mejorar la rentabilidad de nuestra empresa.

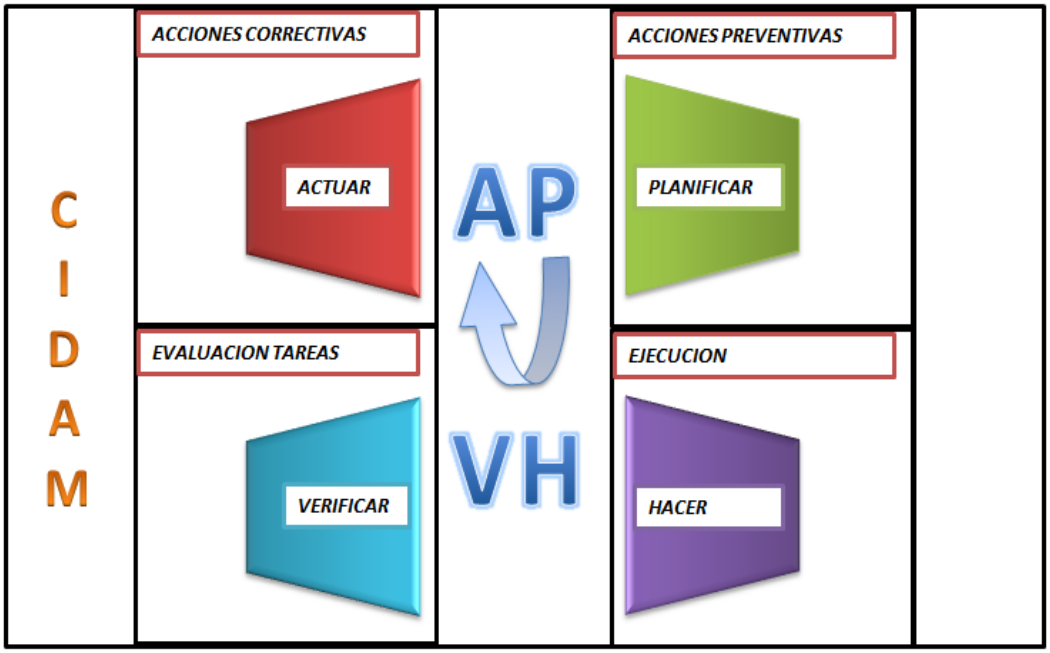


Figura 3.8: Ciclo PHVA**.**
Fuente: Autores.

Planificar._ Generar un plan estratégico con todas las actividades a realizar donde se debe indicar lo siguiente:

- Definir las metas.
- Definir los métodos para cumplir esas metas.

Hacer._ Capacitar y crear una cultura en toda la empresa; es decir, indicar a todos la implementación de los planes y actividades que se realizaran con el fin de que todos podamos estar comunicados y de esa manera poder *hacer* todo lo planificado.

Verificar._ En este paso lo que hace el método es identificar/verificar los resultados de las tareas, un seguimiento oportuno y medición frente a las políticas y planes establecidos con anterioridad, a través de ello realizar un informe de resultados.

Actuar._ Esta parte indica luego del informe de resultados eliminar las no conformidades encontradas en el proceso, a través de planes de acción con responsables y un tiempo determinado.

Para que CIDAM pueda desarrollar el modelo PHVA contara con lo siguiente:

- Auditoria interna trimestralmente, se entrenara a un grupo de personas para que tengan los conocimientos necesarios y poder gestionar los procesos en cada área del centro geriátrico.

- Contar una Auditoria externa, con la finalidad de cumplir con los requisitos establecidos por la ley, y a través de ello, realizar un control total de la empresa.

Controles como:

- Realizar un presupuesto de gastos en capacitación e implementación en el centro CIDAM, para cada una de las áreas.
- Fomentar una cultura de rendición de cuentas por cada encargado.
- Cada departamento tendrá sus mediciones a través de indicadores, que apunten a la visión de la empresa que es satisfacer a nuestro adulto mayor.

Reuniones:

- Mensualmente se desarrollara una reunión gerencial, con la finalidad de conocer los avances en cada uno de las áreas.

- Conocer la situación que tuvo, actual y el futuro, con los resultados de cada indicador.

Software:

- Implementación de un software, que contenga las metas y cumplimientos de cada área, en cuanto a presupuestos, capacitaciones, avances con cada adulto mayor, en la parte psicología, terapias físicas, e incluso un indicador de satisfacción de sus familiares.
- Historial clínico de cada persona
- Tipo de medicamento.
- Tipo de alimentación que requiere.
- Control de los suministros en las bodegas.
- Control de marcación del personal.

Tecnología.

- Control de temperatura en las habitaciones de cada adulto mayor.
- Control con tecnología domótica.
- Cámaras de seguridad.
- Detector de incendios, agua, gas.

3.7 PLAN DE NEGOCIOS.

3.7.1 Estructura Organizacional CIDAM.

3.7.1.1 Reseña histórica.

Las distintas épocas en el transcurso de nuestras vidas, ha inferido que los tratos y cuidados hacia las personas, cada vez sean deficientes; dado por circunstancias de trabajo o no tener el conocimiento adecuado hace que, a un adulto mayor a pesar del amor que se le tiene, no poder tener el tiempo para poder cubrir todas sus necesidades, un centro gerontológico, originado de una experiencia personal y de una guardería de niños, donde podemos apreciar que a un niño se lo lleva en la mañana y por la tarde ya retorna a su hogar en un horario adecuado para todos: adultos-familiares, permite desarrollar un centro con la misma filosofía pero para el cuidado del adulto mayor, a través de personas con la experiencia necesaria y una infraestructura que proporcione un cuidado, atención, recreación y sobre todo brindar el amor que toda persona en el mundo necesita, y generar en sus familiares tranquilidad al saber que su ser querido está en un centro con la calidad en servicio que requiere.

3.7.1.2 Resumen ejecutivo.

El estudio de factibilidad del Centro Gerontológico, permitirá definir que en la Ciudad de Cuenca es muy fundamental contar con un equipo de personas idóneas que brinden los servicios adecuados para el cuidado del adulto mayor, servicios garantizados a través de CIDAM, un nombre que al escuchar brinde una suficiente

confianza para sus familiares, siendo ello nuestro valor agregado más fuerte, y a través de ello garantizar una vida digna.

3.7.1.3 Misión.

La finalidad del centro CIDAM, es brindar un servicio profesional y personalizado para el cuidado del adulto mayor, y satisfacer sus necesidades; ser un soporte en la vida de sus familiares y fomentar su integración a la sociedad.

3.7.1.4 Visión

Ser una empresa de confianza y servicios garantizados para el adulto mayor, fomentando en sus familiares un centro de credibilidad e integración en la sociedad.

3.7.1.5 Objetivos

Ofrecer servicios personales para el cuidado del adulto mayor, a través de un personal capacitado, generar en sus familiares la confianza necesaria y en el mercado una credibilidad, crear un ámbito de cultura/imagen el poder identificar a CIDAM como un centro de amor y no un asilo; y el retorno del adulto a cada uno de sus hogares para la alegría de todos sus seres queridos.

3.7.1.6 Valores.

- ✓ ***Confianza:*** Los colaboradores de *CIDAM* realizarán sus labores de la mejor manera para que los usuarios del centro y sus familiares estén satisfechos.
- ✓ ***Honestidad:*** *CIDAM* se compromete a actuar con la sinceridad y con una conducta recta y honrada, tanto a nivel administrativo como con los pacientes.

- ✓ ***Calidad en Servicios:*** *CIDAM* se preocupará por ser responsable en todos los ámbitos cumpliendo las normas establecidas para el cuidado de los adultos mayores y del funcionamiento del servicio.

3.7.1.7 Organigrama Institucional

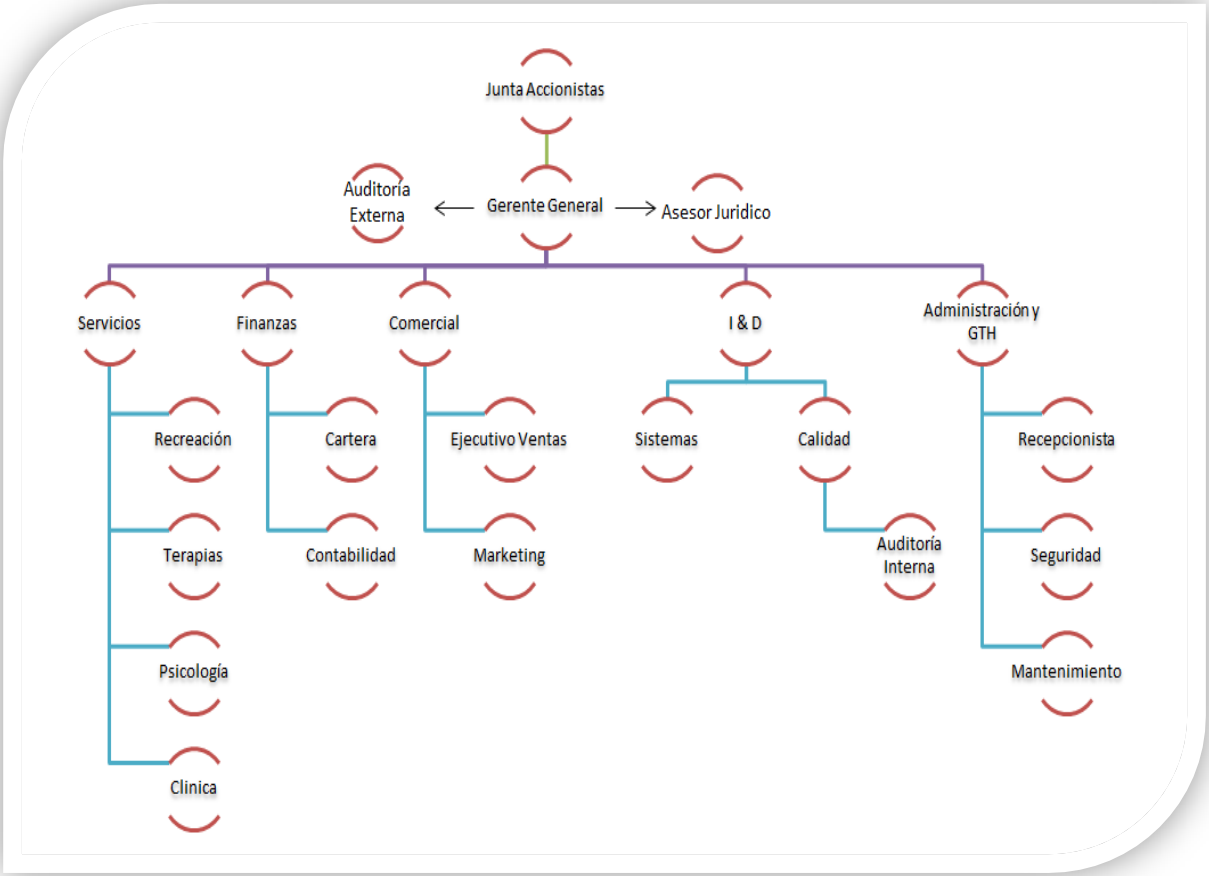


Figura 3.9: Organigrama Institucional
Fuente: Autores

3.7.1.8 Perfiles del Cargo

ÁREA	PERFIL
Junta de Accionistas	Título: Opcional. Conocimiento en el Modelo de Negocio.
Gerente General	Título de Ing. Comercial Maestría en Psicología. Experiencia 5 años. Haber trabajado en Instituciones Públicas. Conocimiento de Marketing. Hablar inglés.
Asesor Jurídico	Abogado en pleno ejercicio. Experiencia con compañías. Experiencia 5 años.
Recreación	Titulo Lcdo. Fisioterapista/Terapia Ocupacional. Conocimiento Psicología. Experiencia 3 años. Experiencia adultos mayores. Motivador.(a)
Terapias	Título Lcdo. Terapia Física. Experiencia 6 años. Experiencia: de preferencia con adultos mayores.
Psicología	Título de Psicólogo. Experiencia 5 años. Experiencia: de preferencia con adultos mayores.
Clínica/Doctor	Doctor en pleno ejercicio. Experiencia 4 años. Experiencia: de preferencia con adultos mayores. Disponibilidad 24 horas.
Clínica/Enfermera	Titulo Lcda. Enfermería. Enfermera en pleno ejercicio. Experiencia 5 años. Experiencia: de preferencia con adultos mayores. Disponibilidad 24 horas.
Cartera	Titulo Ing. Comercial. Experiencia 2: años.
Contabilidad	Titulo Contadora. Experiencia 2: años.
Ejecutivo de Ventas	Titulo Opcional. Experiencia 3: años. Conocimiento atención al cliente.
Sistemas	Titulo Ing. Sistemas. Experiencia 3: años. Experiencias en tecnología Domótica.
Marketing	Titulo Ing. Comercial. Maestría en Marketing. Experiencia 3 años. Hablar inglés.
Recepcionista	Titulo Opcional. Experiencia 1: año. Conocimiento atención al cliente. Conocimiento en computación.
Seguridad	Titulo bachiller. Experiencia 3: años. Conocimiento atención al cliente. Conocimiento en seguridad. Conocimiento computación.

Mantenimiento Limpieza	Titulo Bachiller. Experiencia 1: año. Haber trabajado en Hospitales. Disponibilidad 24 horas.

Tabla 3.2: Perfiles de cargo del personal del CIDAM
Fuente: Autores

3.7.1.9 Manual de funciones.

- **Gerente General**

1. **Datos de identificación.**

Cargo	Gerente General		
Supervisor	Junta de Socios	**Ciudad**	Cuenca

2. **Misión del Cargo.**

Proveer recursos y prestación eficiente de los servicios e infraestructura, para la plena satisfacción de los adultos mayores y sus familiares.

3. **Actividades del cargo.**

Actividades
Plan de Negocios.
Estrategias de Mercado
Generar Alianzas
Mantener rentabilidad en la empresa
Optimizar los recursos
Mejorar servicios
Mejorar desempeño laboral
Revisión de Balances de la compañía
Mejorar los ingresos
Predecir situaciones económicas
Predecir situaciones políticas.
Presupuestos
Pronósticos

4. **Conocimientos académicos**

CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS	**NIVEL ACADÉMICO**
Estadística	Carrera Ing. Comercial
Estrategias	Carrera Ing. Comercial
Marketing	Carrera Ing. Comercial
Ingles	Alta CDI

5. **Destrezas especificas requeridas.**

DESTREZAS ESPECIFICAS	DETALLE
Manejar programas informáticos	office
Operar equipos de oficina	Computadoras, Tablet.
Operar programas externos	Internet.
Relaciones personales	

- **Asesor Jurídico**

1. **Datos de identificación.**

Cargo	Asesor Jurídico		
Supervisor	Gerente General	**Ciudad**	Cuenca

2. **Misión del Cargo:**

Conocer y proveer asesoría en cuanto a las leyes vigentes y cambiantes del país, para el bienestar del centro CIDAM.

3. **Actividades del cargo.**

ACTIVIDADES
Conocer las leyes del país en cuanto a los centros gerontológicos
Normas y procedimientos idóneos para el manejo de CIDAM
Asesoría en los procedimientos de contratación
Representar y asumir la defensa legal del Centro
Generar una asistencia al centro en asuntos de carácter legal

4. **Conocimientos académicos**

CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS	NIVEL ACADÉMICO
Derecho Civil/Legal	Abogado
Ingles	Alta “CDI”

5. **Destrezas especificas requeridas.**

DESTREZAS ESPECIFICAS	DETALLE
Manejar programas informáticos	office
Operar equipos de oficina	Computadoras, Tablet.
Operar programas externos	Internet.

- **Recreación**

1. **Datos de identificación.**

Cargo	Recreación		
Supervisor	Gerente General	**Ciudad**	Cuenca

2. **Misión del Cargo:**

Brindar la motivación y estimulación al adulto mayor.

3. **Actividades del cargo.**

ACTIVIDADES
Ejercicios de gimnasia
Manualidades
Dictar charlas y conferencias en su área
Llevar el historial de sus pacientes atendidos
Informar la condición de cada uno de los pacientes
Mantener el orden del equipo y lugar de trabajo
Cumplir con las políticas del centro en cuanto a seguridad
Brindar primeros auxilios

4. **Conocimientos académicos**

CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS	**NIVEL ACADÉMICO**
Lcda. Fisioterapeuta	Terminar la carrera
Psicología	Aprobado mínimo 4 ciclos de Psicología

5. **Destrezas especificas requeridas.**

DESTREZAS ESPECIFICAS	**DETALLE**
Manejar programas informáticos	office
Operar equipos de oficina	Computadoras, Tablet.
Operar programas externos	Internet.

- **Terapias**

1. **Datos de identificación.**

Cargo	Terapias		
Supervisor	Gerente General	**Ciudad**	Cuenca

2. **Misión del Cargo:**

Proveer de rehabilitación al adulto mayor, para mejorar o mantener sus capacidades funcionales.

3. **Actividades del cargo.**

Actividades
Prevención de lesiones
Rehabilitación
Mejorar el rendimiento del adulto mayor
Proveer un estilo de vida activo y saludable
Prevención sobre riesgos
Llevar el historial de sus pacientes atendidos
Informar la condición de cada uno de los pacientes
Mantener el orden del equipo y lugar de trabajo
Cumplir con las políticas del centro en cuanto a seguridad
Brindar primeros auxilios

4. **Conocimientos académicos**

CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS	NIVEL ACADÉMICO
Lcda. Fisioterapeuta/Física	Terminar la carrera

5. **Destrezas especificas requeridas.**

DESTREZAS ESPECIFICAS	DETALLE
Manejar programas informáticos	office
Operar equipos de oficina	Computadoras, Tablet.
Operar programas externos	Internet.

- **Psicología**

1. **Datos de identificación.**

Cargo	Psicología		
Supervisor	Gerente General	**Ciudad**	Cuenca

2. **Misión del Cargo:**

Generar bienestar en el adulto mayor, en lo físico, emocional y mental.

3. **Actividades del cargo.**

ACTIVIDADES
Estudiar distintas etapas del adulto mayor
Generar actividades de orientación
Generar actividades de asesoramiento psicológico
Realizar terapias de tratamiento psicológico
Estudiar al paciente y orientar a resolver conflictos personales
Realizar orientación vocacional y ocupacional
Llevar el historial de sus pacientes atendidos
Informar la condición de cada uno de los pacientes
Mantener el orden del equipo y lugar de trabajo

4. **Conocimientos académicos**

CONOCIMIENTOS ACADÉMICOS	NIVEL ACADÉMICO
Lcda. Psicología	Terminar la carrera

5. **Destrezas especificas requeridas.**

DESTREZAS ESPECIFICAS	DETALLE
Manejar programas informáticos	office
Operar equipos de oficina	Computadoras, Tablet.
Operar programas externos	Internet.

3.7.1.10 Diseñar programas de capacitación al personal para atención al adulto mayor.

CIDAM propone un programa de capacitación exclusivo para el personal que se encarga de la atención del adulto mayor en el centro; uno de los objetivos principales es brindar siempre la mejor atención posible llevados de la mano de una capacitación oportuna y eficaz para responder a los cambios tanto tecnológicos, médicos, terapéuticos, psicológicos, entre otros; que día a día presentan los adultos mayores y muchas de las veces somos inherentes ante los mismos.

En *CIDAM* se capacitará al nuevo personal si es el caso de no tener experiencia previa y únicamente estudio, para lo cual su introducción será paulatina y de manera explicativa; para el personal nuevo con experiencia previa se realizará más que una capacitación una inducción de las políticas y lineamientos de la organización para dejar en claro su participación en el centro; y por ultimo para lo cual se está creando estos programas está el personal de la organización los cuales merecen y necesitan una actualización profesional para desarrollar sus actividades de cuidado o terapia según sea el caso de una manera prolija.
A continuación se detalla los tipos de programas establecidos por *CIDAM* para sus actividades.

CIDAM PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

PERÍODO ENERO – MARZO 2014

REQUISITOS GENERALES PARA LA CAPACITACIÓN

CIDAM para el desarrollo de los programas indistintamente sea su orientación tendrán cuatro secciones que cumplir:

1. Planeamiento
    - Determinar la cantidad exacta de personal a ser capacitado.
    - Participar al personal de CIDAM de los programas de capacitación a darse en el siguiente período.
    - Investigar sobre las necesidades de capacitación del personal de CIDAM según sus ramas de trabajo y aplicación.
    - Programar de manera oportuna y sin jornadas que descuiden a los adultos mayores de sus necesidades.

2. Metodología
    - Determinar que requiere CIDAM mejorar o cambiar y añadirlo a sus actividades.
    - Moldear los programas de capacitación de manera que el personal sienta que la filosofía, misión y visión se cumple y alcanza a través de los mismos.
    - Informarse sobre las mejores maneras de capacitación de personal de manera que no se convierta en un momento tedioso y cansado.
3. Logística
    - CIDAM determina como ubicación habitual de capacitación, a la sala de reuniones del centro; de existir cursos a los cuales se puede acceder y que sean fuera de las instalaciones serán programadas previamente.
    - La sala de reuniones de CIDAM será adecuada previamente de ser necesario para la comodidad del personal.

