Proyecto de Inversión para la creación de un Campamento Vacacional dirigido a niños con Sobrepeso u Obesidad en la ciudad de Guayaquil

Diana C. Gaibor Vinueza
Carlos A. Parrales Ramos
Verónica I. Valdez Vallejo
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
dgaibor@espol.edu.ec
caparral@espol.edu.ec
vvaldez@espol.edu.ec

Dr. Fabrizio Noboa S., PhD
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
fanoboa@espol.edu.ec

Resumen

Para gran parte de la población mundial, la obesidad ha llegado a ser una obsesión, problema que no excluye a niños y niñas. La obesidad infantil está en aumento y preocupa gravemente a profesionales de la salud, padres y educadores. Los niños de hoy en día se tornan gordos con más rapidez que en cualquier otra época. Dadas estas circunstancias, el presente plan de negocio consiste en la creación de un campamento vacacional para niños con problemas de sobrepeso u obesidad, en donde personas especializadas puedan contribuir a la mejora de la salud de estos niños, ofreciéndoles apoyo nutricional, mecanismos de conducta, e inculcando en ellos el hábito del deporte y de una cultura alimenticia saludable, para que a futuro tengan un mejor estilo de vida. El campamento que se propone crear llevará el nombre de "CAMPAMENTO VACACIONAL SALUDABLE" y estará ubicado en un terreno de 6000 m2 al pie del río Daule en la vía La Aurora, cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande. El campamento está diseñado para una capacidad de 50 campistas y el precio mensual por campista se ha fijado en US $800.

Palabras Claves: *Obesidad Infantil, Campamento Vacacional, Rentabilidad.*

Abstract

For great part of the world-wide population, the obesity has become in a problem that does not exclude children. The infantile obesity is increasing and it seriously worries to health professionals, parents and educators. Nowadays, the children become fat faster than at any other time. Given these circumstances, the present plan of business consists of the creation of a vacation camping for children with this kind of disease such as overweight or obesity, where specialized people can contribute to improve the health of these children, offering them nutritional support, mechanisms of conduct, and instilling in them the habit of the sports and a healthful nutritional culture, so they could have a better life style. The project we are proposing will take the name of "CAMPAMENTO VACACIONAL SALUDABLE" and will be located in a 6000m2 land on the foot of the Daule river in La Aurora route, near to Matices and Santa María Casa Grande urbanizations. The camping is designed for a capacity of 50 campers and the monthly price by camper will be U.S. $800.

Palabras Claves: *Infantile Obesity, Vacation Camping, Profitability.*

1. Metodología Investigativa.

El enfoque que tuvo la investigación fue Exploratorio. La investigación exploratoria tiene como objetivo descubrir ideas y conocimientos, entre sus características están la flexibilidad y versatilidad. Los métodos que se utilizan en una investigación exploratoria son: Investigación cualitativa, Análisis de datos secundarios y Sondeo.

Existen diversas razones para utilizar una investigación cualitativa, entre ellas que la gente puede no estar dispuesta o no ser capaz de contestar ciertas preguntas, o no está dispuesta a dar respuestas verdaderas a preguntas que invaden su privacidad, que los avergüenza o que tienen un impacto negativo en su ego o status.

Como parte de la investigación cualitativa, se realizaron grupos de enfoque y entrevistas a expertos.

Para esta investigación se realizaron dos grupos de enfoque. El primer grupo de enfoque estuvo conformado por niños con las siguientes características: edad entre los 8 y 13 años, índice de masa corporal superior a lo establecido de a la edad e ingresos de los padres superiores a los 1,000 dólares mensuales. En el segundo grupo de enfoque participaron los padres de los niños del primer grupo de enfoque.

Para esta investigación se realizaron dos entrevistas a expertos. La primera entrevista se realizó a un psicólogo y la segunda a un nutricionista. Ambos profesionales poseen una amplia experiencia en sus campos y énfasis en trabajo con niños.

Los datos secundarios son datos recopilados con algún propósito que no es el problema actual. Para esta investigación entre la información requerida se puede mencionar la siguiente: población infantil de la ciudad de Guayaquil, tasa de crecimiento de la población infantil de Guayaquil, ingresos mensuales de la cabeza familiar, número de escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil, porcentaje de obesidad en la población infantil guayaquileña y número de campamentos vacacionales en Guayaquil, con sus respectivos costos y tiempos de duración.