- Los materiales serán proporcionados por el Administrador de CIDAM, y el centro será el encargado de la incursión de gastos de estos materiales para capacitación.

4. Evaluación
    - El personal será evaluado al finalizar cada capacitación.
    - Es necesario que algún miembro del cuerpo administrativo supervise la asistencia del personal, de no asistir determinar las razones de su inasistencia.

Las capacitaciones en CIDAM se realizarán como mínimo dos veces por año, como tiempo estimado cada semestre en el mes de Enero y en el mes de Julio; no es un número obligatorio ya que se pueden desarrollar más capacitaciones al año; que lleven a cumplir los objetivos establecidos.

PROGRAMA PARA EL CENTRO DE INTEGRACIÓN PARA EL ADULTO MAYOR *CIDAM*

a. Objetivo General

Apostar al desarrollo de las actitudes y aptitudes para lograr un mejor desempeño en el personal administrativo de *CIDAM*.

b. Objetivos Específicos

- Elevar la eficiencia del personal y su rendimiento profesional
- Mejorar la interacción entre colaboradores para generar un servicio de calidad.
- Actualizar los conocimientos del personal según su área de especialización.
- Generar un buen clima de trabajo y promulgar conductas positivas y de cordialidad.
- Mejorar la atención para el cliente externo e interno.

c. Objetivo Terminal

A través de este programa se pretende que el personal administrativo de *CIDAM* se capacite y se sienta motivado de manera que se sientan parte de la empresa y trabajen con ahínco y dedicación.

d. Nombre del Curso

"Programa de Capacitación General para el Personal Administrativo de CIDAM"

e. Metodología

- Exposiciones de Profesionales
- Manuales de capacitación
- Técnicas grupales de trabajo
- Videos simuladores de problemas con su solución

f. Actividades

ACTIVIDAD	CARÁCTER	HORAS
Charlas de profesionales para la motivación de talento humano.	Presencial	4
Liderazgo en el servicio al cliente externo e interno.	Presencial	4
Como desarrollar destrezas de comunicación organizacional.	Presencial	2
Como crear sinergia y trabajar en grupo.	Presencial	3
Aumentar la rentabilidad disminuyendo desperdicios.	Presencial	4
Como mejorar la imagen como empresa.	Presencial	4
Como lograr metas de la empresa y considerarlas propias.	Presencial	3
TOTAL		**24 horas**

Tabla 3.3: Programa del personal del CIDAM
Fuente: Autores

g. Evaluación

La evaluación de este programa se medirá únicamente a través de su desempeño laboral medido por el Departamento de Recursos Humanos cada 6 meses, haciendo cuadros comparativos que permitan evaluar su efectividad.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DE ENFERMERÍA

a. Objetivo General

Capacitar al personal de enfermería en la atención del adulto mayor, asegurando su calidad de vida e integridad; evitando gastos innecesarios.

b. Objetivos Específicos

- Dar a conocer los factores de riesgo y alerta en la salud del adulto mayor.
- Reconocer de manera oportuna enfermedades clásicas o problemas más comunes.
- Responder de manera asertiva ante la medicación de un adulto mayor.

c. Objetivo Terminal

Al finalizar esta capacitación, el personal de enfermería tendrá una visión más amplia y clara de la sintomatología de los pacientes y como responder rápidamente ante cambios en su salud o estado de ánimo.

d. **Nombre del Curso:** *"Programa de Capacitación para el cuidador del adulto mayor en un Centro Geriátrico"*

e. Metodología

Son convocados a este programa las enfermeras o enfermeros con título de Tercer Nivel que laboren actualmente en CIDAM.

- Exposiciones teóricas por parte del personal y su capacitador.
- Análisis de situaciones clínicas graves y sus soluciones oportunas.
- Ejercicios Prácticos
- Trabajo individual/grupal

f. Actividades

ACTIVIDAD	CARÁCTER	HORAS
Charlas impartidas por los gerontólogos de la Ciudad de Cuenca.	Semi-Presencial	2
Planes de Cuidados de Enfermería en emergencias.	Presencial	4
Identificación de síntomas de enfermedad en el adulto mayor.	Presencial	4
Conocer con exactitud la prescripción los medicamentos adecuados para un adulto mayor	Presencial	4
Mantener un plan de una adecuada higiene diaria.	Semi-Presencial	2
Practicar con situaciones emergentes ficticias y dar soluciones asertivas	Semi-Presencial	2
Examen Final de la Capacitación	Presencial	2
TOTAL		**20 horas**

Tabla 3.4: Capacitaciones del personal de enfermería del CIDAM
Fuente: Autores

La duración del programa será de dos semanas con dos horarios diferentes de manera que el personal de CIDAM pueda escoger el más conveniente y al mismo tiempo distribuir su trabajo uniformemente de manera que su inasistencia en el cuidado de los adultos mayores no se vea afectada por parte de los mismos.

g. Evaluación

Se realizará una al comienzo como diagnóstico, y una al final de la capacitación a fin de saber que se ha mejorado y satisfacer estas nuevas necesidades de *CIDAM*.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

a. Objetivo General

Brindar una capacitación integral sobre de la salud mental del adulto mayor y sus consecuencias.

b. Objetivos Específicos

- Desarrollar nuevas técnicas de adaptación al centro para el adulto mayor.
- Conocer las necesidades afectivas para que un adulto mayor sea pleno mentalmente.
- Brindar ayuda oportuna para comprender el cambio de vida habitual.
- Establecer vínculos de comunicación entre la familia y el adulto mayor.

c. Objetivo Terminal

Al finalizar este curso nuestros psicólogos serán capaces de reconocer de manera inmediata patologías psicológicas intrínsecas del adulto mayor y demostrarlo en un caso práctico con un adulto mayor de *CIDAM.*

d. Nombre del Curso

"Psicopatología del Adulto Mayor para el Departamento Psicológico de CIDAM"

e. Metodología

Son convocados a este programa los trabajadores sociales o psicólogos de profesión con título de Tercer Nivel que laboren actualmente en CIDAM.

- Charlas de los expositores
- Materiales de lectura y CD de contenido de análisis psicológico para el adulto mayor.
- Análisis de casos prácticos por experiencia personal o del centro.
- Ejercicios Prácticos
- Trabajo Individual Final

f. Actividades

ACTIVIDAD	CARÁCTER	HORAS
Charlas impartidas por psicólogos geriátricos de la Ciudad de Cuenca.	Presencial	3
Distinguir entre enfermedades mentales o trastornos psicológicos.	Presencial	4
Conocer cuando un paciente requiere un tratamiento inmediato.	Presencial	4
Como lidiar con la negativa ante la llegada del envejecimiento.	Semi-Presencial	4
Prevención de ayuda psicológica ante una enfermedad orgánica	Presencial	3
Examen Final de la Capacitación	Presencial	2
TOTAL		**20 horas**

Tabla 3. 5: Capacitaciones del personal de enfermería del CIDAM
Fuente: Autores

La duración del programa será de una semana con dos horarios diferentes de manera que el Departamento Psicológico acomode sus horarios y citas de acuerdo al cronograma y esto no interfiera con el desarrollo normal de la atención a los adultos en *CIDAM*.

g. Evaluación

La evaluación a los psicólogos de *CIDAM* se la realizará al final tomando un caso práctico con algún adulto mayor que presente alguna de las patologías tratadas en el programa, será expuesto el plan en la clase final y sus resultados en el siguiente taller con una duración de tratamiento de 6 meses.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO TERAPÉUTICO

a. Objetivo General

Formar terapeutas físicos que contribuyan a la prevención de discapacidades y rehabilitación del adulto mayor.

b. Objetivos Específicos

a. Conocer los avances tecnológicos para la terapia del adulto mayor.
b. Aprender nuevas técnicas de terapia para los adultos mayores.
c. Detectar problemas de tratamiento y establecer soluciones.
d. Reconocer los síndromes geriátricos y su fisioterapia adecuada.

c. Objetivo Terminal

Concluido el programa los terapeutas de *CIDAM* podrán conocer los avances en terapia para la ayuda del adulto mayor y su independencia y palpar resultados aplicando estas técnicas en los adultos mayores.

d. Nombre del Curso

"Síndromes Geriátricos y Avances de Tecnología enfocado al Adulto Mayor aplicado al Departamento Terapeuta de CIDAM"

e. Metodología: Son convocados a este programa los terapeutas o fisioterapeutas que laboren actualmente en CIDAM.

- Videos explicativos de las rutinas de ejercicios
- Materiales de lectura y CD de contenido.
- Información de los productos para el adulto mayor de las casas medicas de la Ciudad de Cuenca.
- Ejercicios Prácticos.

f. Actividades

ACTIVIDAD	CARÁCTER	HORAS
Síndromes Geriátricos.	Semi-Presencial	2
Técnicas de Acuaterapia para mejorar trastornos provocados por derrames cerebrales.	Presencial	4
Conocer como la bailo terapia ayuda a mantener motivados a los adultos mayores.	Semi-Presencial	2
Juegos manuales para desarrollar su área motriz.	Semi-Presencial	3
Ejercicio de equilibrio como estrategia para la prevención en las caídas.	Presencial	4
Conocimiento de la última tecnología para la terapia del adulto mayor.	Presencial	2
Examen Final de la Capacitación	Presencial	2
TOTAL		**19 horas**

Tabla 3.6: Capacitaciones del personal del departamento terapéutico del CIDAM
Fuente: Autores

La duración del programa será de dos semanas con un solo horario por la tarde ya que la fisioterapia se la realizara en las mañanas de esta manera esto no interfiere con el desarrollo normal de la atención a los adultos en *CIDAM*.

g. Evaluación

La evaluación se la realizará luego de 6 meses con casos particulares del centro en los que se aplicarán las técnicas aprendidas; haciendo un análisis de los cambios y con una exposición en el siguiente taller.

3.7.2 FODA ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.

3.7.2.1 Análisis interno fortalezas y debilidades

- **Fortalezas**

- ✓ Paquete de precios a disposición de los adultos mayores y familiares.
- ✓ Calidad profesional en el servicio de acompañamiento.
- ✓ Transporte para el traslado del adulto mayor.
- ✓ Actividades de recreación e integración al adulto mayor a la sociedad.
- ✓ Instalaciones agradables, con amplios espacios y áreas verdes.
- ✓ Alianzas con clínicas, farmacias, colegios, universidades.
- ✓ Tecnología adecuada.

- ✓ Personal comprometido.
- ✓ Tiempo y disposición.

- **Debilidades.**

- ✓ Inversiones altas para la implementación y construcción de las instalaciones.
- ✓ Oferta de personal profesional muy escasa en el área analizada.
- ✓ Mensualidad de pago elevada.
- ✓ Posicionamiento no establecido.

3.7.2.2. Análisis externo oportunidades y amenazas.

- **Oportunidades**

- ✓ Personas extranjeros que se jubilan y pasa su edad de adulto mayor en Ecuador.
- ✓ Incremento del mercado.
- ✓ Falta de tiempo en los familiares para el cuidado del adulto mayor.
- ✓ Escasos conocimientos en la atención del adulto mayor de parte de sus familiares.

- **Amenazas**

- ✓ Ingreso de nuevos competidores.

3.7.2.3. FODA Cruzado

FO	DO
Cuidar del adulto mayor con el tiempo y profesionalismo requerido. Brindar terapias físicas y psicológicas con tecnología de punta, inexistente en el hogar.	Ofrecer paquetes completos de cuidado a familias extranjeras, que tiene un ingreso elevado al de la población promedio. Capacitación constante al personal para evitar pérdidas de clientes y dar la entrada a los nuevos.
FA	**DA**
Utilización de nueva tecnología para los servicios que se brinda Ampliar la cartera de servicios.	Baja probabilidad del incremento de la competencia por los altos costos de implementación. Realizar publicidad para que el mercado conozca la trayectoria de *CIDAM* en el mercado

Tabla 3.7: FODA cruzado
Fuente: Autores

3.7.2.4. Análisis de la Industria basado en las cinco fuerzas de Porter.

- **Amenaza de nuevos participantes**

La competencia nueva en el mercado siempre representa un factor importante para cualquier empresa existente; ya que podría significar una disminución de participación en el mercado o la reducción de la rentabilidad del mismo.

Las barreras de entrada son muy significativas para los nuevos participantes ya que se examinan las economías de escala con las cuales una empresa puede reducir sus costos al producir grandes cantidades, por otro lado los requerimientos de capital significan mucho ya que según ese nivel invertido se mide la capacidad que tendrá la nueva empresa para ponerse en marcha y la calidad de sus servicios o productos por ofertar; sin embargo la política es un factor indispensable de analizar ya que su constante cambio podría impedir la apertura de nuevos negocios dedicados a la misma línea; algunas son las barreras de entrada sin embargo la empresa existente sería la encargada de analizar las mismas y determinar posibles estrategias para impedir que este les provea alguna desventaja en el mercado o reste clientes.

Para CIDAM sería innecesario el análisis de este punto ya que su participación en el mercado estaría por darse de manera que este análisis le corresponde a la competencia de CIDAM catalogándolo como amenaza por ser un nuevo competidor y una empresa que se destaca en su línea de servicios y atención al adulto mayor en la Ciudad de Cuenca.

- **Rivalidad entre empresas existentes**

  - **Número de competidores**

En la ciudad de Cuenca existen 17 centros gerontológicos entre públicos y privados, los mismos son evaluados constantemente por el MIES; para la investigación de la competencia de *CIDAM* únicamente se evaluó 4 de éstos, ya que según el modelo de negocio que se quiere emprender son los que más se apegan a estas características. Sin embargo los 17 centros en su totalidad representan la competencia para *CIDAM.*

CENTROS GERONTOLÓGICOS CIUDAD DE CUENCA 2013				
No.	COORDINACIÓN ZONAL	CIUDAD	PROVINCIA	CENTROS
1	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Servicios Sociales para la Tercera Edad
2	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Hogar Miguel León
3	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Gerontológico Santa Teresa de Monay
4	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Geriátrico Nueva Esperanza
5	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Casa del Abuelo
6	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Hogar Cristo Rey
7	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Comunidad Geriátrica Jesús de Nazareth
8	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Hogar Santa Ana
9	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Casa de Acogida Plenitud
10	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Diurno Gerontológico "San José del Vecino"

11	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Residencia Geriátrica San Andrés
12	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Diurno Gerontológico María Reina de la Paz
13	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Diurno Gerontológico "Santa Luisa de Marillac"
14	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Geriátrico María Gracia
15	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Centro Geriátrico Años Dorados
16	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Clínica Y Centro Geriátrica Los Jardines
17	ZONA 6	CUENCA	AZUAY	Casa Hogar de ancianos de Nabón

Tabla 3.8: Centros Gerontológicos Ciudad de Cuenca 2013
Fuente: ORDOÑEZ, Pablo (Servidor Público-MIES); *Base de Datos Centros Gerontológicos Zona 6.*

➢ Características del producto o servicio

CIDAM pone al mercado una residencia de adulto basada en el cuidado diario y no permanencia del adulto mayor para que sus familiares tengan la tranquilidad que su adulto mayor está siendo atendido correctamente a través de profesionales y los adultos mayores no sientan el abandono y desprendimiento total por parte de su familia.

El servicio integra criterios de administración para la creación de una unidad de negocio, la comprensión de la psicología y terapia geriátrica que mejore la salud y cuidado de un adulto mayor. Dentro de nuestra sociedad aún persiste la idea errónea acerca de un asilo, casa hogar o residencia geriátrica, lo que con lleva a generar una inestabilidad en la vida del adulto mayor, el pensar que el estar en un asilo es para cumplir una etapa más de su vida, es por ello que con el centro CIDAM se desea dar una imagen distinta de estos lugares para demostrarle al adulto mayor y a sus familiares que pueden ser bien atendidos por personas alejadas a su familia pero con el mismo amor y cuidado; el centro CIDAM no oferta una residencia permanente, es el cuidado diario para que las personas que atienden de éstos en su residencia; puedan tener la seguridad y tranquilidad de realizar sus actividades diarias o asistir a sus empleos sin la preocupación del porvenir de su familiar.

- **Monto de los costos fijos**

Costos fijos son indispensables en cualquier empresa ya que de eso dependerá el costo de sus productos o servicios de manera que ayuden a cubrir estos gastos incluyendo los variables, de tal modo que después de todo esto aun así exista utilidad.

Los costos fijos de CIDAM como ya se conoce dentro de estos se incluyen los rubros que no dependen de la producción de la empresa es decir es imprescindible su pago incluyéndose generalmente los arriendos y servicios básicos principalmente, entre otros. CIDAM no paga arriendo ya que el terreno será un aporte de un socio accionista, en cuanto a servicios básicos estos dependerán del uso que se dé a las máquinas para ejercitar a los adultos mayores, uso de los equipos electrónicos como computadoras impresoras y televisores del centro, además de los aparatos de línea de blanca como lavadoras, secadoras, cocinas, refrigeradoras que se usen en el centro gerontológicos, sin mencionar el agua y teléfono que se consuma.

- **Capacidad**

CIDAM propone una capacidad instalada de 30 adultos mayores para brindar un servicio integral y personalizado; además por cuestión de colaboradores, enfermeros, psicólogos y terapistas. Mostrando el acogimiento del centro por parte del mercado se podría pensar en aumentar la capacidad instalada para lo cual se comenzaría por la construcción o adquisición de una infraestructura mucho más amplia, seguido de la nueva contratación de personal.

- **Altura de las barreras de salida**

La altura de las barreras de salida para un centro gerontológico no son muy altas; sus equipos de rehabilitación y demás implementos como camas, oxígeno, comedores, cocinas, lavadoras o refrigeradoras; son implementos de fácil venta y rotación en el mercado y además no son implementos especializados o destinados

para una sola industria, por lo cual no se vería un obstáculo en este punto para los nuevos competidores.

- **Amenaza de productos / servicios sustitutos**

Los servicios sustitutos para CIDAM son muchos ya que para el momento son algunos los centros que existen para la atención integral del adulto mayor sean públicos o privados, de igual manera no es difícil que un nuevo centro se ponga en marcha ofreciendo aún más servicios o beneficios que los ya existentes y CIDAM. Por lo general un mercado gira en torno al precio es por lo cual que si un servicio sustituto ofrece lo mismo por menos, será el preferido por los consumidores de esta manera se debe tomar en cuenta especialmente el rango de costos usado por la competencia; ya que muchos de ellos podrían fijar un solo precio por lo cual pueden obligar a su competencia a disminuir los suyos.

Por otro lado para CIDAM se considera una amenaza como ya se mencionó anteriormente, la adquisición de robots para cuidado y ayuda a personas discapacitadas o adultos mayores dependientes, muchos de estos robots son capaces de escuchar órdenes y cumplirlas o de cargar a las personas y llevarlas de un lugar a otro sin problema alguno, como se indicó el problema para la adquisición de este tipo de maquinaria es su elevado costo e importación.
Lo indispensable seria que CIDAM ofrezca un servicio con la misma función, pero de apariencia diferente y que no sea fácilmente sustituible.

- **Poder de negociación de los compradores**

CIDAM se ve afectado por parte de sus clientes en cuanto al precio y su capacidad de aumentarlos o disminuirlos y de esta manera es por la cual se diferenciará de su competencia. Una amenaza que presenta CIDAM es que indiscutiblemente existe la integración hacia atrás por parte de los consumidores es decir que por su propio esfuerzo logren crear el servicio otorgado por CIDAM; tal es el caso del cuidado y atención en casa, sin embargo hay que recordar que CIDAM está especialmente diseñado para personas que necesiten un cuidado diario para su adulto mayor y que por razones de tiempo y por factores económicos no pueda encargarse de él

en casa. Es por lo cual el servicio otorgado por CIDAM debe destacarse por su profesionalidad y atención para el adulto mayor que permita responder a tiempo ante los cambios de salud física o mental de un adulto mayor ya que en casa sería prácticamente imposible realizarlo.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores sobre todo por tema de precios, plazos de entrega y días de cobro; es indispensable fijarlo y más aún CIDAM ya que se necesita contratar proveedores de implementos de aseo, medicinas y pañales; además de los convenios con casas médicas para la compra de aparatos de rehabilitación física. CIDAM se dedica a ofertar servicios es por ello que será su proveedor principal a través de su personal capacitado y experimentado.

Como se mencionó anteriormente es necesario crear alianzas estratégicas con una de las principales cadenas de medicinas de la Ciudad de Cuenca.

Fybeca ofrece un plan de medicación continua con el que puede trabajar inscribiendo en su programa a los 30 usuarios de CIDAM de manera que su medicación este cubierta de acuerdo a sus necesidades y estado de salud y subministrada a tiempo, se pretende establecer un convenio de entrega y venta con Fybeca, además se puede realizar un convenio de afiliación al Club de Años Dorados obteniendo descuento adicional en sus medicinas.

Para los proveedores de los aparatos ortopédicos Casa Medica es una de las empresas con las que se pretende realizar alianzas ya que ofrece gran cantidad de variedad en aparatos de rehabilitación y equipos especializados a precios accesibles.

CIDAM considera que la posibilidad de negociar con los proveedores no es complicado; ya que existen algunos proveedores de los implementos necesarios, es por ello que tiene como opción escoger a uno entre algunos, de haber un monopolio sería muy complicado ya que de esa manera el proveedor fija el precio

y no se tiene más opción que establecer una negociación poco conveniente para CIDAM.

3.7.2.5. Análisis de la cadena de valor.

- **Actividades de Apoyo**

  - **Infraestructura de la Empresa**

CIDAM ha creado un layout o diseño de planta idóneo para la utilización, cuidado y confort de sus clientes, se posee un terreno asimétrico de 488,25 m^2; el cual será construido en su totalidad, constando por un Área Administrativa, Departamento de Fisioterapia, Departamento Psicológico, Farmacia, Bodegas, Cocina, Comedor, Baños, Piscina, Parqueadero, entre otros. Estas dependencias están estratégicamente divididas para aprovechar de mejor manera el terreno y la comodidad de sus usuarios.

  - **Administración de Recursos Humanos**

El área administrativa de *CIDAM* está diseñada para que los requerimientos de los usuarios y del centro; de manera que sean atendidos de una manera rápida y eficaz, o de ser necesario sea comunicado inmediatamente a los accionistas para que se tomen cartas en el asunto. Lo que se desea logar es no tener ni un solo cliente insatisfecho o molesto con los servicios por desatención u otros factores, es por ello que se han elegido a las personas idóneas para trabajar en esta área.

Por otro lado, el personal de fisioterapia, psicología y recreación se encuentra totalmente capacitado para atender las diferentes dolencias de los pacientes y lograr superarlas a través de la terapia adecuada para cada uno.

➢ Desarrollo de la Tecnología

Se sabe que un profesional debe crecer constantemente por eso se ha diseñado diferentes programas de capacitación para que estén siempre a la vanguardia del conocimiento y tecnología de ser necesario.
El área administrativa tanto como el de terapias físicas, psicológicas y de atención se los involucra con el día a día de los adultos mayores y se buscará nuevos mecanismos que superen muchas de sus exigencias de servicio o salud; de manera que *CIDAM* no solo se catalogue como una buena empresa sino como un modelo de negocio a seguir por su calidad y efectividad de procesos emprendidos con su personal y atención a usuarios.

Por parte de los aparatos de terapias se hará una investigación periódica de los avances para el cuidado del adulto mayor, de ser posible *CIDAM* estará al día con los implementos para el cuidado de los adultos mayores.

➢ Compras y Abastecimiento

El abastecimiento de medicinas e implementos de aseo para CIDAM se lo realizará en base a los plazos de entrega de los proveedores según las exigencias de los usuarios los mismos se estimarán llevando a cabo un estricto ciclo de manejo físico de implementos, medicinas y alimentos.

De manera que se fijen los plazos y especificaciones de los productos a adquirir basados en la evaluación previa del adulto mayor ya sea: médica o nutricional.

Además *CIDAM* debe realizar un presupuesto enfocado en el abastecimiento del centro, o analizar en sí la manera de que los proveedores otorguen créditos necesarios y oportunos para cada ciclo de entrega y reposición de utensilios y alimentos para el adulto mayor de *CIDAM*.

- **Actividades Primarias**

  - **Logística de Entrada**

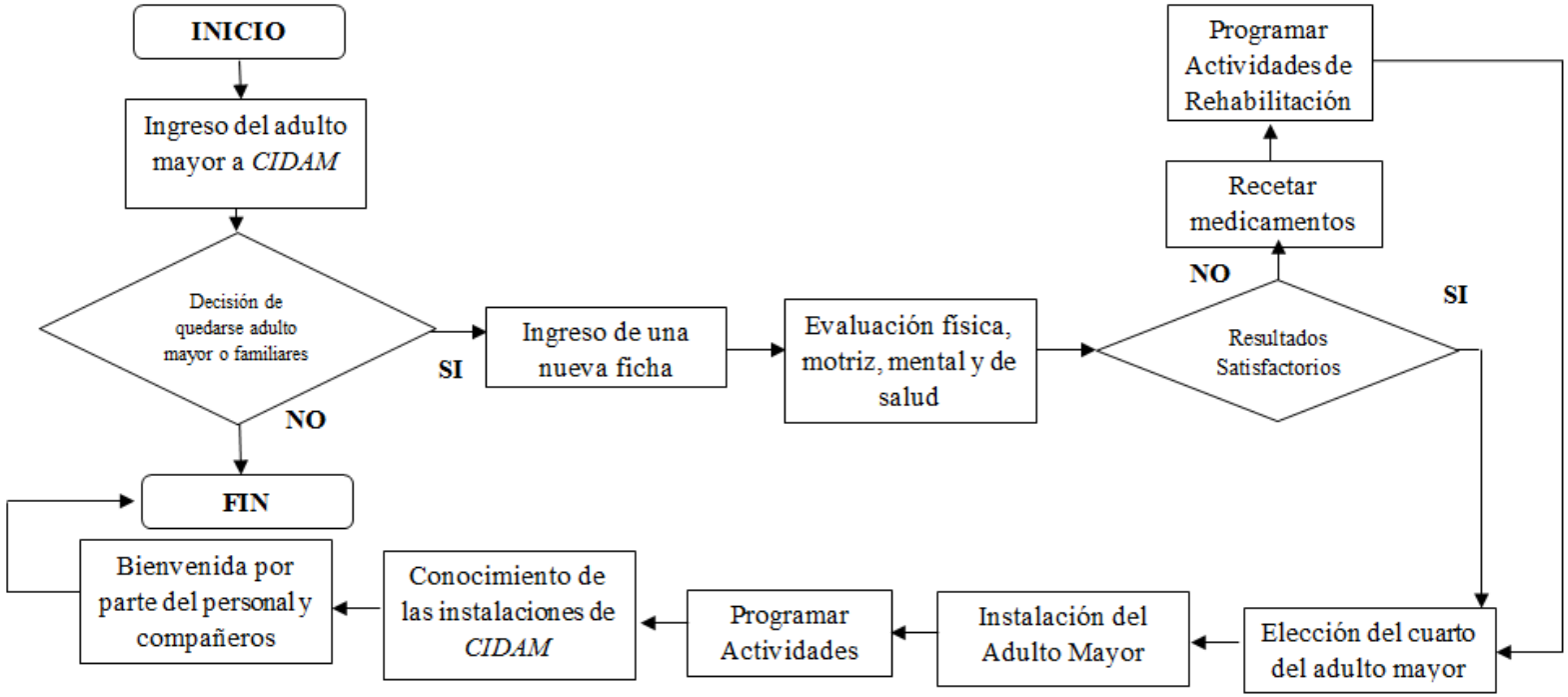


Figura 3.10: Diagrama de flujo de CIDAM
Fuente: Autores

- **Operaciones**

Las operaciones de *CIDAM* engloba los servicios que prestan; es decir implica responder oportunamente a las sugerencias o requerimientos de los clientes los cuales se atenderán a tiempo; no dejando de lado ningún detalle sin atención de modo que el cliente además de ser feliz esté satisfecho y complacido de manera que llegar a *CIDAM* más que un cuidado diario sea un nuevo hogar, donde su estancia es placentera y segura.

- **Marketing y Ventas**

CIDAM aparte de ser una empresa para el cuidado del adulto mayor día a día pretende posicionarse en el mercado como un modelo de negocio es por ello que recurrir constantemente a la publicidad, promoción y desarrollar un grupo de fuerzas de ventas de manera que día a día el mercado conozca más acerca de *CIDAM* y lo que ofrece, ya que bajo el cumplimiento de las estrategias de posicionamiento planteadas y estrategias de la empresa se pueda completar la capacidad instalada y porque no difundirnos a más ciudades o construir mayores instalaciones de cuidado.

- **Post venta**

CIDAM como personal de contacto se divide en dos partes; a las personas que acudan al centro para adquirir información puede contactarse con el Gerente General, el cual es el encargado y responsable de la empresa

A pesar que *CIDAM* atienda oportunamente los requerimientos de sus usuarios es complicado que todos estén satisfechos o posean el mismo concepto del centro es por ello que se debe contribuir a crear un personal constante de contacto que evalúe en cierto modo la satisfacción del adulto mayor con *CIDAM* de manera que si no se encuentra feliz buscar una manera diferente de hacerlo y complacerlo.

3.8. Plan de Marketing

3.8.1. Desarrollo de Marca

Para el desarrollo de marca *CIDAM* se deben seguir algunos pasos para su consecución y desarrollo a continuación la aplicación de los mismos:

- **Personajes**

Para *CIDAM* se ha escogido como personaje más indicado para dar a conocer la nueva empresa al Gerente General de *CIDAM*, ya que se considera que es el idóneo para ser el emisario de la información que requieren los clientes y familiares, ya que se considera que es una persona capaz y con la experiencia suficiente para llevar a cabo este tema.

- **Música**

Se ha pensado para el espacio publicitario por radio y televisión de *CIDAM* que la música más apropiada es la música instrumental; al ser una residencia de adultos mayores se pretende idealizar en los clientes y familiares que *CIDAM* brinda paz y armonía a sus residentes, es por ello que se cree que este tipo de música es la mejor al mismo tiempo que ofrece un mensaje positivo demostrando seriedad a la propuesta.

- **Colores**

Determinar los colores del logo de *CIDAM* es indispensable, puesto que además de demostrar marca y prestigio, se debe subjetivamente expresar seriedad y confianza. Es por ello que se ha escogido como colores básicos: el blanco[52] que significa seguridad, pureza y limpieza relacionadas directamente con la salud, por lo que su uso aporta purificación de la mente en altos niveles; y el siguiente color escogido es

[52] AUTOR DESCONOCIDO; *"El Significado de los Colores- Tabla de Propiedades de los Colores";* www.webusable.com/coloursMean.htm

el azul[53] ya que simboliza verdad, serenidad, sinceridad y responsabilidad que son valores fundamentales que *CIDAM* quiere transmitir a sus usuarios de manera que este color tranquiliza la mente y disipa los temores.

3.8.1.1. Fuente del Mensaje

Se analizado la propuesta con la *CIDAM* quiere darse a conocer y se cree que el medio más adecuado y propicio para difundirse es el medio externo como:

- **Medio Externo**

- Periódicos Locales – Mercurio, El Tiempo, Diario La Tarde
- Cuñas de Radio- Radio La Voz del Tomebamba.
- Cuñas televisivas en Canales Locales - Unsión Televisión, Telerama
- Visitas a Médicos Gerontólogos y Geriátricos de la Ciudad de Cuenca para promocionar a *CIDAM.*
- Crear un blog que informe acerca de los servicios y de experiencias de los próximos clientes del centro.
- Correos electrónicos escogidos al azar de una base de datos para personas con características similares al mercado objetivo o de sus familias.

- **Experto**

Se considera que el experto para dar a conocer a *CIDAM* y sus servicios, son los creadores del mismo en este caso los autores de este trabajo de investigación, ya que al haber realizado este compendio son los más acertados para dar a conocer a fondo el objetivo de la empresa y su funcionamiento en el mercado.

[53] AUTOR DESCONOCIDO; "*El Significado de los Colores- Tabla de Propiedades de los Colores";* www.webusable.com/coloursMean.htm

- **Consumidor**

Como se ha venido explicando a lo largo del trabajo los principales consumidores de estos servicios serán los adultos mayores a partir de los 75 años de edad hasta los 95 años de edad de la Ciudad de Cuenca que necesiten de un cuidado integral diario por diferentes motivos y razones familiares no lo pueden realizar en casa. Estos mismos difundirán en su futuro la eficiencia de los servicios otorgados los que ayudará a *CIDAM* a posicionarse dentro del mercado de una manera más rápida.

- **Representante de la Empresa**

El representante legal de *CIDAM* será el Gerente General, el mismo que tendrá la responsabilidad de enfrentar las situaciones a las que *CIDAM* este expuesto; de la misma manera será el encargado de llevar las sugerencias de usuarios y empleados al grupo de accionistas y de velar por un continuo mejoramiento y crecimiento de la empresa para así liderar a su empresa y llevarla al éxito.

- **Fuente Afectiva**

La fuente afectiva la desarrolla en este caso son las familias interesadas por velar por la tranquilidad y cuidado de sus seres queridos, que confían en *CIDAM* como el medio para realizar dicho propósito y contribuir así a una asistencia profesional que integra al adulto mayor no a ser mejores personas; sino a adaptarse mejor a sus años dorados.

- **Slogan**

CIDAM usará su slogan como un medio de anclaje de la marca para dejar huella en la memoria de los usuarios, un slogan que permita al consumidor tener la curiosidad de conocer *CIDAM* y que de esta manera se apegue a su calidad de servicio por medio de un buen mensaje. El slogan escogido para *CIDAM* es:

"CIDAM un lugar como en casa"

- **Logo**

- **Blog**

Para usuarios e interesados acerca *CIDAM* virtualmente se ha creado un sitio web a manera de blog que comprende en cierta manera el objetivo del centro en el mercado y sus vías de contacto con el mismo. Está disponible en: http://cidamcue.wix.com/cidam

3.8.1.2. Anuncios por medios

CIDAM ha escogido que sus medios de difusión sean señales de radio locales como La Voz del Tomebamba, canales de televisión como Telerama y Unsión Televisión; además de publicidad en diarios locales como Diario El Tiempo y Diario El Mercurio ambos de la Ciudad de Cuenca. El logo y slogan son escogidos por

CIDAM como empresa, mientras tanto que se hará participe de las decisiones de audio y video al personal de radio, televisión o diario con el que se trabaje por su experiencia en el tema de publicidad de medios.

Los estilos de mercadeo que se usarán en *CIDAM* estarán dirigidos a los clientes ya que ellos son los que consumirán estos servicios y de entre ellos se sectorizaran los clientes actuales y potenciales consumidores de servicios *CIDAM.*

- **Publicidad escrita**

3.8.1.3. Costos de Medios de Publicidad

- **Canales de Televisión Local**

TELERAMA[54]

TARIFARIO JUNIO 2013			
LUNES A VIERNES			
HORA	PROGRAMAS	30"	60"
08H00	NOTIMUJER	$ 317,00	
12H45	TELERAMA NOTICIAS	$ 495,00	
19H00	TELERAMA NOTICIAS		$ 1.650,00

TARIFARIO JUNIO 2013			
SÁBADO			
HORA	PROGRAMAS	30"	60"
19H30	SÁBADO GIGANTE	$ 519,00	

TARIFARIO JUNIO 2013			
DOMINGO			
HORA	PROGRAMAS	30"	60"
08H30	TVENTAS	$ 0	
15H00	ASI SE HACE ECUADOR	$ 418,00	

UNSION TV[55]

CUÑAS O SPOTS PUBLICITARIOS UNSION TV 2013			
ESPACIO	HORARIOS	TARIFAS CUENCA/NACIONAL	PORTA CUÑA
AAA	18H30 A 22H00	$ 150 y $180	PYMES $12

- **Diarios Locales**

Diario El Tiempo[56]

TAMAÑO	DIMENSIONES	COSTO POR CADA AVISO	DÍAS
¼ de página	14,60 cm ancho por 26,22 cm de alto	$ 521,10	LUNES A SÁBADO
¼ de página	14,60 cm ancho por 26,22 cm de alto	$ 625,20	DOMINGO

[54] Datos Obtenidos: Daniela Arce- *Asesora de Telerama*
[55] Datos Obtenidos: Nathy García- *Asesora de Publicidad de Unsion TV*
[56] Datos Obtenidos: *Asesores de Diario El Tiempo*

Diario El Mercurio[57]

TARIFAS 2013				
SECCIÓN	**DÍAS**	**COSTO**	**MÓDULOS**	**COSTO TOTAL**
Indeterminada	Ordinarios	$ 18,00	2 mód. Ancho por 2 mód. alto 9,6 cm. x 10 cm.	$ 129,60 por cada anuncio
	Festivos	$ 21,00	2 mód. Ancho por 2 mód. alto 9,6 cm. x 10 cm.	$ 129,60 por cada anuncio.

- **Radios Locales**

La Voz del Tomebamba [58]

TARIFAS		
SPOT	**ROTATIVOS**	**INFORMATIVOS / DEPORTIVOS**
30 segundos	$ 4,20	$ 9,80
45 segundos	$ 5,25	$ 12,15
60 segundos	$ 6,60	$ 14,00

1. Precios detallados no incluyen I.V.A.
2. La publicidad puede difundirse de lunes a domingo.
3. Si el cliente escoge el horario de transmisión, se recargará a la tarifa un 20% adicional.

3.8.2. Marketing Estratégico 4 P´s

3.8.2.1. Producto

CIDAM pone a disposición un modelo de negocio orientado al servicio de la población adulta mayor de la Ciudad de Cuenca desde 75 años hasta 95 años, se propone instituir una modalidad moderna de cuidado y atención al adulto mayor que provee tranquilidad y confort a usuarios y familiares.

[57] Datos Obtenidos: Adrian Cevallos *Asesor Diario El Mercurio*
[58] Datos Obtenidos: *Sitio Web Radio La Voz del Tomebamba*-www.lavozdeltomebamba.com/Tarifas.aspx

- **Características**

Este servicio comprende el cuidado diario del adulto mayor incluyendo terapias físicas y psicológicas, transporte, medicina, alimentación y recreación, con lo que se pretende que el adulto mayor se sienta incluido en la sociedad y en el entorno familiar de manera que no sienta soledad y abandono y su vida siga siendo igual de plena.

PROGRAMA DE CIDAM (CUIDADO DIARIO)	
HORARIO	ACTIVIDADES
7:00 am	Recorrido CIDAM
8:00 am	Ingreso del Adulto Mayor
8:30 am	Salón TV
10:00 am	Refrigerio
12:30 pm	Almuerzo
2:00 pm	Terapia Motriz u Ocupacional
4:00 pm	Refrigerio
5:30 pm	Salida del Adulto mayor

PROGRAMA DE CIDAM (ESTANCIA PERMANENTE)	
HORARIO	ACTIVIDADES
6:00 am	Despertar a los adultos mayores
6:30 am	Aseo Diario
7:30 am	Desayuno
11:00 am	Refrigerio
12:30 pm	Almuerzo
2:00 pm	Terapia Motriz u Ocupacional
4:00 pm	Refrigerio
5:00 pm	Misa
7:00 pm	Merienda
8:30 pm	Descanso

En ambos casos se incluyen:

- Días lunes-miércoles y viernes las terapias físicas en horario de 09:00 de la mañana para residentes, y 2:00 pm para cuidado diario.
- Cada 15 días terapias psicológicas los días Martes.
- Atención médica general, días Martes y Jueves.
- Atención médica especializada, día Miércoles.

Atributos

A pesar que el cuidado de un adulto mayor fuera de casa no es habitual se ha investigado que es necesario para algunas familias, que por el hecho de sus actividades diarias no pueden cuidar de un adulto mayor. El servicio brinda beneficios similares a los de la competencia; sin embargo se puede decir que es diferente ya que se ofrece un cuidado que no desprenda al adulto de su familia más bien lo incluye en un ambiente social con personas de su mismo grupo de edad y cada tarde retorne a su hogar sintiendo su estado de pertenencia y preocupación de sus familiares.

- **Marca**

CIDAM no es una marca establecida dentro del mercado cuencano ya que es una nueva oferta, es por ello que se desarrolló un estudio de mercado para analizar su aceptación en el mismo con una propuesta avalada bajo el MIES de acuerdo a su funcionamiento, *CIDAM* se introduce fuertemente en el mercado por la calidad y profesionalidad del personal con el que se va a trabajar y prestar sus servicios.

3.8.2.2. Precio

El precio con el que *CIDAM* pretende introducirse al mercado se ha convenido de acuerdo a la investigación de mercado los mismos serán moldeados según los resultados obtenidos sin embargo se ha propuesto precios que oscilan entre $ 35 dólares diarios para cuidado diario ocasional, y $ 600 dólares mensuales para

cuidado diario permanente del adulto mayor que incluye todos los beneficios antes mencionados.

La variable de precio es muy significativa y sensible en el mercado, sin embargo cuando un precio es alto se asocia con la calidad, si *CIDAM* eleva sus preciosa le servirían para cubrir mejores servicios y así obtener rentabilidad a través de un mayor número de personas satisfechas y atendidas.

3.8.2.3. Plaza

CIDAM ha escogido como plaza la Ciudad de Cuenca y a su parroquia San Joaquín, dentro del terreno ofrecido por uno de los socios accionistas se construirá un centro gerontológico con las especificaciones necesarias y estrictas para su funcionamiento. Se ha escogido este sector ya que en su mayoría se emplazan en este sector son agricultores; en primer lugar es un sitio no contaminado y es de vital importancia ya que se realizaran actividades de recreación e integración al aire libre lo que permitirá que se las ejecute con mayor facilidad; además es un lugar que ofrece tranquilidad que es idónea para las actividades diarias. Se ha analizado el *PDOT* de San Joaquín y no existen restricciones para su construcción ya que no es una actividad de producción contaminante.