El sondeo es una herramienta que se utiliza en procesos exploratorios, debido a que las encuestas realizadas no son mayores a 60, no tienen significancia estadística. Para esta investigación se realizaron 40 encuestas dirigidas a padres de familia con hijos con sobrepeso u obesidad con ingresos superiores a 1000 dólares mensuales.

1.1. Resultados de la Investigación.

En el grupo de enfoque de los niños, se determinó que para ellos es una idea atractiva que exista un campamento vacacional donde practiquen los deportes que más les gusta y realicen actividades recreativas nuevas, y que para ellos no es un problema estar lejos de casa aproximadamente un mes. Dentro de las actividades que quisieran realizar están recibir clases de baile, guitarra y excursiones.

En el grupo de enfoque de los padres, se determinó que ellos consideran interesante e importante que sus hijos adquieran buenos hábitos alimenticios mediante actividades deportivas, recreativas y talleres de motivación que los ayuden a tratar su enfermedad. También se determinó que la infraestructura física del campamento y su personal es muy relevante ya que deben brindar seguridad y confianza tanto para los padres como para sus hijos.

Además, ellos están dispuestos a participar en el tratamiento para combatir la enfermedad de sus hijos, recibiendo las charlas nutricionales que se ofrecerán especialmente para padres en el campamento; y a su vez les gustaría que se dé un seguimiento al problema para fortalecer los nuevos hábitos.

En la entrevista a profundidad, la nutricionista aconseja que además de los niños, es necesario trabajar con los padres, y focalizarse en ellos, ya que si los niños son obesos, es debido a los malos hábitos de sus padres. Si no se puede cambiar la mentalidad del adulto, será difícil cambiar la de los niños, y el campamento vacacional serviría como un tratamiento para combatir la obesidad, que es considerada una enfermedad que a la larga trae problemas metabólicos que repercutirán durante toda la vida del niño.

La psicóloga a su vez comenta que la creación de un campamento vacacional que ayude a niños con problemas de obesidad y sobrepeso es una buena idea, porque muchas veces los padres, para que su hijo pierda peso lo llevan al doctor, pero se olvidan de la parte psicológica, o por el contrario lo llevan al psicólogo y no toman en cuenta la parte biológica.

Mediante el sondeo se determinó que los métodos más utilizados para combatir la obesidad y sobrepeso en los niños son la dieta y el ejercicio, sin embargo dichos métodos no surten el resultado esperado en su gran mayoría por falta de motivación. Asimismo se determinó que a la mayoría de padres de familia les gustaría que el campamento sea en un complejo cerrado, que sea mixto y que su duración sea menor a un mes, indiferentemente de que sea niño o niña.

En cuanto al costo del campamento, se estableció que el precio que estarían dispuestos a cancelar los padres encuestados es de USD. 500.00 por niño, aproximadamente.

2. Análisis Sectorial.

En la industria de Control y Cuidado de la Salud, se encuentra el sector de Pérdida de Peso donde compiten los campamentos vacacionales para pérdida de peso. Una de las herramientas más utilizadas para evaluar la estructura del sector es el modelo de las cinco fuerzas de Porter , según el cual la rentabilidad potencial de una industria en el largo plazo depende del grado de rivalidad entre los competidores existentes, de la amenaza de entrada de nuevos competidores, de la presión de productos sustitutos, y del poder de negociación de consumidores y proveedores.

Las amenazas de entrada de nuevos competidores se refiere a la facilidad con que nuevas empresas pueden ingresar en el sector; depende del tamaño de las barreras de entrada y de las reacciones esperadas de los competidores presentes en el sector.

Como barreras de entrada, se ha estimado una inversión inicial superior a los US $300,000, y personal calificado, trece personas, para el funcionamiento del campamento, dentro de los cuales constan cinco guías, un nutricionista y un psicólogo. Las represalias esperadas por las empresas rivales, se consideran de baja intensidad debido a que ningún campamento tiene como objetivo el nicho de mercado a satisfacer. El alto requerimiento de capital, y las pocas represalias esperadas por las empresas establecidas en el sector, hacen que la amenaza de entrada se considere baja. Por lo tanto se estima que la rentabilidad promedio del sector será alta en el largo plazo.