Es una parroquia alejada del centro de la ciudad pero *CIDAM* contará con transporte diario para la movilización de los adultos mayores hasta las instalaciones del centro, por lo cual sería un elemento secundario la distancia de *CIDAM*.

Se podría decir que *CIDAM* contará con una venta directa, ya que la distribución del servicio posee una característica de inseparabilidad del usuario y su cuidado, siendo *CIDAM* el proveedor principal y directo, sus psicólogos, médicos y colaboradores brindaran su servicio al adulto mayor sin intermediarios satisfaciendo sus necesidades.

3.8.2.4. Promoción

En cuanto a la promoción *CIDAM* va a promover sus servicios a través de la publicidad de manera pagada en radios y canales de televisión de la Ciudad de Cuenca de manera que muestre su seriedad en la consecución de los servicios.

Se podría contar también con una promoción de ventas, esta puede incluir un servicio de comunicación boca-oreja estimulando así a los demás clientes a confiar en *CIDAM* y su servicio; de otra manera se puede ofrecer descuentos a los 10 primeros usuarios de *CIDAM* por un tiempo determinado.

Los consumidores son claves para las decisiones de obtener determinado servicio y más cuando estos son intangibles, es por ello que la calidad del servicio es clave para el consumo del mismo.

Las ventas personales ayudarán a *CIDAM* a mejorar las relaciones con los clientes y hacer que las compras de paquetes de cuidado sean aún más fáciles, con todas estas pautas se es menos complicado ingresar al mercado cuencano publicitándose y haciendo más y mejores las propuestas de creación del centro.

3.8.3. Análisis del Ciclo de Vida de *CIDAM*

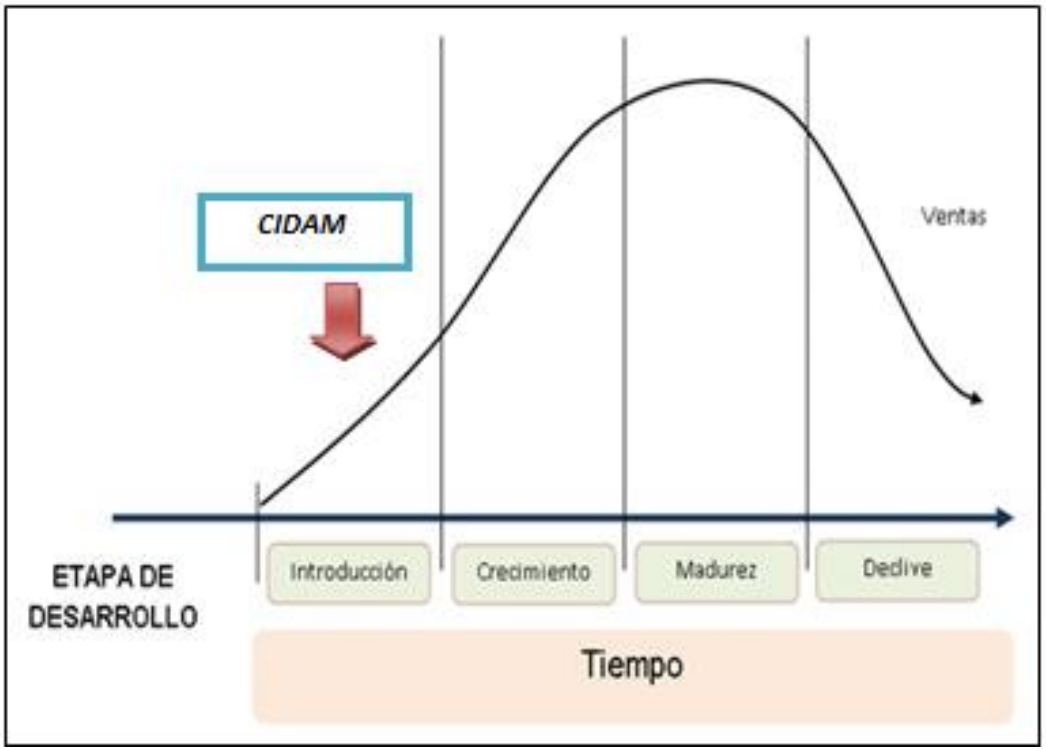


Figura 3.11: Ciclo de Vida del Servicio/Producto
Fuente: ENRIQUEZ, Ricardo, Administración Moderna, 2012/05/18, http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/05/ciclo-de-vida-de-un-producto.html

En toda empresa se debe analizar el ciclo de vida de sus productos o servicios y determinar si en qué etapa se encuentra y tomar las medidas necesarias para afrontarlo como se debe.

En el caso de *CIDAM* es un nuevo servicio que se ofrece al mercado cuencano, por lo tanto se ubica dentro de la primera etapa de introducción, es por ello que la etapa de iniciación es una de las más costosas para toda empresa; ya que se deben diseñar estrategias de penetración en el mercado en donde se incluirá la publicidad por radio y televisión, capacitación a la fuerza de ventas, conocer los posibles canales de distribución y realizar los contratos de entrega y plazos.

Es una etapa en donde las ventas de paquetes de servicios de *CIDAM* serán bajas ya que es una empresa joven y no conocida en esta industria, existen pocos competidores como las que ya hemos analizado del sector privado en donde analizando sus fortalezas y debilidades, *CIDAM* aprovecha sus oportunidades y evita

o elimina las amenazas; mejorando así los servicios ofrecidos por ellos y dando mejores opciones a los usuarios.

Además se debe tener en cuenta que el tiempo inicial es un periodo de recuperación de inversión, más que de utilidades ganadas ya que según lo que se haya invertido se debe recuperar o al menos las utilidades serán escasas.

CIDAM propone realizar promoción de su servicio sin embargo se debe recordar que su objetivo es informar para que de manera rápida y esperada se llegue a la etapa del crecimiento y se posicione la marca en el mercado, de manera que los usuarios demuestren su lealtad y que *CIDAM* se diferencia en un mercado creciente.

3.8.4. Análisis de la Matriz BCG (Boston Consulting Group) del Servicio

Figura 3.12: Matriz Boston Consulting Group
Fuente: GALLERANO, María, Modelo BCG para el análisis de la mezcla de productos, 2010/07/10, http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2010/07/modelo-bcg-para-el-analisis-de-la.html

Cuando se analiza la matriz BCG y se aplica en el modelo de negocio de *CIDAM* se puede decir es un servicio de interrogación, ya que posee una baja participación en el mercado pero con tasas altas de crecimiento en el mercado.

Al ser un nuevo servicio *CIDAM* requiere de una gran cantidad de recursos para incrementar su participación en el mercado y penetrar en el mismo. Esta etapa del servicio en la matriz es preocupante ya que determina un éxito o fracaso, es decir que de acuerdo a la investigación de mercado realizada *CIDAM* apunta perfectamente a ser un servicio estrella.

Por ser interrogante este servicio se demanda demasiado efectivo y se obtiene bajo retorno del mismo, se debe saber cuándo *CIDAM* debe invertir o dejar de lado una nueva opción por no ir al declive tan inesperado.

CIDAM debería crear una estrategia que le permita ofrecer calidad superior a la de sus competidores, un mejor servicio al adulto mayor, ofrecer más beneficios o en todo caso ofrecer costos mucho más bajos para compensar la ventaja de la competencia en el mercado. Como elaborar estrategias que permitan que el cliente o la familia del mismo sientan total apego y confianza a *CIDAM* de manera que no duden en un solo momento de la ayuda que les brinda y de usar estos servicios.

3.8.5. Amplitud, Longitud y Profundidad de los Servicios de CIDAM

3.8.5.1. Amplitud

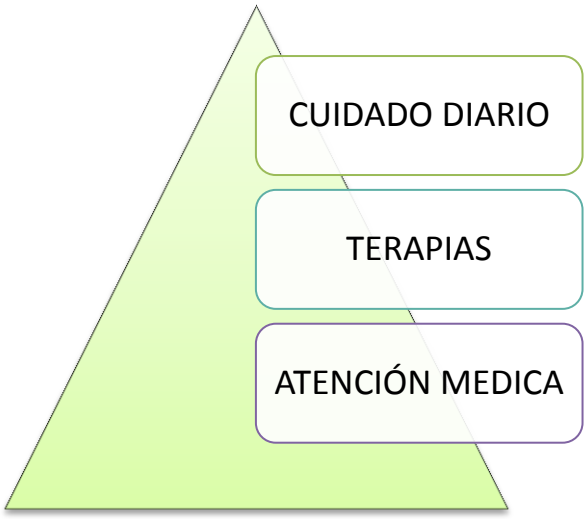


Figura 3.13: Amplitud de los Servicios de *CIDAM*
Fuente: Autores

3.8.5.2. Longitud

Tabla 3.9: Longitud de los Servicios de *CIDAM*
Fuente: Autores

3.8.5.3. **Profundidad**

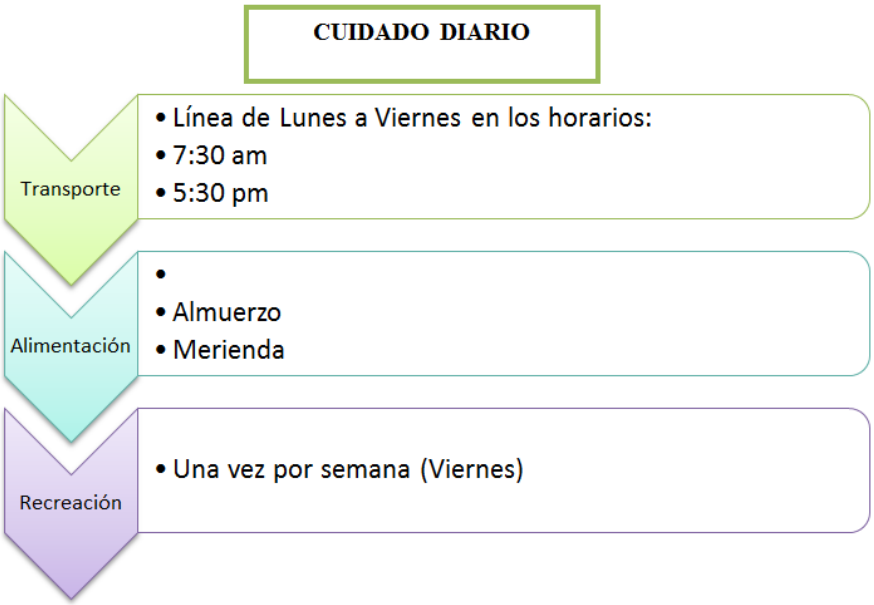


Figura 3.14: Cuidado Diario
Fuente: Autores

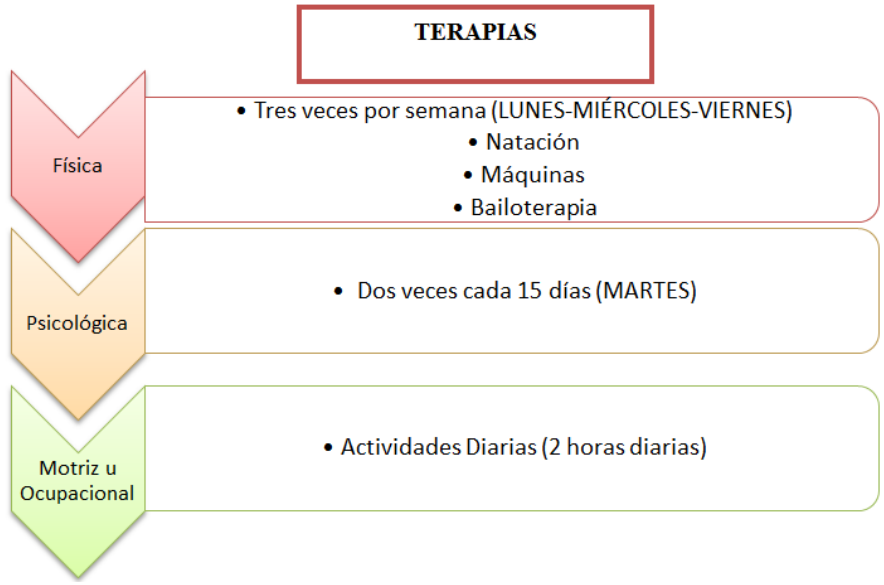


Figura 3.15: Terapias
Fuente: Autores

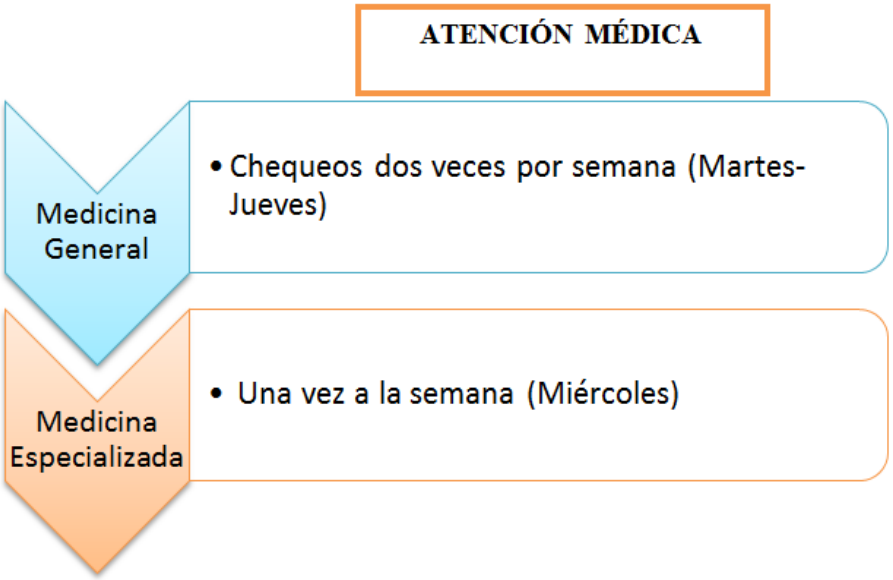


Figura 3.16: Atención Médica
Fuente: Autores

3.9. Rentabilidad de la empresa

3.9.1. Plan de Inversiones

Con la finalidad de optimizar los recursos, CIDAM realizó un detalle de las inversiones necesarias, con ello se podrá obtener una efectividad en todas las inversiones, y permitir conocer cada uno de los rubros de manera óptima. Todas estas inversiones son necesarias para iniciar con pie derecho el centro CIDAM. Para la

construcción de la infraestructura de CIDAM se consideró el precio por metro cuadrado vigente en la cámara de la construcción.

CIDAM **PLAN DE INVERSIONES**

CONCEPTO	COSTO
TERRENO	$ 130,000
CONSTRUCCION EMPRESA	$ 187,976
VEHICULO	$ 18,000
EQUIPOS DE COMPUTACION	$ 7,500
MUEBLES Y ENSERES	$ 17,301
EQUIPOS DE FISIOTERAPIA	$ 9,513
EQUIPOS DE MOTRICIDAD	$ 780
EQUIPOS DE CLINICA	$ 11,804
EQUIPOS DE LINEA BLANCA	$ 10,108
CONSTITUCION EMPRESA	$ 600
PUBLICIDAD	$ 4,699
GASTOS PUESTO EN MARCHA	$ 400
ASESORIA LEGAL	$ 1,000
CAPITAL DE TRABAJO	$ 29,541
IMPREVISTOS (1% INVERSION)	$ 4,258
TOTAL	$ 433,480

---------->

	Área terreno	Precio m2	Acabados	Total Precio
Construcción m2	488.25	$ 335	$ 50	$ 385

Figura 3.17: Plan de Inversiones CIDAM.
Fuente: Autores

3.9.2. Proyección de los ingresos y costos.

CIDAM contará con ingresos directos e indirectos, que ayudará a cubrir sus costos totales, brindando las comodidades a los adultos mayores.

Ingresos Directos._ son los rubros de acuerdo a los tipos de paquetes que el adulto mayor necesite o solicite.

Ingresos Indirectos._ al contar con la infraestructura y personal con experiencia, se podrá realizar consultas y terapias; para generar más fuentes de ingreso, y poder obtener más recursos para satisfacer a nuestros adultos mayores.

Se determinó cada uno de los costos variables para la empresa, con la finalidad de optimizar los recursos y poder generar una rentabilidad para la empresa.

Los costos y precios para el funcionamiento de CIDAM; aumentarán cada año, de acuerdo al promedio de inflación en caso de existir una variación en crecimiento, de lo contrario se evaluaran únicamente los costos internos de CIDAM con el fin de tener una estabilidad en la empresa.

		AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
INGRESOS DIRECTOS	CUIDADO DIARIO	CLIENTES	PRECIO	INGRESO	CLIENTES	PRECIO	INGRESO	CLIENTES	PRECIO	INGRESO	CLIENTES	PRECIO	INGRESO	CLIENTES	PRECIO	INGRESO
	PAQUETE A MENSUAL	19	750	$ 171,000	21	772.5	$ 194,670	23	795.7	$ 219,606	25	819.5	$ 245,864	27	844.1	$ 273,499
	PAQUETE B DIARIO	0	0	$ 0	0	0	$ 0	0	0.0	$ 0	0	0.0	$ 0	0	0.0	$ 0
	ESTANCIA PERMANENTE															
	PAQUETE AAA	0	0	$ 0	0	0	$ 0	0	0.0	$ 0	0	0.0	$ 0	0	0.0	$ 0
	PAQUETE AA	5	900	$ 54,000	8	927	$ 88,992	12	954.8	$ 137,493	15	983.5	$ 177,022	15	1013.0	$ 182,332

INGRESOS INDIRECTOS	SERVICIOS INDIRECTOS															
	PSICOLOGO	5	20	$ 1,200	6	22	$ 1,584	7	24.0	$ 2,016	8	24	$ 2,304	9	25	$ 2,700
	TERAPIAS	5	20	$ 1,200	6	22	$ 1,584	7	24.0	$ 2,016	8	24	$ 2,304	9	25	$ 2,700

	INFLACION PROMEDIO 2013
AÑO 2	3%
AÑO 3	3%
AÑO 4	3%
AÑO 5	3%

Figura 3.18: Ingresos CIDAM.
Fuente: Autores

COSTOS VARIABLES INDIRECTOS/OPERATIVOS

MATERIALES ADMINISTRATIVOS (INSUMOS)					
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
PERFORADORA	UNIDAD	2	$ 1.50	$ 3	$ 0
GRAPADORA	UNIDAD	2	$ 1.50	$ 3	$ 0
RESMA A4	UNIDAD	4	$ 3.24	$ 13	$ 156
GRAPAS	CAJA	1	$ 2.00	$ 2	$ 24
CLIPS	CAJA	1	$ 0.50	$ 1	$ 6
CARTUCHOS DE IMPRESORA	UNIDAD	1	$ 17.00	$ 17	$ 204
PAPEL MANOS	CAJA	1	$ 3.23	$ 3	$ 39
JABON MANOS	LITRO	1	$ 3.80	$ 4	$ 46
TOTAL				$ 45	$ 474

AÑO 2			3%		$ 488.57
AÑO 3			3%		$ 503.72
AÑO 4			3%		$ 519.33
AÑO 5			3%		$ 535.43

MATERIALES DE SERVICIO (INSUMOS)					
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
GUANTES DE LATEX	UNIDAD	1	$ 1.31	$ 1	$ 16
BATAS	UNIDAD	2	$ 8.00	$ 16	$ 0
DETERGENTE	UNIDAD	2	$ 10.00	$ 20	$ 240
QUÍMICOS PARA LIMPIEZA	UNIDAD	3	$ 3.40	$ 10	$ 122
CEPILLOS	UNIDAD	2	$ 4.50	$ 9	$ 108
TOALLAS PERSONALES	UNIDAD	30	$ 9.89	$ 297	$ 3,560
JABON PARA MANOS	LITRO	1	$ 3.80	$ 4	$ 46
TOTAL				$ 357	$ 4,092

AÑO 2			3%		$ 4,218.98
AÑO 3			3%		$ 4,349.76
AÑO 4			3%		$ 4,484.61
AÑO 5			3%		$ 4,623.63

Figura 3.19: Costos CIDAM.
Fuente: Autores

SERVICIOS CLINICA (INSUMOS)					
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
PAÑALES	PAQUETE	60	$ 15.00	$ 900	$ 10,800
BIDEL	UNIDAD	15	$ 3.00	$ 45	$ 0
TERMOMETROS	UNIDAD	5	$ 1.50	$ 8	$ 45
MASCARILLAS	CAJA	3	$ 1.76	$ 5	$ 63
GUANTES	CAJA	5	$ 9.80	$ 49	$ 588
PAÑOS HUMEDOS	CAJA	3	$ 4.80	$ 14	$ 173
ALGODÓN	CAJA	1	$ 1.00	$ 1	$ 12
ALCOHOL	LITRO	1	$ 0.80	$ 1	$ 10
GASAS	CAJA	1	$ 0.50	$ 1	$ 6
CURITAS	CAJA	1	$ 1.00	$ 1	$ 12
MEDICINA	UNIDAD	30	100	$ 30	360
TOTAL				$ 1,054	$ 12,069

COSTOS DE OPERACIÓN		
CONCEPTO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
AGUA	$ 200	$ 2,400
ENERGIA ELECTRICA	$ 150	$ 1,800
TELEFONO	$ 80	$ 960
INTERNET/CABLE	$ 90	$ 1,080
CONBUSTIBLE VEHICULO	$ 1,300	$ 15,600
TOTAL	$ 1,820	$ 21,840

AÑO 2			3%		$ 12,442.89
AÑO 3			3%		$ 12,828.62
AÑO 4			3%		$ 13,226.31
AÑO 5			3%		$ 13,636.32

ALIMENTACION					
CONCEPTO		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
					0
REFRIGERIO		30	$ 0.50	$ 450	$ 5,400
ALMUERZO		30	$ 2.50	$ 2,250	$ 27,000
REFRIGERIO		30	$ 0.50	$ 450	$ 5,400
TOTAL				$ 3,150	$ 37,800

AÑO 2			3%		$ 38,971.80
AÑO 3			3%		$ 40,179.93
AÑO 4			3%		$ 41,425.50
AÑO 5			3%		$ 42,709.69

Figura 3. 20: Costos CIDAM.
Fuente: Autores

3.9.3. Flujos de efectivo.

Los flujos de efectivo se proyectaron a 5 años, con la finalidad de tener una idea clara del comportamiento de los ingresos/costos-gastos anualizados. A través de ello se facilitaran la toma de decisiones con la única finalidad de mejorar cada día más y brindar más comodidades al adulto mayor. El flujo de efectivo generará en CIDAM una vista clara de cómo se encuentra la liquidez en la empresa.