El grado de rivalidad entre las empresas existentes en un sector se refiere a la intensidad con que dichas empresas compiten para mantener su posición en el mercado. El número de empresas que actualmente se dedica a ofrecer nutrición y distracción simultáneamente es nulo, sin embargo, existe una amplia oferta de campamentos vacacionales, de manera que la entrada al mercado de un nuevo campamento no generaría mayor reacción en los competidores ya que tienen su mercado definido. Los campamentos vacacionales que existen en la ciudad, destinan pocos recursos a la promoción y publicidad de sus servicios, y rara vez amplían sus servicios.

En conclusión, el grado de rivalidad de competidores en este sector se considera neutral por lo que la rentabilidad promedio sería igual al costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

La presión ejercida por productos sustitutos se refiere al número de productos capaces de satisfacer la necesidad cubierta por el producto del sector en estudio. Los campamentos vacacionales que existen actualmente en Guayaquil a pesar de lograr que los niños, al realizar actividades físicas disminuyan su peso, no crean en ellos buenos hábitos alimenticios que permanezcan durante toda su vida. Además los métodos más utilizados por los padres de familia para que sus niños pierdan peso son la dieta y el ejercicio, los cuales al no contar con un seguimiento profesional no surten un efecto duradero. En conclusión debido al bajo número de sustitutos, la rentabilidad será alta en el largo plazo.

El poder de negociación de los consumidores hace referencia a su capacidad de ejercer presión sobre los precios y sobre el nivel de servicio existentes en el mercado. El poder de negociación de los consumidores es alto debido a la gran variedad de opciones de campamentos y cursos vacacionales que existen a nivel local, sin embargo estos no cuentan con mucha publicidad y la lealtad que generan es baja debido a que los niños prefieren una actividad diferente cada año. En conclusión, la rentabilidad promedio está por debajo del costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

El poder de negociación de los proveedores hace referencia a su capacidad de ejercer presión sobre los precios que cobran y sobre el nivel de servicio que ofrecen en el mercado. El poder de negociación de los proveedores de un campamento vacacional para pérdida de peso (nutricionistas, psicólogos y entrenadores físicos) es normal ya que los precios que cobran por sus servicios prestados son los establecidos en el mercado. En conclusión, la rentabilidad promedio es igual al costo de oportunidad del capital en el largo plazo.

Se espera que la rentabilidad promedio a largo plazo sea alta, debido a que existen dos fuerzas claramente favorables (Amenazas de entrada y sustitutos), dos neutras (Poder de negociación de los proveedores y rivalidad) y una negativa (Poder de negociación de los consumidores). En conclusión el desafío estratégico consiste en contrarrestar el alto poder de negociación de los consumidores, mediante el convencimiento a los padres. Se debe convencer a los padres de familia que el campamento vacacional tratará el problema de obesidad y sobrepeso de sus hijos de una forma integral.

3. Estudio de la Competencia.

A continuación se presentan un detalle de los campamentos más conocidos de la ciudad y sus respectivos precios:

Tabla 1. Principales Campamentos en Guayaquil

Campamentos	Precio Mensual	Calidad
Cerro Blanco	$ 330.00	Baja
Academia Aire Libre	$ 480.00	Media
Eterna Primavera	$ 500.00	Baja
La Tortuga	$ 750.00	Media
Turismo y Aventura	$ 1,050.00	Alta

Analizando el mapa estratégico de los competidores, el sector más atractivo, debido a la ausencia de rivales, es aquel que muestre una calidad alta con un precio mensual entre USD. 500 y USD. 800.

4. Plan Comercial.

4.1. Producto

El "Campamento Vacacional Saludable" es un programa de buena salud y pérdida de peso basado en décadas de investigación científica. Además, permite a los niños desarrollar la autonomía, hacer nuevos amigos, desarrollar nuevas habilidades sociales, ser creativos y aprender sobre el trabajo en equipo. El número de campistas por mes es de 50 niños.

Los campistas aprenden a disfrutar una dieta de bajo contenido graso que es nutritiva y deliciosa. Esta dieta satisface el hambre y es la dieta óptima para contrarrestar los factores biológicos y ambientales que contribuyen al aumento de peso. Los campistas aprenden a buscar estas comidas en tiendas de comestibles, y pedir estas comidas en restaurantes.