CIDAM	PROYECCION DE FLUJOS DE EFECTIVO					
RUBROS/AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	$ 0	$ 227,400	$ 286,830	$ 361,131	$ 427,493	$ 461,231
Paquetes precios Diario		$ 171,000	$ 194,670	$ 219,606	$ 245,864	$ 273,499
Servicios Indirectos (Psicología)		$ 1,200	$ 1,584	$ 2,016	$ 2,304	$ 2,700
Servicios Indirectos (Terapia)		$ 1,200	$ 1,584	$ 2,016	$ 2,304	$ 2,700
Paquetes precios Estancia		$ 54,000	$ 88,992	$ 137,493	$ 177,022	$ 182,332
EGRESOS	$ 433,480					
INVERSION						
TERRENO	$ 130,000					
CONSTRUCCION EMPRESA	$ 187,976					
VEHICULO	$ 18,000					
EQUIPOS DE COMPUTACION	$ 7,500					
MUEBLES Y ENSERES	$ 17,301					
EQUIPOS DE FISIOTERAPIA	$ 9,513					
EQUIPOS DE MOTRICIDAD	$ 780					
EQUIPOS DE CLINICA	$ 11,804					
EQUIPOS DE LINEA BLANCA	$ 10,108					
CONSTITUCION EMPRESA	$ 600					
PUBLICIDAD	$ 4,699					
GASTOS PUESTO EN MARCHA	$ 400					
ASESORIA LEGAL	$ 1,000					
CAPITAL DE TRABAJO	$ 29,541					
IMPREVISTOS (1% INVERSION)	$ 4,258					

CIDAM

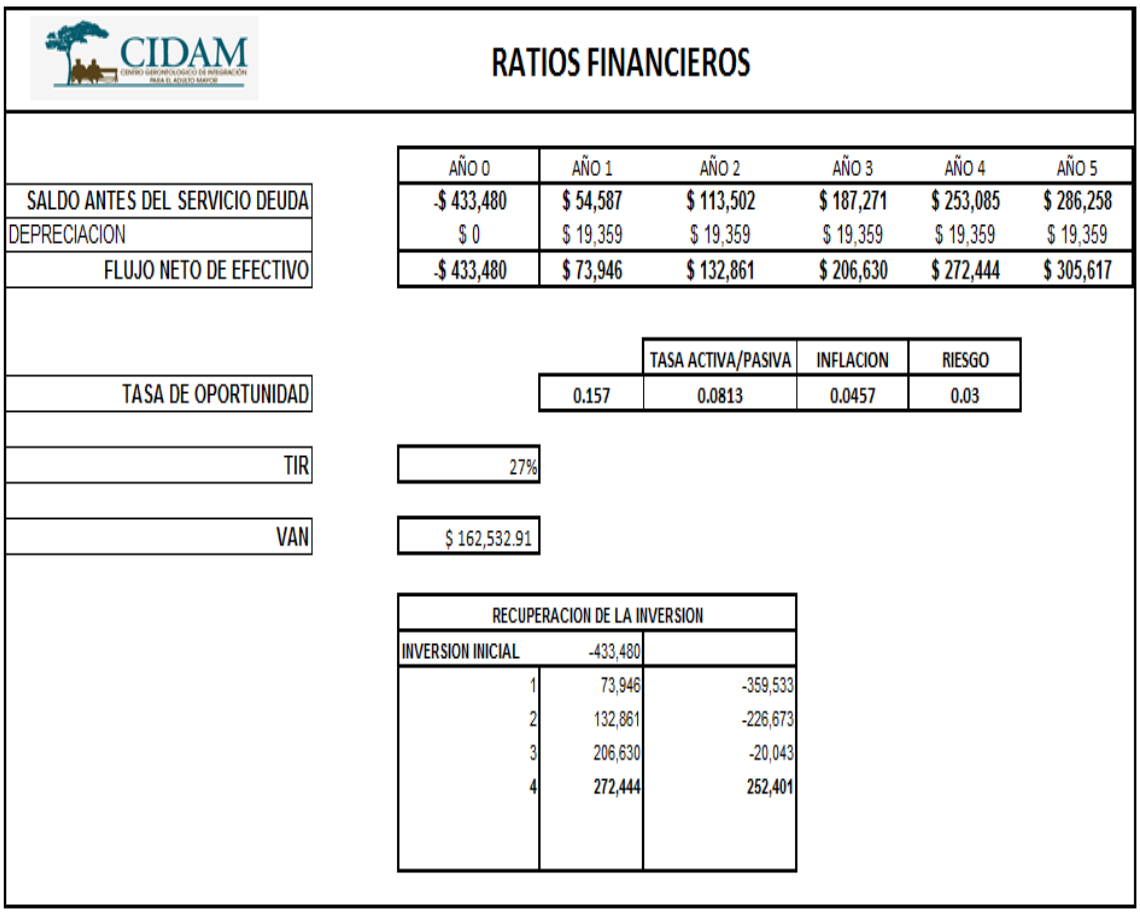
PROYECCION DE FLUJOS DE EFECTIVO

RUBROS/AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL COSTOS-GASTOS	**$ 0**	**$ 172,813**	**$ 173,328**	**$ 173,860**	**$ 174,408**	**$ 174,973**
COSTOS FIJOS	**$ 0**	**$ 156,178**	**$ 156,178**	**$ 156,178**	**$ 156,178**	**$ 156,178**
SUELDOS Y SALARIOS		$ 114,979	$ 114,979	$ 114,979	$ 114,979	$ 114,979
AGUA		$ 2,400	$ 2,400	$ 2,400	$ 2,400	$ 2,400
ENERGIA ELECTRICA		$ 1,800	$ 1,800	$ 1,800	$ 1,800	$ 1,800
TELEFONO		$ 960	$ 960	$ 960	$ 960	$ 960
INTERNET/CABLE		$ 1,080	$ 1,080	$ 1,080	$ 1,080	$ 1,080
CONBUSTIBLE VEHICULO		$ 15,600	$ 15,600	$ 15,600	$ 15,600	$ 15,600
DEPRECIACION		$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359
COMISIONES						
COSTOS VARIABLES	**$ 0**	**$ 16,635**	**$ 17,150**	**$ 17,682**	**$ 18,230**	**$ 18,795**
MATERIALES ADMINISTRATIVOS (INSUMOS)		$ 474	$ 489	$ 504	$ 519	$ 535
MATERIALES DE SERVICIO (INSUMOS)		$ 4,092	$ 4,219	$ 4,350	$ 4,485	$ 4,624
SERVICIOS CLINICA (INSUMOS)		$ 12,069	$ 12,443	$ 12,829	$ 13,226	$ 13,636
ALIMENTACION		$ 37,800	$ 38,972	$ 40,180	$ 41,426	$ 42,710
SALDO ANTES DEL SERVICIO DEUDA	**-$ 433,480**	**$ 54,587**	**$ 113,502**	**$ 187,271**	**$ 253,085**	**$ 286,258**
15% Participación Empleados		$ 8,188	$ 17,025	$ 28,091	$ 37,963	$ 42,939
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		**$ 46,399**	**$ 96,476**	**$ 159,180**	**$ 215,122**	**$ 243,319**
25% Impuestos		$ 11,600	$ 24,119	$ 39,795	$ 53,781	$ 60,830
UTILIDAD NETA		**$ 34,799**	**$ 72,357**	**$ 119,385**	**$ 161,342**	**$ 182,489**
10% Reserva Legal		$ 3,479.94	$ 7,235.73	$ 11,938.52	$ 16,134.18	$ 18,248.93
UTILIDAD LIQUIDA		**$ 31,319**	**$ 65,122**	**$ 107,447**	**$ 145,208**	**$ 164,240**

Figura 3.21: Proyección de Flujos Netos de Efectivo CIDAM.
Fuente: Autores

3.9.4. Análisis Económico (VAN, TIR)

Para los análisis financieros del proyecto se evaluaron el VAN y el TIR con la finalidad de conocer a través de ellos su nivel de viabilidad; con una tasa de oportunidad totalizado en: promedio de la tasa activa/ pasiva; más la inflación del último año y una tasa de riesgo. A través de estas consideraciones se obtuvo un VAN de: $162.532,91 y una TIR de: 27%.



RATIOS FINANCIEROS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO ANTES DEL SERVICIO DEUDA	-$ 433,480	$ 54,587	$ 113,502	$ 187,271	$ 253,085	$ 286,258
DEPRECIACION	$ 0	$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359	$ 19,359
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-$ 433,480	$ 73,946	$ 132,861	$ 206,630	$ 272,444	$ 305,617

	TASA ACTIVA/PASIVA	INFLACION	RIESGO
TASA DE OPORTUNIDAD 0.157	0.0813	0.0457	0.03

TIR	27%
VAN	$ 162,532.91

RECUPERACION DE LA INVERSION		
INVERSION INICIAL	-433,480	
1	73,946	-359,533
2	132,861	-226,673
3	206,630	-20,043
4	272,444	252,401

Figura 3. 22: Ratios Financieros CIDAM.
Fuente: Autores

3.9.5. Análisis de la Rentabilidad de la Empresa

El estudio financiero, tiene como objetivo evaluar la factibilidad del centro CIDAM, en cuanto a su rentabilidad y beneficio.

En el estudio podemos denotar que el proyecto es factible, con precios competitivos en el mercado, contando con un personal con experiencia necesaria. El centro a través de sus precios y cubriendo su capacidad instalada es competitivo dentro del mercado Cuencano.

La proyección financiera de CIDAM, permite conocer para el inversionista / junta de socios; que los costos son cubiertos con los ingresos necesarios, y con ello en un corto tiempo obtener un retorno de la inversión.

A través de los ratios básicos para el análisis de los proyectos, podemos apreciar una TIR- VAN positiva, y con ello acotar que el estudio de factibilidad esta bajo a las condiciones acordes para invertir.

4. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La creación del proyecto de un *Centro Gerontológico de Integración para el Adulto Mayor CIDAM* significa un cambio importante para la Ciudad de Cuenca y sus propios creadores, ya que se pretende lanzar una nueva modalidad de cuidado para el mismo, algo muy contradictorio en nuestra sociedad sobre todo al tratarse de un centro, asilo o residencia; ya que se ha estigmatizado sus servicios a lo largo del tiempo.

Al investigar el mercado con *CIDAM* se ha podido identificar de una manera clara los puntos que hay que cubrir, las necesidades reales de las personas adultas mayores, sus condiciones de vida y si optarían o no por un cuidado diario para ellos; las hipótesis creadas a lo largo de este trabajo fueron muchas pero se fueron dilucidando poco a poco.

El problema más frecuente para que un centro gerontológico funcione es crear la confianza en los familiares y usuarios; un buen trato y precios módicos garantizan su funcionamiento, particularmente un familiar o adulto mayor se siente atraído ante la idea de este tipo de centros, eso se pudo denotar en la investigación realizada, ya que el 99% de la población encuestada dijo estar de acuerdo con su constitución en esta ciudad, lo que más les agrado fue el hecho que el adulto mayor no se deslinda de su familia en su totalidad; más bien disfruta con personas de su edad y se siente motivado para emprender su camino.

La desconfianza del mercado radica en los múltiples malos comentarios, malas experiencias o simplemente el costo elevado de los servicios; sin duda una mala imagen sataniza a todos los negocios que se manejen bajo la misma línea de servicio, sin dar cabida al resto; sin embargo podemos destacar que de las personas encuestadas únicamente las que habían cuidado de algún adulto mayor o sufrido por la falta de tiempo y experiencia para su cuidado aprueban la idea de que un centro especializado se encargue del cuidado del adulto mayor; del resto de la población no estaban seguros en contar con uno de estos centros; mas sin embargo nunca se habían

encargado del cuidado de alguno de ellos. Es por ello que nos queda clara nuestra hipótesis por la cual fue creado este proyecto, dirigido para el adulto mayor, que su cuidado se veía restringido por falta de tiempo o experiencia.

La fijación de costos y precios fue una variable difícil de estimar; ya que es la variable más sensible tanto para la empresa como para los usuarios, si el precio que estimábamos era demasiado bajo el centro contaba con muchos más usuarios de lo esperado, pero no se podían cubrir costos fijos ni variables; peor aún recuperar la inversión; por el contrario si se sube demasiado el precio los usuarios no pensarán ni siquiera aún en la posibilidad de optar por *CIDAM* y de igual manera la inversión y costos no se cubrirían.

Es por ello, que luego de investigar parte de la competencia directa para el centro se determinó un precio que varía desde $ 750,00 hasta $ 844,00 dólares por cada adulto mayor mensual de cuidado diario y desde $ 900,00 hasta $1.013 dólares para estancia permanente, costo que se asemeja a los de la competencia con un valor agregado incluir los implementos de aseo y cuidado, además de cubrir parte de sus medicamentos mensuales, estos datos están calculados en base a un incremento de clientes anual en ambas categorías con proyecciones de 5 años; con este precio y considerando una capacidad instalada de 30 usuarios se determina un VAN positivo de 161.964,72, con una TIR del 27% es decir 12 puntos más del costo de oportunidad del 15%, y con una recuperación de la inversión posible a 3 años después de su puesta en marcha; con un Punto de Equilibrio de 19 adultos mayores, se puede decir que el proyecto es viable y vale la pena su inversión enfocada a adultos mayores con un nivel de ingresos medio-alto.

Recomendaciones

Realizar un estudio de mercado en las ciudades principales con la finalidad de conocer si existe la factibilidad de colocar un centro CIDAM.

Realizar un estudio de precios con los familiares en caso de existir un deceso dentro de las instalaciones para poder gestionar los trámites necesarios.

Realizar un estudio de costos y precios para el año 2016 debido a los cambios políticos en cuanto a los subsidios de los derivados del petróleo.

Considerar un estudio de costos en equipos de computación y muebles de oficina; no adquirirlos si no arrendarlos.

Realizar más investigaciones acerca del adulto mayor como proyectos de grado, maestrías; con la finalidad de obtener mayor información en la biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

5. Bibliografía

AUTOR, D. (Marzo de 2008). *Temas de Administración de Empresas Agropecuarias*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html

AUTOR, D. (2010). *El Significado de los Colores*. Recuperado el Julio de 2013, de Tabla de Propiedades de los Colores: www.webusable.com/coloursMean.htm

AUTOR, D. (s.f.). *El proceso de envejecimiento y los cambios biológicos, psicológicos y sociales.* McGraw Hill.

AUTOR, D. (s.f.). *Finanzas Corporativas.* Guatemala: INCAE.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Marzo de 2013). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.* Recuperado el Marzo de 2013, de Indicadores Económicos: http://www.bce.fin.ec/a

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Julio de 2013). *Producto Interno Bruto-Cuentas Nacionales.* Recuperado el Julio de 2013, de http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000175

BAQUERIZO, J. (2010). *CEPAL.* Recuperado el Marzo de 2013, de Situación de la Tercera Edad en el Ecuador: http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/4/23004/JBaquerizo_p.pdf

CASADO, A. (2006). *Dirección de Marketing (Teoría y Práctica).* Quito.

CINTECO. (15 de Abril de 2010). *Área de Asistencia Psicológico para Adultos Mayores*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.cinteco.com/profesionales/2010/04/15/adultos-mayores/

CODIFICACIÓN DE LA LEY DEL ANCIANO. (2013). Quito, Pichincha, Ecuador.

CONSEJO NACIONAL DE ESPECIALIDADES MÉDICAS DE ESPAÑA. (s.f.). *Geriatría*. Recuperado el Abril de 2013, de http://www.semeg.es/docs/docum/programaformaciongeriatria.pdf

CUEVAS, F. (2010). *Contabilidad y Finanzas para No Contadores.* México: Limusa.

ECUADOR INMEDIATO. (Julio de 2013). *ECUADOR INMEDIATO.* Recuperado el Julio de 2013, de La Ciudad de Cuenca, Ecuador preferida entre los jubilados para vivir: www.ecuadorinmediato.com

ENRIQUEZ, Ricardo;. (18 de Mayo de 2012). *Administración Moderna*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/05/ciclo-de-vida-de-un-producto.html

FACULTAD DE ECONOMÍA UNAM. (2011). *II Estudio Técnico*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

GALLERANO, M. (Octubre de 2010). *Modelo BCG para el análisis de la mezcla de productos*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2010/07/modelo-bcg-para-el-analisis-de-la.html

GLOMEDICAL. (s.f.). *Máquinas y usos para el adulto mayor*. Recuperado el Mayo de 2013

GONZALES, C. (2010). *Costos I.* ECAFSA.

HORME, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera.* México: PEARSON EDUCACION.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADIÍSTICAS Y CENSOS (INEC). (s.f.). *REDATAM*. Recuperado el Julio de 2013, de Censo de Población y Vivienda 2010: www.inec.gob.ec

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (Enero de 2012). *Proyecciones Poblacionales-Portal Institucional.* Recuperado el Julio de 2013, de www.inec.gob.ec

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS . (2011-2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales.* Recuperado el Julio de 2013, de http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC). (2010). *Anuario Nacimientos y Defunciones.* Recuperado el Julio de 2013, de Estadísticas Sociales: www.inec.gob.ec/estadísticas_sociales/nac_def_2011/anuario.pdf; 2010.

KOTLER, P. (s.f.). *Fundamentos de Marketing.*

LEY DE COMPAÑÍAS. (2013).

MINISTERIO DE FOMENTO ESPAÑOL;. (Mayo de 2005). *Gestión por Procesos*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/9541ACDE-55BF-4F01-B8FA-03269D1ED94D/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf

MINISTERIO DE INCLUSIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA (MIES). (10 de Enero de 2013). Acuerdo Ministerial N 000162. Quito, Pichincha, Ecuador.

MINISTERIO DE INCLUSIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA. (2013). Base de Datos Centros Gerontológicos Zona 6. Cuenca, Azuay, Ecuador.

MORRIS, C., & MAISTO, A. (2009). *Psicología.* México: Pearson Educación.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. (Noviembre de 2012). *El Adulto Mayor en el Mundo.* Recuperado el Abril de 2013, de http://mayoresdehoy.com/2012/11/07/el-adulto-mayor-en-el-mundo-parte-1/,

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD ECUADOR. (s.f.). Recuperado el Julio de 2013, de www.who.int/countries/ecu/es

ORTÍZ, B. (2012). *REVISTA VISTAZO*. Recuperado el Marzo de 2013, de La campaña del Eje 2012: http://www.vistazo.com/impresa/pais/?id=4887

OSSIS. (Marzo de 2009). *Proyecto sobre personas, Dependencia y Servicios Sociales en los Países Iberoamericanos.* Recuperado el 2013, de http://www.oiss.org/IMG/pdf/Situacion_necesidades_y_demandas_de_las_personas_mayores_en_Bolivia_Colombia_Costa_Rica_Ecuador_y_Mexico_ampliado_marzo_2009_.pdf

PEÑALVER, P. (1 de Noviembre de 2009). *Tema 5: Estudio de Mercado*. Recuperado el 1 de Marzo de 2013, de http://proyectoempresarial.files.wordpress.com/2009/11/tema-05-estudio-de-mercado.pdf

PRIETO, O. (s.f.). *Gerontología y Geriatría*. (C. I. Edad, Editor) Recuperado el Abril de 2013, de http://bvs.sld.cu/revistas/res/vol12_2_99/res01299.htm

QUERALT, M. (s.f.). *Advance Medical.* Recuperado el Abril de 2013, de Geriatría y Gerontología: http://www.mapfre.com/salud/es/cinformativo/introduccion-geriatria.shtml

RODRÍGUEZ, Inma;. (2006). *Principios y Estrategias del Marketing.*

RODRIGUEZ, M. (s.f.). *Psicología Online.* Recuperado el Abril de 2013, de Gerontología La Ciencia de la Vejez: http://www.psicologia-online.com/monografias/4/gerontologia.shtml

SALUD AL DIA. (s.f.). *¿Qué es Geriatría?* Recuperado el Abril de 2013, de http://www.saludalia.com/salud-familiar/que-es-geriatria

SERVICIO CREACIÓN DE EMPRESAS. (2012). *Análisis de Mercado.* Recuperado el Julio de 2013, de www.creacion-empresas.com

VAZQUEZ, R. (s.f.). *Costos I*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf

WEINBERGER, K. (Junio de 2009). *Plan de Negocios*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf

WHEELEN, T. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios.* México.