El campamento saludable emplea a profesionales entrenados en terapia cognitivo - conductual (CBT) para ayudar a los campistas a realizar cambios en su dieta y sus actividades permanentes. A veces las costumbres se vuelven demasiado arraigadas a modificar sin un gran cambio, y un campamento de verano que se especializa en la pérdida de peso puede hacer una enorme diferencia en las vidas de los niños con sobrepeso.

Si bien los campistas aprenden a ser autosuficientes en la toma de decisiones saludables, las familias tienen un impacto significativo en el éxito a largo plazo de los campistas. De hecho, a menudo toda la familia va a perder peso junto con su hijo o hija. Las familias a asistir a un taller que se realiza una vez por semana dirigido por los profesionales del campamento.

4.2. Precio.

A pesar del resultado que arrojó la investigación de mercado, 500 dólares, el precio mensual por campista durante el primer año de labores ha sido fijado en 800 dólares, debido a la alta inversión a realizar, los costos administrativos y de ventas; así como también los servicios mejorados que brindará el campamento.

Este valor podrá ser cancelado en dos partes, el 50% al inicio del campamento y el saldo, dos semanas después, ambos valores en efectivo.

4.3. Plaza

El "Campamento Vacacional Saludable" se ubicará al pie del río Daule en la vía La Aurora, cerca de las urbanizaciones Matices y Santa María de Casa Grande. El terreno es de 6000 m2, este tamaño se estableció para la comodidad de los 50 campistas y tomando en cuenta las áreas deportivas.

4.4. Promoción.

El "Campamento Vacacional Saludable" se promocionará de la siguiente manera:

Visitas a centros educativos: Durante el mes de diciembre los guías dictarán una charla a los padres de familia en las escuelas y colegios seleccionados, aprovechando de esta manera las convocatorias que se realizan por la finalización del año lectivo. En dicha charla se hablará sobre las consecuencias del sobrepeso y la obesidad en los niños y adolescentes, y sobre los beneficios que brinda un campamento vacacional. Así mismo, se entregarán folletos a los padres de familia, que contendrán información sobre el campamento como ubicación, fotos, teléfonos de contacto y personal que trabaja en el campamento.

Publicidad en medios de comunicación: Se realizará una campaña publicitaria en la radio y periódicos locales, donde se destacará los problemas originados por el sobrepeso y la obesidad, y las características de nuestro campamento vacacional. Dicha publicidad se realizará durante los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero de cada año.

En el caso de la publicidad radial, los anuncios se realizarán en programas con contenido médico, adicional se realizará anuncios publicitarios en el diario "El Universo" en la sección dominical "La Revista".

5. Plan Financiero.

El horizonte de proyección del Campamento Vacacional Saludable es de 10 años, ya que se tiene como objetivo para permanencia en el largo plazo y se basa en el supuesto de continuidad del negocio.

Los ingresos del campamento estarán conformados de la siguiente manera: número de campistas por mes es de 50, precio mensual del campamento de USD. 800 por niño y el crecimiento de los costos y precio es de 9% (Se toma como referencia la inflación estimada del año 2009).

El monto de la inversión total requerida para la construcción de las instalaciones del proyecto se estima en US $ 338,605.63, de los cuales el 95.70% corresponde a la inversión fija, el 4% al capital de trabajo, estimado para un mes de operación, y el 0.30% corresponde a la inversión diferida. El capital de la empresa estará conformado 60% deuda y 40% capital propio. La tasa de interés de la deuda es del 9.79% a 3 años plazo con pagos fijos mensuales, en el Banco Bolivariano.

En el estado de resultado del campamento vacacional, se observa que desde el primer año de operación, se generará una utilidad neta positiva. También se observa que el mayor desembolso se genera en materiales directos, es decir en la dieta de los campistas.

Tabla 2. Utilidad Neta

Año	Utilidad Neta
1	$ 31,729.60
2	$ 38,462.22
3	$ 45,961.36
4	$ 53,048.44
5	$ 58,467.15
6	$ 64,501.05
7	$ 70,939.02
8	$ 77,956.40
9	$ 85,605.35
10	$