ANEXOS

COSTOS SPOTS Y PUBLICIDAD TELERAMA

Telerama Tarifas y Programación Nacional

TARIFARIO JUNIO 2013

LUNES A VIERNES

	HORA	PROGRAMAS	30"	60"
A	05H15	IGLESIA UNIVERSAL	0	0
	05H30	ECUADOR AGROPECUARIO	0	0
	06H00	CNN EN ESPAÑOL	140	278
	07H00	TELERAMA NOTICIAS	385	770
	08H00	NOTIMUJER	317	633
	08H30	TVENTAS	0	0
	09H30	HOY EN LA COCINA	317	633
	10H00	CALLXPRESS	0	0
	10H30	DOCUMENTALES / APRENDAMOS	317	633
	11H00	TELENOVELA EN NOMBRE DEL HONOR	317	633
AA	12H00	CASOS DE FAMILIA	317	633
	12H45	TELERAMA NOTICIAS	495	990
	13H30	NBOGA	398	798
	14H00	DE MUJER A MUJER	317	633
	15H00	SHOWBIZZ	317	633
	16H00	EDUCA TV	0	0
	16H30	CALLXPRESS	0	0
	17H00	TELENOVELA EN NOMBRE DEL HONOR	418	835
	18H00	A QUE NO PUEDES	418	835
AAA	19H00	TELERAMA NOTICIAS	825	1.650
	20H00	QUE DICE LA GENTE	519	1.037
	21H00	TELENOVELA AQUI MANDO YO	620	1.240
	21H30	TELENOVELA EL LABERINTO DE ALICIA	620	1.240
	22H00	TELERAMA NOTICIAS	660	1.320
LATE	22H30	MAS DEPORTES	550	1.100
	23H00	NBOGA	266	531
	23H30	CNN EN ESPAÑOL	266	531

SABADO

	HORA	PROGRAMAS	30"	60"
A	06H30	CASQUI TV	140	278
	07H00	CALLXPRESS	0	0
	07H30	VIDA DURA	0	0
	08H00	TV VENTAS	0	0
	09H00	EXPRESARTE	0	0
	10H00	AGUA VIVA	317	633
	10H30	TIKO TIKO	317	633
	11H00	LO MEJOR DE NOTIMUJER	317	633
	12H00	CALLXPRESS	0	0
	12H30	CNN ESPAÑOL	317	633
AA	13H00	CASOS DE FAMILIA	317	633
	14H00	VIDEOS MUSICALES	317	633
	15H00	DOCUMENTALES DW	418	835
	15H30	APRENDAMOS	0	0
	16H00	RESUMEN EN NOMBRE DEL HONOR	418	835
	17H00	RESUMEN TELENOVELA AQUI MANDO YO	418	835
AAA	18H00	ASI SE HACE EN ECUADOR	519	1,037
	18H30	A QUE NO PUEDES	519	1,037
	19H30	SABADO GIGANTE	519	1,037
	22H00	RESUMEN TELENOVELA LABERINTO	266	531
LATE	23H00	CNN EN ESPAÑOL	266	532
	00H00	VIDA DURA	0	0

DOMINGO

	HORA	PROGRAMAS	30"	60"
A	06H30	CASQUI TV	140	278
	07H00	CALLXPRESS	0	0
	07H30	MISA AL DIVINO NIÑO JESUS	0	0
	08H30	TVENTAS	0	0
	09H30	AGROCALIDAD / TIKO TIKO	317	633
	10H00	MUNDO SOBRE RUEDAS	317	633
	11H00	CARA A CARA CON ROSALIA	317	633
	12H00	CALLXPRESS	0	0
	12H30	TV SALUD/CNN EN ESPAÑOL	0	0
AA	13H00	CASOS DE FAMILIA	317	633
	14H00	VIDEOS MUSICALES	317	633
	15H00	ASI SE HACE EN ECUADOR	418	835
	15H30	APRENDAMOS	0	0
	16H00	LO MEJOR DE SHOWBIZZ	418	835
	17H00	EL ESPECIAL DE...	418	835
	18H00	MIRADAS	0	0
	18H30	TIERRA DE EMPRENDEDORES	0	0
	19H00	TELERAMA NOTICIAS	825	1,650
AAA	19H30	MAS DEPORTES	519	1,037
	20H00	QUE DICE LA GENTE	519	1,037
	21H00	FRANKAMENTE	0	0
	22H00	A QUE NO PUEDES	266	532
LATE	23H00	CNN EN ESPAÑOL	266	532
	00H00	VIDA DURA	0	0

Telerama Quito: 02 250 7718 - Telerama Guayaquil: 04 268 4020 - Telerama Cuenca: 07 286 3904 - telerama@telerama.ec
www.telerama.ec

COSTOS DIARIOS EL TIEMPO

TARIFAS PUBLICITARIAS A PARTIR DEL 1 DE ENERO 2013

	INTERIOR INDETERMINADA	SECCION A INDETERMINADA	SECCION B o C DETERMINADA	PRIMERA PAGINA SECCION B o C	PRIMERA PAGINA SECCION A	ULTIMAS PAGINAS
ANUNCIOS COMERCIALES	Ord. $ 18,00	Ord. $ 26,36	Ord. $ 24,04	Ord.$ 28,00	ord. $ 84,05	Ord. $ 28,83
	Fest. $ 21,00	Fest. $ 31,60	Fest. $ 28,83	Fest.$ 33,63	Fest. $ 100,86	Fest. $ 34,60
PAGINAS ESPECIALES (3A-SOCIAL)		Ord $ 27,67	Ord $ 25,24			
		Fest. $ 33,20	Fest. $ 30,28			
AVISOS NO COMERCIALES	Ord. $ 20,30	Ord. $ 33,92	Ord. $ 28,27	Ord $34,88		Ord.$ 37,15
Invitaciones, Notificaciones, Agradecimiento Felicitaciones, Comunicados	Fest. $ 25,84	Fest. $ 47,96	Fest. $33,92	Fest. $49,93		Fest.$ 51,42
Balances, Extractos de la Cia.	$ 17,19					
REMITIDOS E INTERESES GENERALES, POLITICOS	Ord. $ 35,54	Ord. $ 50,37	Ord. $ 40,39	Ord.$ 51,88		Ord. $ 53,43
	Fest. $ 42,66	Fest. $ 60,51	Fest. $ 48,47	Fest.$ 62,32		Fest. $ 64,19
CONVOCATORIA	Ord. $ 31,82	Ord. $ 44,54	Ord. $ 35,95	Ord.$ 45,87		Ord. $ 47,24
	Fest. $ 38,19	Fest. $ 53,84	Fest. $ 43,15	Fest.$ 55,45		Fest. $ 57,11
CABEZOTE PORTADA				Ord. $ 35,70	Ord. $ 66,30	
				Fest. $ 40,80	Fest. $ 71,40	
ALTO IMPACTO		Ord. $ 30,60	Ord. $ 28,77	Ord. $ 33,77		Ord. $ 35,12
		Fest. $ 36,26	Fest. $ 33,92	Fest. $ 38,92		Fest. $ 40,47

Cheques y Libretas * c/publicacion	Sociales	Mortuorios	Cines	Pag. Tarjeta	Publireportaje
3,90	$10,00	$15,00	$ 7,00	$ 17,84	$ 20,00

CLASIFICADOS			CLASIFICADOS RECUADRO	JUDICIALES	
	Minúsculas	Mayúsculas		4 MODULOS	6 MODULOS
Palabra	$0,32	$0,36	Ord. $18,87	$7,34	$11,02
Destacado con un color	12% adicional	12% adicional	Fes. $22,08		

SUPLEMENTOS	Interior Indet.	Interior Determ.	Ultima Página
Ellas & Ellos - Dominical	$ 9,00	$ 11,00	$ 13,00
Mercurito - Sábados - Infantil	$ 9,00	$ 11,00	$ 13,00

INSERTOS	1 - 4 HOJAS	5 - 8 HOJAS	9 - 16 HOJAS	MAS DE 16 HOJAS
	$0,09	$0,12	$0,16	$0,25

BANNERS WEB ROTATIVOS	Sup. 230x90	Sup. 729x90	290x250 (equino expandible)	635x98	290x100
	180 mensual	350 mensual	250 mensual	200 mensual	150 mensual
BANNERS WEB EXCLUSIVOS	Sup. 230x90	Sup. 729x90	290x250 (equino expandible)	635x98	290x100
	270 mensual	525 mensual	375 mensual	300 mensual	225 mensual
BANNERS WEB INTERIORES	Sup. 230x90	Sup. 729x90	290x250 (equino expandible)	635x98	290x100
	150 mensual	300 mensual	200 mensual	170 mensual	120 mensual

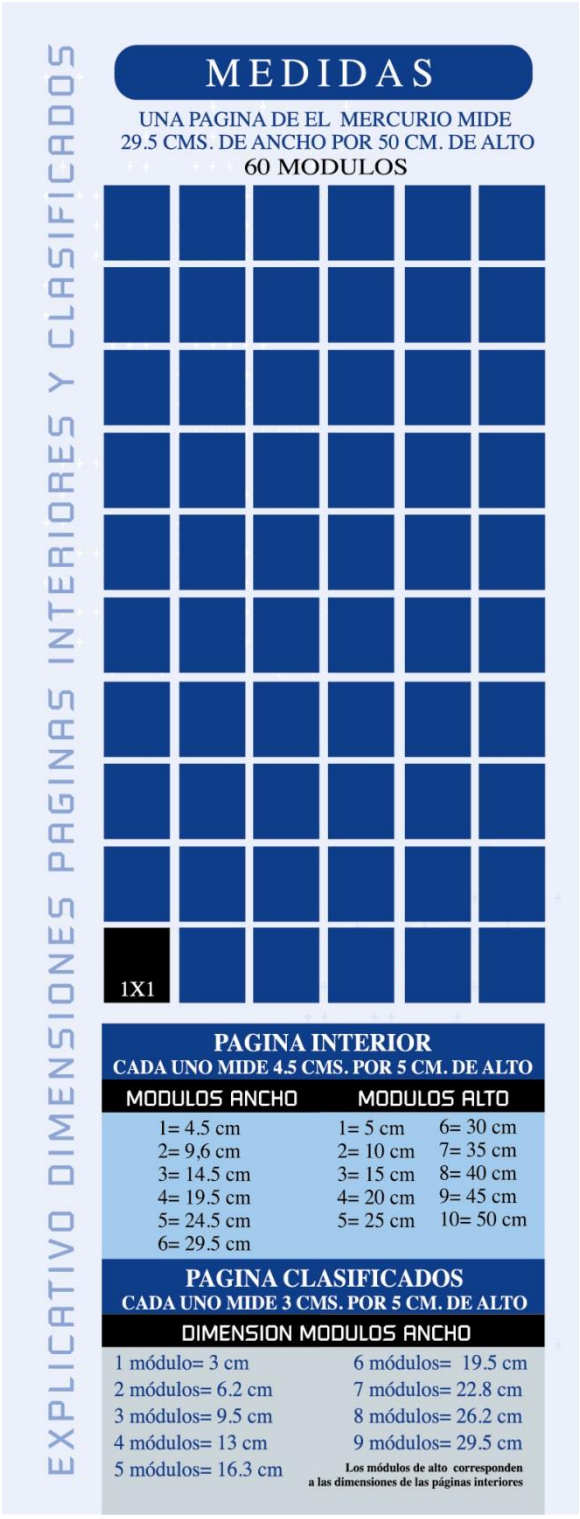
CONFECCION DE SUPLEMENTOS	# DE PAGINAS	FULL COLOR	BLANCO Y NEGRO
TIRAJE DE MIL A TRES MIL EJEMPLARES	8	$0,34	$0,21
	12	$0,35	$0,22
	16	$0,36	$0,23
	20	$0,39	$0,24
TIRAJE DE TRES A SIETE MIL EJEMPLARES	8	$0,23	$0,14
	12	$0,24	$0,15
	16	$0,25	$0,16
	20	$0,27	$0,17
TIRAJE DE SIETE MIL A QUINCE MIL EJEMPLARES	8	$0,14	$0,09
	12	$0,15	$0,10
	16	$0,16	$0,11
	20	$0,18	$0,12

IMPORTANTE: 20% por cada color adicional - 80% para full color

TARIFAS NO INCLUYEN IVA.

DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD ESCRITA DIARIO EL TIEMPO

COSTOS UNSION TV.



PROGRAMA	TIPO	HORARIO		#CUÑAS	#SOBREIMP
EN FAMILIA	REVISTA FAMILIAR	LUN-VIE	08h30- 10h00	3	2
INFORMATIVO 1ERA HORA	NOTICIAS	LUN-VIE	06h30 - 07h30	3	2
INFORMATIVO NACIONAL	NOTICIAS	LUN-VIE	19h00- 20h00	3	2
DEPORTV 1	DEPORTES	LUN-VIE	7h30-8h00	3	2
INFORMATIVO INTERNACIONAL	NOTICIAS	LUN-VIE	14h00 - 14h30	4	4
INFORMATIVO CUENCA EN DIRECTO	NOTICIAS	LUN-VIE	13h00-14h00	3	2
ONE CUBED	MÙSICA	LUN-VIE	11h30 - 12h00	5	3
FRANJA REFLEXIÓN	REFLEXIÓN	LUN-VIE	06h00 - 06h30	5	5
INFANTILES	UNSIÓN JR.	LUN-VIE	15h00 - 16h00	3	4
ENFOQUE	OPINION	LUNES	21h00-22h00	1	1
UN BUEN CONSEJO	FAMILIAR	MARTES	21h00-22h00	2	2
UN HOGAR CASI PERFECTO	FAMILIAR	JUEVES	21h00-22h00	2	2
SPACIOS	FAMILIAR	MARTES	22h00-22h30	2	2
HOLY CITY	MUSICA	LUN-JUE	17h00 - 17h30	3	2
FRANJA DW	ACTUALIDAD	LUN-JUE	17h30 - 18h00	3	2
FIN DE SEMANA	ROTATIVO	SAB- DOM	ROTATIVO	9	9
					100
	VALOR BONIFICADO	$.1000 MAS I.V.A.			

CONTACTOS

CUENCA: Karyna Crespo
Cel. Movistar: 0998762041
Cel Porta: 0993008725
mail: karyna.crespo@unsion.net

Yolanda Arias
Telf: 2831 380
Cel: 09860 13231
mail: yolanda.arias@unsion.net

Nathy García
Telf: 2831 380 ext: 110
Cel: 098470 3038
nathy.garcia@unsion.net

CUENCA UNSION TV: JUAN MONTALVO 7-40 Y SUCRE
TELEFONO: 072831 380
FAX: 072839 125

TARIFAS ESTABLECIDAS UNSION TV. 2013

PRODUCTOS: CUÑAS O SPOTS PUBLICITARIOS

ESPACIOS	HORARIOS	TARIFA CUENCA/NACIONAL	PORTA CUÑA
A	5h30 A 06H30	$80 Y $100	DIRECTOS $40
AA	08h30 A 18H30	$120 Y $150	PUBLICOS $70
AAA	18H30 A 22H00	$150 Y $180	PYMES $12

PRODUCTOS ADICIONALES

PRODUCTO	TIEMPO	VALOR
Menciones	15 segundos	$40 cada una
Sobreimposiciones, animadas o estáticas	10 segundos	$30 cada una
Pizarras o FC. Animados o estáticos	10 segundos	$30 cada una
Publirreportajes	De 2 a 3 minutos regular	$150 por minuto
Entrevistas	Programas en vivo 5 minutos	$200 cada una

AUSPICIOS COMPLETOS. MÍNIMO 3 MESES	
Estelares AAA $3000 mes	Créditos en presentación y despedida; 44 cuñas por programa, 22 mención con sobreimposición
Programas AA por $2000 mes	Créditos en presentación y despedida, 44 cuñas por programa, 22 menciones con sobreimposición.
Programas A por $1000 mes	Crédito en presentación y despedida, 44 cuñas por programa, 22 pizarras
Auspicios Programas Semanales	$700 mes

ESPACIOS CONTRATADO. Programas Enlatados.

Horario A	Duración 30 minutos	4 Espacios mes	$ 600 + IVA
Horario A	Duración 1 hora	4 Espacios mes	$ 1200 + IVA
Horario AA	Duración 30 minutos	4 Espacios mes	$ 1000 + IVA
Horario AA	Duración 1 hora	4 Espacios mes	$ 2000 + IVA
Horario AAA	Duración 30 minutos	4 Espacios mes	$ 1500 + IVA
Horario AAA	Duración 1 hora	4 Espacios mes	$ 3000 + IVA

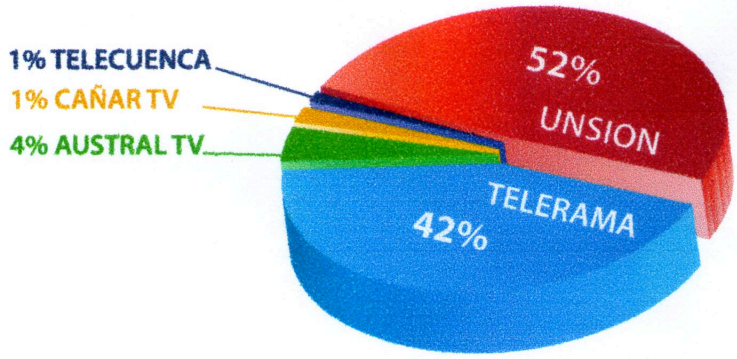
CONTACTOS

CUENCA: Karyna Crespo
Cel. Movistar: 098762041
Cel Porta: 093008725
mail: karynacrespo@unsion.tv

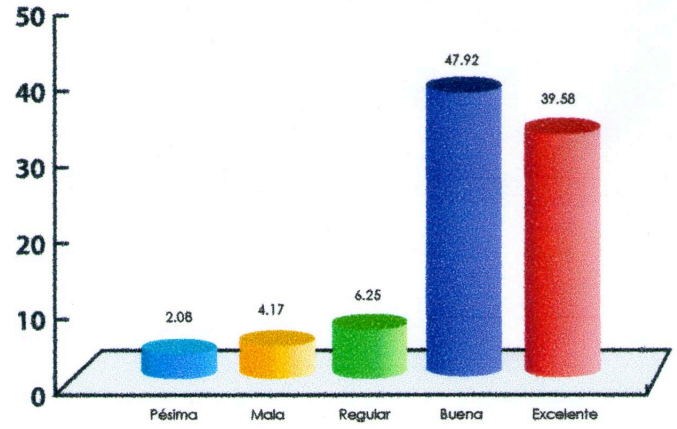
Yolanda Arias
Telf: 2831 380
Cel: 0860 13231
mail: yolandaarias@unsion.tv

Nathy García
Telf: 2831 380 ext: 110
Cel: 098470 3038
nathy.garcia@unsion.net

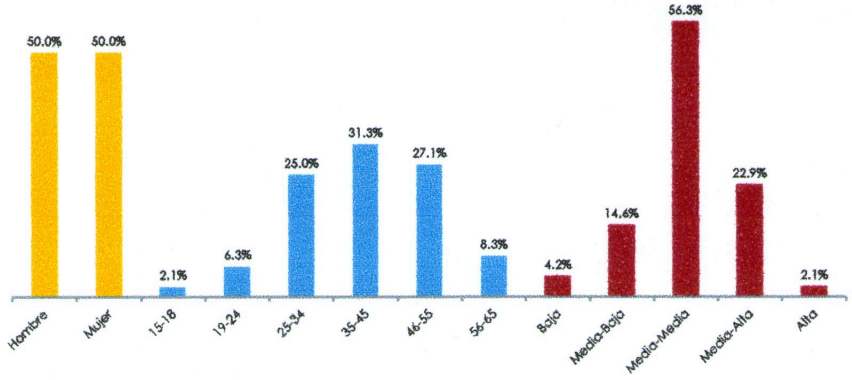
RATING DE CANALES REGIONALES



CALIFICACION A PROGRAMACION UNSION



PERFIL DE AUDIENCIA UNSION



FICHA TÉCNICA RATING UNSIÓN

Universo: (N)	Población de Cuenca con acceso a teléfono (cobertura telefónica 95% del cantón)
Muestra (n):	200 encuestas por día; total de 1.400 encuestas
Error:	3%
Intervalo de confianza:	95%
Método de encuesta:	CATI
Periodo de medición:	22 de octubre 29 de octubre
Empresa encargada:	Advance CONSULTORA
Apoyo técnico	ACIM (Asociación Colombiana de Investigación en medios)

MUESTREO 14 SECTORES CUENCA

BASE TOTAL ENTREGADA 1574

TARGET BAJA 14% MEDIA 61% ALTA 25%

ADVANCE CONSULTORA

ADVANCE CONSULTORA
Dirección: Calle Los Fresnos 1-112 entre Arirumba y Av. Paucarbamba
Edificio Los Fresnos 2 - Local Comercial 001 (interior)
Teléfonos: (593) 07 2887728 ::: (593) 07 4203043

unsion.tv

VIVE TUS VACACIONES 2013
CON UNSIÓN TV

PAQUETES PROMOCIONALES

Pizarras Estáticas de 15 Seg.

PAQUETE #1

5	Primera Hora	6h30
5	En Familia	8h30
5	Deportv	20h00
5	Fin de semana	Rotativo
1	Nota de cobertura	
	Programa En Familia	
21	VALOR ESPECIAL $ 200	

PAQUETE #2

10	Cocinemos	10h00
10	Antología	12h00
10	Vida Sana	14h30
10	Reportajes	17h30
10	Inf. Nacional	23h00
1	Nota de cobertura	
50	VALOR ESPECIAL $ 100	

PAQUETE #3

8	Primera Hora	6h30
8	En Familia	8h30
8	Cuenca Directo	13h00
8	Inf. Nacional	19h00
8	Deportv	20h00
40	VALOR ESPECIAL $ 300	

PAQUETE #4

5	Reflexión	6h00
5	Vida Sana	11h00
5	Antología	16h00
5	Reportajes	17h30
10	Inf. Nacional	23h00
30	VALOR ESPECIAL $ 50	

Nota:
* Estos valores no incluyen IVA.
* El pago es al contado; a la firma del contrato.
* No aplica para empresas públicas, solo pequeñas y medianas empresas.
* Formato de logotipo para la elaboración de las pizarras es en Ilustrador.
* Paquete VÁLIDO hasta 17 de Septiembre de 2013.

Contacto: Nathy Garcia 0984703038 / 2831380 ext. 108
Mails: nathy.garcia@unsion.net

Estancia permanente $ 967
Compartida $ 672.
Guardería $ 495.

Años Dorados

residencia para adultos mayores

A Senior Living and Day Care Option in Cuenca

Located just a few blocks from downtown Cuenca, our beautiful facility is nestled in colonial like surroundings with an indoor solaria

Healthcare services: Años dorados.

Professionals assure that our seniors' health is monitored and care is provided promptly, with the same attention families would provide.

- Medical emergency response with hospital of choice.
- Doctors' visits.
- Medication management.
- Nursing Services.

Residential services:

Our residents' daily living needs are met efficiently.

- Three meals; refreshments served afternoon and evening.
- Around the clock security.
- Laundry and Housekeeping services.

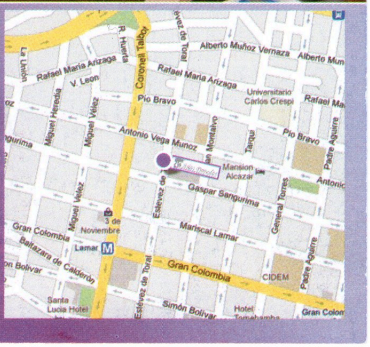
Personal services:

- Bathing and dressing assistance.
- Barber and beautician services.
- Transportation arrangements.

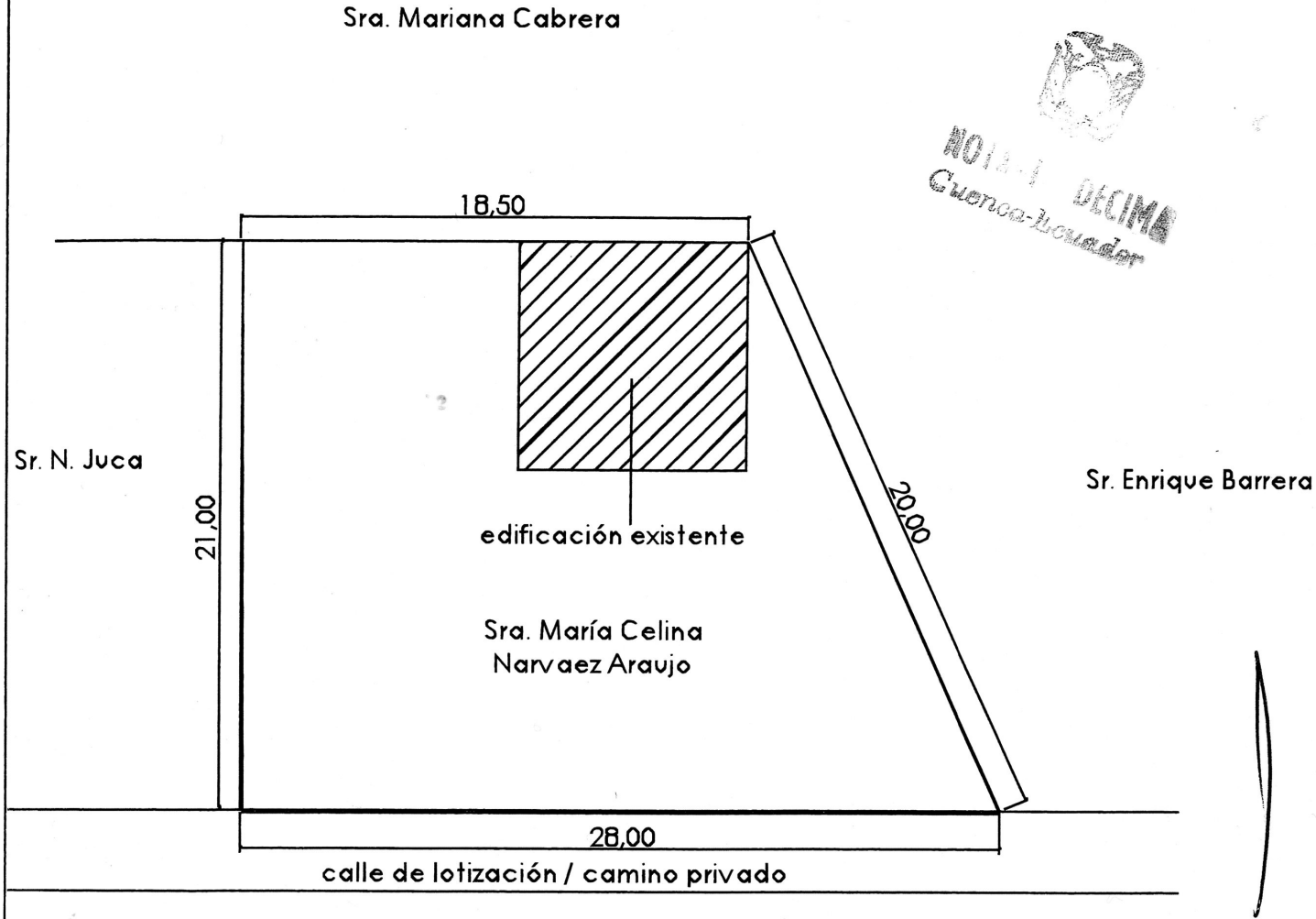
- **Adress:** Estevez de Toral 11-24
- **Phone:** 2827 824 - 0994487024
- **Email:** directora@residenciadorados.com

www.residenciadorados.com

Find us on Facebook.



LEVANTAMIENTO PLANIMÉTRICO DEL PREDIO DE LA SRA.
MARÍA CELINA NARVAEZ ARAUJO



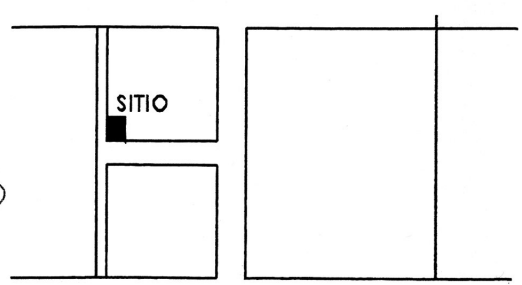
CLAVE CATASTRAL: 01-03-50-03-02-01-000-001		
CORDENADAS		
PUNTOS	X	Y
A	0716105	9679521
B	0716101	9679501
C	0716082	9679505
D	0716086	9679521

ESCALA 1:100 / 1:250 / 1:300

AREA TOTAL DEL PREDIO

488,25 m2

CROQUIS DE UBICACIÓN



NOMBRE DEL PROFESIONAL RESPONSABLE:

ARQ. DIANA ARIAS ABAD

REGISTRO PROFESIONAL:

CONESUP: 1007-09-937751

REG. MICIPAL:

ARQ. DIANA ARIAS ABAD

PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA

Población, Viviendas Ocupadas, Superficie y Densidad por Parroquia Urbana y Según Zonas Censales CPV-2010

Código	Parroquias Urbanas	Zonas No.	Hombres	Mujeres	Total Población	Viviendas Ocupadas*	Superficie Km^2.	Densidad Hab/Km^2.
	TOTAL	80	157426	172502	329928	86317	72,2	4568
01 01 01	BELLAVISTA	8-9-10-11-29-30	12689	13756	26445	6866	3,6	7408
01 01 02	CAÑARIBAMBA	54-55-56	5478	6389	11867	3226	1,1	10502
01 01 03	EL BATAN	35-36-37-38-39-62	11781	12845	24626	6285	5,2	4782
01 01 04	EL SAGRARIO	42-58	3128	3645	6773	2100	0,8	9031
01 01 05	EL VECINO	12-13-14-24-25-26-27-28	14954	15783	30737	7817	3,6	8562
01 01 06	GIL RAMIREZ DAVALOS	31-41	3147	3954	7101	2153	0,6	11453
01 01 07	HUAYNACAPAC	59-67-68-69-70	7617	8645	16262	4457	4,8	3409
01 01 08	MACHANGARA	19-20-21-22-23	11803	11390	23193	5516	14,5	1597
01 01 09	MONAY	49-50-51-52-53	10319	11534	21853	5481	5,5	3973
01 01 10	SAN BLAS	43-57	4490	5269	9759	2804	1,2	7934
01 01 11	SAN SEBASTIAN	1-2-3-4-5-6-7-32-33-34	18824	20866	39690	10538	10,1	3918
01 01 12	SUCRE	40-60-61-66	8073	9060	17133	4845	2,6	6564
01 01 13	TOTORACOCHA	44-45-46-47-48	11966	13464	25430	6623	2,9	8923
01 01 14	YANUNCAY	63-64-65-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80	24689	26984	51673	13409	10,2	5091
01 01 15	HERMANO MIGUEL	15-16-17-18	8468	8918	17386	4197	5,7	3072

** VIVIENDAS Oc.p.p. + V. Colectivas*

FUENTE: INEC. "VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010". Base de datos REDATAM

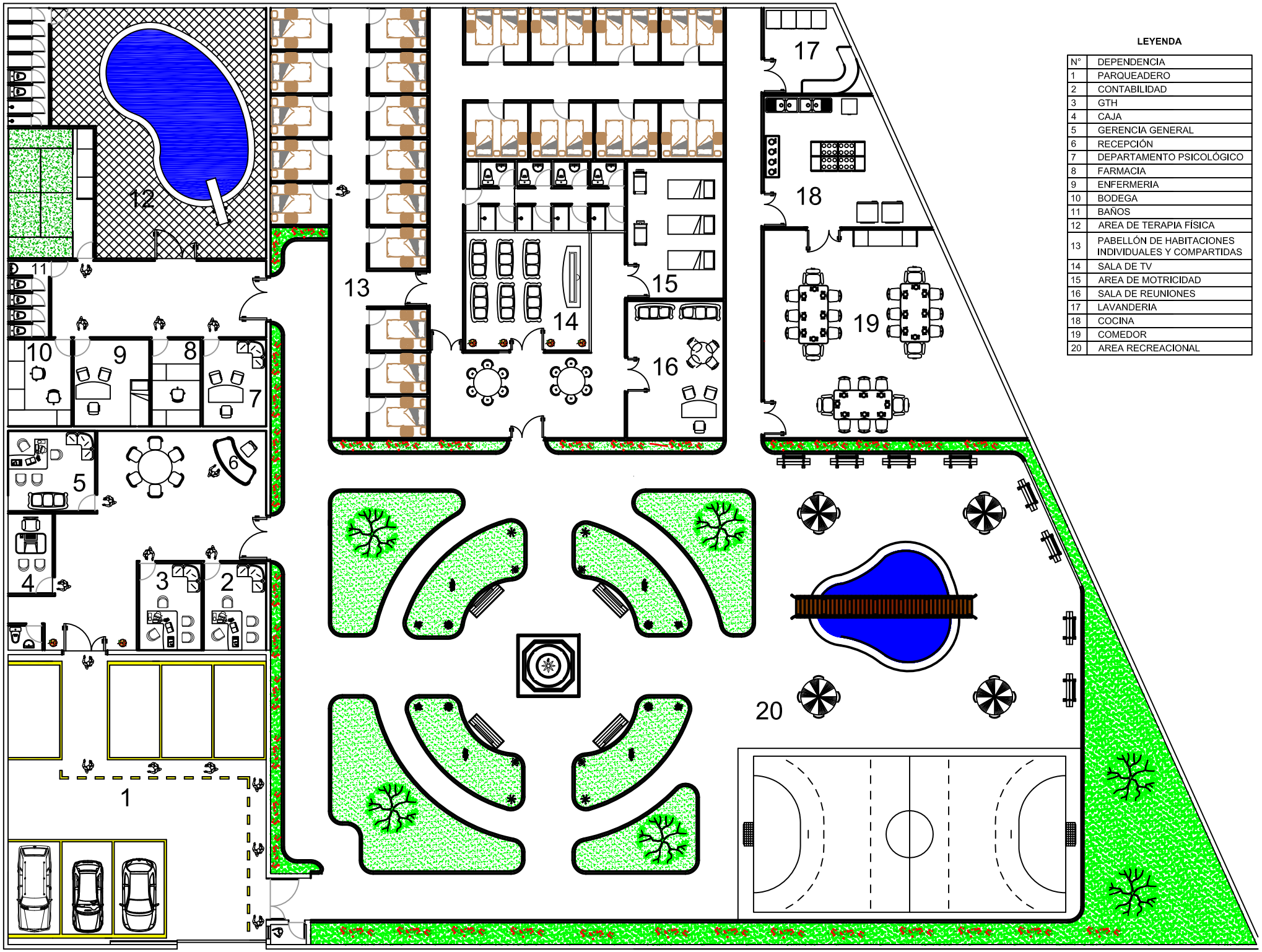
Superficies calculados por AICE-DISUR

CEPAL/CELADE Redatam+SP 09/02/2012

Base de datos
H:\compu rseclavijo 08-feb-2012\curso redatam loja\PROVIN_01\CE11.dic
Área Geográfica
H:\compu rseclavijo 08-feb-2012\curso redatam loja\selecciones\ciudad de cuenca.sel
Crosstab
de PARROQUIA URBANA
por Sexo
por Grupos de edad

PARROQUIA URBANA	Sexo	Grupos de edad																					
SAN SEBASTIAN		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	345	1.478	2.004	1.946	1.975	1.900	1.663	1.356	1.237	1.025	977	738	594	505	376	266	178	128	84	37	8	4	18.824
	Mujer	312	1.397	1.863	1.914	1.999	2.017	1.909	1.665	1.473	1.352	1.201	949	749	592	486	379	262	173	109	43	18	4	20.866
	Total	657	2.875	3.867	3.860	3.974	3.917	3.572	3.021	2.710	2.377	2.178	1.687	1.343	1.097	862	645	440	301	193	80	26	8	39.690
BELLAVISTA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	222	882	1.121	1.195	1.261	1.381	1.260	963	832	673	655	571	431	371	261	218	170	119	68	27	7	1	12.689
	Mujer	199	899	1.083	1.214	1.236	1.374	1.248	1.081	932	881	787	674	551	433	383	275	205	147	100	42	11	1	13.756
	Total	421	1.781	2.204	2.409	2.497	2.755	2.508	2.044	1.764	1.554	1.442	1.245	982	804	644	493	375	266	168	69	18	2	26.445
EL BATAN		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	243	983	1.152	1.172	1.374	1.263	1.178	899	681	557	578	493	403	290	200	118	78	67	33	16	3	-	11.781
	Mujer	256	954	1.156	1.139	1.321	1.383	1.253	1.025	870	743	694	622	443	338	202	180	104	80	48	27	5	2	12.845
	Total	499	1.937	2.308	2.311	2.695	2.646	2.431	1.924	1.551	1.300	1.272	1.115	846	628	402	298	182	147	81	43	8	2	24.626
YANUNCAY		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	523	2.002	2.450	2.515	2.720	2.703	2.292	1.868	1.541	1.331	1.235	1.042	813	575	382	264	171	131	74	39	17	1	24.689
	Mujer	435	1.913	2.317	2.405	2.715	2.872	2.610	2.257	1.907	1.766	1.541	1.236	935	663	494	316	231	170	131	39	27	4	26.984
	Total	958	3.915	4.767	4.920	5.435	5.575	4.902	4.125	3.448	3.097	2.776	2.278	1.748	1.238	876	580	402	301	205	78	44	5	51.673
SUCRE		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	129	502	664	670	745	812	776	658	493	410	448	401	385	321	235	144	129	77	44	21	7	2	8.073
	Mujer	99	492	633	638	736	868	819	707	589	567	562	562	484	377	286	234	157	120	79	43	7	1	9.060
	Total	228	994	1.297	1.308	1.481	1.680	1.595	1.365	1.082	977	1.010	963	869	698	521	378	286	197	123	64	14	3	17.133
HUAYNA CAPAC		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	143	493	612	659	711	738	694	575	464	390	410	408	379	296	228	145	123	79	43	20	7	-	7.617
	Mujer	125	471	616	618	778	783	800	683	601	493	533	549	433	313	280	182	150	126	72	30	6	3	8.645
	Total	268	964	1.228	1.277	1.489	1.521	1.494	1.258	1.065	883	943	957	812	609	508	327	273	205	115	50	13	3	16.262
G. RAMIREZ D.		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	80	204	259	250	289	318	339	227	190	178	175	123	110	93	80	54	58	57	46	14	3	-	3.147
	Mujer	44	231	268	279	344	405	337	295	257	238	223	185	146	139	130	121	96	78	67	45	24	2	3.954
	Total	124	435	527	529	633	723	676	522	447	416	398	308	256	232	210	175	154	135	113	59	27	2	7.101
EL SAGRARIO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	55	217	233	250	314	331	307	241	202	177	162	116	134	104	73	57	59	39	32	18	6	1	3.128
	Mujer	60	181	219	244	361	360	302	271	225	241	202	192	157	114	128	113	92	91	49	27	13	3	3.645
	Total	115	398	452	494	675	691	609	512	427	418	364	308	291	218	201	170	151	130	81	45	19	4	6.773
SAN BLAS		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	67	332	358	345	393	455	403	397	315	244	226	160	163	153	138	118	101	64	39	13	6	-	4.490
	Mujer	74	298	398	345	437	478	456	428	397	318	284	247	216	226	232	161	113	73	48	30	8	2	5.269
	Total	141	630	756	690	830	933	859	825	712	562	510	407	379	379	370	279	214	137	87	43	14	2	9.759
EL VECINO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	287	1.197	1.442	1.405	1.492	1.707	1.747	1.251	981	781	637	530	405	312	253	188	163	108	38	21	9	-	14.954
	Mujer	301	1.167	1.415	1.463	1.548	1.709	1.565	1.199	1.060	918	817	649	474	395	355	276	208	135	83	31	12	3	15.783
	Total	588	2.364	2.857	2.868	3.040	3.416	3.312	2.450	2.041	1.699	1.454	1.179	879	707	608	464	371	243	121	52	21	3	30.737
CANARIBAMBA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	86	367	475	450	500	581	519	415	363	300	281	217	229	236	163	112	88	46	31	13	3	3	5.478
	Mujer	76	359	435	464	568	646	551	491	415	408	377	328	322	304	221	165	113	75	46	18	6	1	6.389
	Total	162	726	910	914	1.068	1.227	1.070	906	778	708	658	545	551	540	384	277	201	121	77	31	9	4	11.867
TOTORACOCHA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	213	927	1.125	1.125	1.234	1.250	1.147	946	755	634	564	468	421	371	268	186	148	98	53	30	2	1	11.966
	Mujer	212	903	1.130	1.158	1.262	1.306	1.310	1.098	962	806	781	633	531	437	289	235	172	125	79	27	7	1	13.464
	Total	425	1.830	2.255	2.283	2.496	2.556	2.457	2.044	1.717	1.440	1.345	1.101	952	808	557	421	320	223	132	57	9	2	25.430
MONAY		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	187	772	1.006	1.047	1.052	1.084	992	754	659	527	529	514	400	261	189	129	85	79	31	16	5	1	10.319
	Mujer	178	781	966	929	1.097	1.136	1.107	943	806	757	719	618	488	327	233	162	104	84	65	25	4	5	11.534
	Total	365	1.553	1.972	1.976	2.149	2.220	2.099	1.697	1.465	1.284	1.248	1.132	888	588	422	291	189	163	96	41	9	6	21.853
MACHANGARA		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	215	847	1.084	1.116	1.744	1.243	1.074	909	768	694	601	467	293	247	178	126	78	63	39	15	2	-	11.803
	Mujer	181	926	1.042	1.141	1.067	1.057	1.054	961	841	739	665	493	363	240	201	161	104	76	39	25	11	3	11.390
	Total	396	1.773	2.126	2.257	2.811	2.300	2.128	1.870	1.609	1.433	1.266	960	656	487	379	287	182	139	78	40	13	3	23.193
HERMANO MIGUEL		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	165	766	924	913	948	1.006	811	669	454	384	417	294	227	153	122	74	70	38	26	4	2	1	8.468
	Mujer	154	696	871	935	872	928	818	671	628	543	480	362	277	197	164	133	76	65	34	11	2	1	8.918
	Total	319	1.462	1.795	1.848	1.820	1.934	1.629	1.340	1.082	927	897	656	504	350	286	207	146	103	60	15	4	2	17.386
RESTO		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	19	79	123	118	101	110	72	72	56	38	35	25	32	16	20	9	7	4	-	3	-	-	939
	Mujer	27	85	107	97	117	89	102	73	58	65	49	37	21	24	22	17	15	9	5	1	-	1	1.021
	Total	46	164	230	215	218	199	174	145	114	103	84	62	53	40	42	26	22	13	5	4	-	1	1.960
Total		Menor de 1 año	De 1 a 4 años	De 5 a 9 años	De 10 a 14 años	De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	De 40 a 44 años	De 45 a 49 años	De 50 a 54 años	De 55 a 59 años	De 60 a 64 años	De 65 a 69 años	De 70 a 74 años	De 75 a 79 años	De 80 a 84 años	De 85 a 89 años	De 90 a 94 años	De 95 a 99 años	De 100 años y mas	Total
	Hombre	2.979	12.048	15.032	15.176	16.853	16.882	15.274	12.200	9.991	8.343	7.930	6.567	5.419	4.304	3.166	2.208	1.706	1.197	681	307	87	15	158.365
	Mujer	2.733	11.753	14.519	14.983	16.458	17.411	16.241	13.848	12.021	10.835	9.915	8.336	6.590	5.119	4.106	3.110	2.202	1.627	1.054	464	161	37	173.523
	Total	5.712	23.801	29.551	30.159	33.311	34.293	31.515	26.048	22.012	19.178	17.845	14.903	12.009	9.423	7.272	5.318	3.908	2.824	1.735	771	248	52	331.888

PARROQUIAS URBANAS | CUENCA POR GRUPOS DE EDAD CE5O 2010


LEYENDA
N° DEPENDENCIA
1 PARQUEADERO
2 CONTABILIDAD
3 GTH
4 CAJA
5 GERENCIA GENERAL
6 RECEPCIÓN
7 DEPARTAMENTO PSICOLÓGICO
8 FARMACIA
9 ENFERMERIA
10 BODEGA
11 BAÑOS
12 AREA DE TERAPIA FÍSICA
13 PABELLÓN DE HABITACIONES INDIVIDUALES Y COMPARTIDAS
14 SALA DE TV
15 AREA DE MOTRICIDAD
16 SALA DE REUNIONES
17 LAVANDERIA
18 COCINA
19 COMEDOR
20 AREA RECREACIONAL

DETALLE DE LOS EQUIPOS

MUEBLES Y ENSERES				
CONCEPTO	**AREA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ESCRITORIO	GERENCIA	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	GERENCIA	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	GERENCIA	2	$ 25,00	$ 50
HOLD PARA SALA DE ESPERA	GERENCIA	1	$ 115,00	$ 115
ARCHIVADOR	GERENCIA	1	$ 156,00	$ 156
TELEFONO	GERENCIA	1	$ 20,00	$ 20
FAX	GERENCIA	1	$ 35,00	$ 35
ESCRITORIO	Psicología	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	Psicología	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	Psicología	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	Psicología	1	$ 156,00	$ 156
TELEFONO	Psicología	1	$ 20,00	$ 20
ESCRITORIO	TERAPIA	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	TERAPIA	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	TERAPIA	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	TERAPIA	1	$ 156,00	$ 156
TELEFONO	TERAPIA	1	$ 20,00	$ 20
ESCRITORIO	CLINICA	2	$ 150,00	$ 300
SILLA GIRATORIA	CLINICA	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	CLINICA	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	CLINICA	2	$ 156,00	$ 312
CASILLEROS	CLINICA	20	$ 25,00	$ 500
TELEFONO	CLINICA	1	$ 20,00	$ 20
ESCRITORIO	FINANZAS	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	FINANZAS	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	FINANZAS	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	FINANZAS	1	$ 156,00	$ 156
TELEFONO	FINANZAS	1	$ 20,00	$ 20
ESCRITORIO	COMERCIAL	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	COMERCIAL	1	$ 40,00	$ 40
ARCHIVADOR	COMERCIAL	1	$ 156,00	$ 156
TELEFONO	COMERCIAL	1	$ 20,00	$ 20
ESCRITORIO	SISTEMAS	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	SISTEMAS	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	SISTEMAS	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	SISTEMAS	1	$ 156,00	$ 156
ESCRITORIO	CALIDAD	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	CALIDAD	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	CALIDAD	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	CALIDAD	1	$ 156,00	$ 156
ESCRITORIO	MARKETING	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	MARKETING	1	$ 40,00	$ 40
SILLA PARA VISITAS	MARKETING	2	$ 25,00	$ 50
ARCHIVADOR	MARKETING	1	$ 156,00	$ 156
ESCRITORIO	RECEPCIONISTA	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	RECEPCIONISTA	1	$ 40,00	$ 40
TELEFONO	RECEPCIONISTA	1	$ 20,00	$ 20
HOLD PARA SALA DE ESPERA	RECEPCIONISTA	1	$ 115,00	$ 115
ESCRITORIO	SEGURIDAD	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	SEGURIDAD	1	$ 40,00	$ 40
ESCRITORIO	GIMNASIO	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	GIMNASIO	1	$ 40,00	$ 40
ARCHIVADOR	GIMNASIO	1	$ 156,00	$ 156
CASILLEROS	GIMNASIO	10	$ 25,00	$ 250
STEPS	GIMNASIO	10	$ 23,00	$ 230
MESA (COMEDOR)	COCINA	1	$ 300,00	$ 300
SILLAS	COCINA	20	$ 25,00	$ 500
APARADOR	COCINA	1	$ 600,00	$ 600
MESA	COCINA	1	$ 350,00	$ 350
ALACENA	COCINA	1	$ 700,00	$ 700
SILLONES	SALA DE VIDEO	15	$ 48,00	$ 720
BANCAS AREAS VERDES	AREAS VERDES	6	$ 35,00	$ 210
CAMA 1 1/2 PLAZA, COLCHON, VELADOR PEQUEÑO	HABITACIONES	30	$ 230,00	$ 6.900
ESPEJOS CON ESTANTES	HABITACIONES	30	$ 30,00	$ 900
ESCRITORIO	SEGURIDAD	1	$ 150,00	$ 150
SILLA GIRATORIA	SEGURIDAD	1	$ 40,00	$ 40
TOTAL				**$ 17.301**

EQUIPOS DE FISIOTERAPIA				
CONCEPTO	**AREA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
MAQUINA CAMINADORA	FISIOTERAPIA	1	$ 650,00	$ 650
MANCUERNAS	FISIOTERAPIA	5	$ 8,50	$ 43
BICICLETA ESTATICA	FISIOTERAPIA	1	$ 255,00	$ 255
CAMA TERMO MASAJES	FISIOTERAPIA	1	$ 8.500,00	$ 8.500
BALONES	FISIOTERAPIA	2	$ 7,50	$ 15
COLCHONETAS	FISIOTERAPIA	2	$ 25,00	$ 50
TOTAL				**$ 9.513**

DETALLE DE LOS EQUIPOS

EQUIPOS DE MOTRICIDAD				
CONCEPTO	**AREA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ESCRITORIO	MOTRICIDAD	3	$ 150,00	$ 450
SILLAS	MOTRICIDAD	10	$ 25,00	$ 250
VARIOS PARA MOTRICIDAD	MOTRICIDAD	1	$ 80,00	$ 80
TOTAL				**$ 780**

EQUIPOS DE CLINICA				
CONCEPTO	**AREA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
CAMILLA	CLINICA	1	$ 190,00	$ 190
BIOMBO	CLINICA	1	$ 50,00	$ 50
EQUIPO PORTÁTIL PARA ELECTROTERAPIA, ULTRASONIDO Y TERAPIA COMBINADA	CLINICA	1	$ 3.500,00	$ 3.500
MONITOR AMBULATORIO DE PRESIÓN ARTERIAL	CLINICA	1	$ 4.200,00	$ 4.200
CONCENTRADOR DE OXÍGENO	CLINICA	1	$ 2.000,00	$ 2.000
ESTERILIZADOR DE BAJA TEMPERATURA	CLINICA	1	$ 1.400,00	$ 1.400
SILLA DE RUEDAS	CLINICA	3	$ 125,00	$ 375
TERMOMETROS	CLINICA	30	$ 2,20	$ 66
ETETOSCOPIO	CLINICA	2	$ 11,45	$ 23
TOTAL				**$ 11.804**

EQUIPOS DE LINEA BLANCA				
CONCEPTO	**AREA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
COCINA INDUSTRIAL	COCINA	1	$ 60,00	$ 60
FRIGORIFICO	COCINA	1	$ 750,00	$ 750
LICUADORA	COCINA	1	$ 60,00	$ 60
VAJILLA	COCINA	2	$ 35,00	$ 70
CUBIERTOS	COCINA	2	$ 43,00	$ 86
LICUADORA	COCINA	1	$ 30,00	$ 30
MICROONDAS	COCINA	1	$ 132,00	$ 132
IMPLEMENTOS DE COCINA	COCINA	6	$ 120,00	$ 720
TELEVISORES	HABITACIONES/SALA VIDEO	31	$ 220,00	$ 6.820
DVD	SALA DE VIDEO	1	$ 80,00	$ 80
LAVADORA	LAVANDERIA	1	$ 700,00	$ 700
SECADORA	LAVANDERIA	1	$ 500,00	$ 500
PLANCHA Y PLANCHADOR	LAVANDERIA	1	$ 100,00	$ 100
TOTAL				**$ 10.108**

Rol de Pagos Mensual

Nombre	Cargo	Sueldo Basico	Cantidad Trabajador	Horas		Fondos de reserva	Total Ingresos	IESS	Total Liquido	Total a Pagar	Rol de pagos anual
				Suplement	Extra						
S/N	GERENTE GENERAL	$ 900	1	$ 0	$ 0	$ 75	$ 975	$ 91	$ 884	$ 884	$ 10.606
S/N	FISIOTERAPEUTA	$ 500	1	$ 0	$ 0	$ 42	$ 542	$ 51	$ 491	$ 491	$ 5.892
S/N	PSICOLOGO	$ 450	1	$ 0	$ 0	$ 38	$ 488	$ 46	$ 442	$ 442	$ 5.303
S/N	ENFERMERAS	$ 400	5	$ 0	$ 0	$ 33	$ 433	$ 41	$ 393	$ 1.964	$ 23.569
S/N	CONTADORA	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	EJECUTIVO VENTAS	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	SISTEMAS	$ 400	1	$ 0	$ 0	$ 33	$ 433	$ 41	$ 393	$ 393	$ 4.714
S/N	CALIDAD	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	MARKETING	$ 400	1	$ 0	$ 0	$ 33	$ 433	$ 41	$ 393	$ 393	$ 4.714
S/N	RECEPCIONISTA	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	GUARDIA	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	MANTENIMIENTO	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	COCINERA	$ 318	1	$ 0	$ 0	$ 27	$ 345	$ 32	$ 312	$ 312	$ 3.747
S/N	CHOFER	$ 500	1	$ 0	$ 0	$ 42	$ 542	$ 51	$ 491	$ 491	$ 5.892
		$ 5.776	**$ 18**			**$ 481**	**$ 6.257**	**$ 585**	**$ 5.672**	**$ 7.244**	**$ 86.922**

GASTOS NO CONSTAN ROL DE PAGOS	
CONCEPTO	**VALOR UNITARIO**
ASERORIA JURIDICA	$ 600
DOCTOR	$ 500
AUDITORIA EXTERNA	$ 1.000
TOTAL	$ 2.100

RUBRO MENSUAL (CAPITAL DE TRABAJO)	
SUELDOS Y SALARIOS	$ 7.244
ASERORIA JURIDICA	$ 600
DOCTOR	$ 500
MATERIALES ADMINISTRATIVOS (INSUMOS)	45,49
MATERIALES DE SERVICIO (INSUMOS)	357,01
SERVICIOS CLINICA (INSUMOS)	1054,48
COSTOS DE OPERACIÓN	1820
ALIMENTACION	3150
TOTAL	$ 14.771
2 MESES DE TRABAJO	**$ 29.541**

CIDAM
CENTRO GERONTOLOGICO DE INTEGRACIÓN PARA EL ADULTO MAYOR

Rol de Beneficios

Nombre	Cargo	Sueldo	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte Patronal	Total Individual	Cantidad Trabajador	Total a Pagar	Rol de pagos anual
S/N	GERENTE GENERAL	$ 900	$ 75	$ 75	$ 38	$ 109	$ 297	1	$ 297	$ 3.562
S/N	FISIOTERAPEUTA	$ 500	$ 42	$ 42	$ 21	$ 61	$ 165	1	$ 165	$ 1.979
S/N	PSICOLOGO	$ 450	$ 38	$ 38	$ 19	$ 55	$ 148	1	$ 148	$ 1.781
S/N	ENFERMERAS	$ 400	$ 33	$ 33	$ 17	$ 49	$ 132	5	$ 660	$ 7.916
S/N	CONTADORA	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	EJECUTIVO VENTAS	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	SISTEMAS	$ 400	$ 33	$ 33	$ 17	$ 49	$ 132	1	$ 132	$ 1.583
S/N	CALIDAD	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	MARKETING	$ 400	$ 33	$ 33	$ 17	$ 49	$ 132	1	$ 132	$ 1.583
S/N	RECEPCIONISTA	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	GUARDIA	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	MANTENIMIENTO	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	COCINERA	$ 318	$ 27	$ 27	$ 13	$ 39	$ 105	1	$ 105	$ 1.259
S/N	CHOFER	$ 500	$ 42	$ 42	$ 21	$ 61	$ 165	1	$ 165	$ 1.979
		$ 4.958	**$ 413**	**$ 413**	**$ 207**	**$ 602**	**$ 1.635**	**16**	**$ 2.163**	**$ 25.957**

CIDAM
CENTRO GERONTOLOGICO DE INTEGRACIÓN PARA EL ADULTO MAYOR

DEPRECIACION

RUBOS	PRECIO	% DEPRECIACION	AÑOS
EQUIPOS DE COMPUTACION	$ 7.500	33,3%	$ 2.498
MUEBLES Y ENSERES	$ 18.001	10,0%	$ 1.800,10
MAQUINARIA	$ 20.625	10,0%	$ 2.062,50
EDIFICIO	$ 187.976	5,0%	$ 9.398,81
VEHICULO	$ 18.000	20,0%	$ 3.600
TOTAL	$ 252.102		**$ 19.359**

PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO	**$ 227.400**	**$ 286.830**	**$ 361.131**	**$ 427.493**	**$ 461.231**
COSTOS VARIABLE	**$ 16.635**	**$ 17.150**	**$ 17.682**	**$ 18.230**	**$ 18.795**
COSTOS FIJOS	**$ 156.178**	**$ 156.178**	**$ 156.178**	**$ 156.178**	**$ 156.178**
CONTRIBUCION	**$ 0,07**	**$ 0,06**	**$ 0,05**	**$ 0,04**	**$ 0,04**
PE-INGRESOS	**$ 168.504**	**$ 166.110**	**$ 164.219**	**$ 163.135**	**$ 162.813**
PE-CLIENTES	**20**	**20**	**20**	**19**	**19**

$$V_{EQUILIBRIO} = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{V}}$$

RATIOS FINANCIEROS

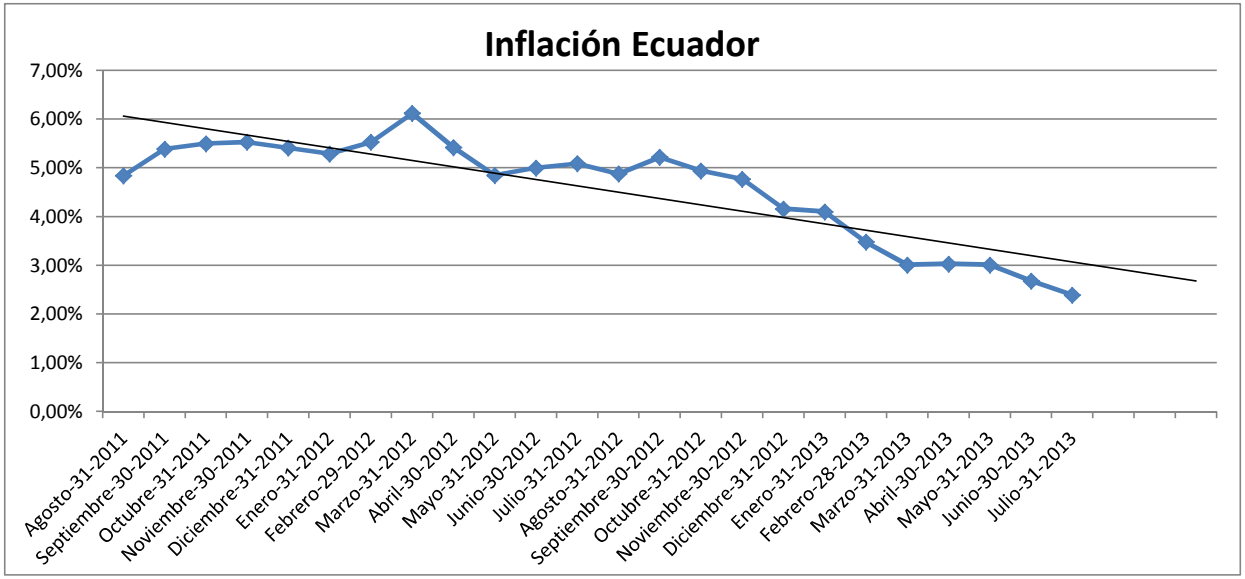
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO ANTES DEL SERVICIO DEUDA	**-$ 433.480**	**$ 54.587**	**$ 113.502**	**$ 187.271**	**$ 253.085**	**$ 286.258**
DEPRECIACION	$ 0	$ 19.359	$ 19.359	$ 19.359	$ 19.359	$ 19.359
FLUJO NETO DE EFECTIVO	**-$ 433.480**	**$ 73.946**	**$ 132.861**	**$ 206.630**	**$ 272.444**	**$ 305.617**

		TASA ACTIVA/PASIVA	INFLACION	RIESGO
TASA DE OPORTUNIDAD	**0,157**	**0,0813**	**0,0457**	**0,03**

TIR	27%
VAN	$ 162.532,91

RECUPERACION DE LA INVERSION		
INVERSION INICIAL	-433.480	
1	73.946	-359.533
2	132.861	-226.673
3	206.630	-20.043
4	**272.444**	**252.401**

MES	PORCENTAJE
Agosto-31-2011	4,84%
Septiembre-30-2011	5,39%
Octubre-31-2011	5,50%
Noviembre-30-2011	5,53%
Diciembre-31-2011	5,41%
Enero-31-2012	5,29%
Febrero-29-2012	5,53%
Marzo-31-2012	6,12%
Abril-30-2012	5,42%
Mayo-31-2012	4,85%
Junio-30-2012	5,00%
Julio-31-2012	5,09%
Agosto-31-2012	4,88%
Septiembre-30-2012	5,22%
Octubre-31-2012	4,94%
Noviembre-30-2012	4,77%
Diciembre-31-2012	4,16%
Enero-31-2013	4,10%
Febrero-28-2013	3,48%
Marzo-31-2013	3,01%
Abril-30-2013	3,03%
Mayo-31-2013	3,01%
Junio-30-2013	2,68%
Julio-31-2013	2,39%



Datos obtenidos:

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion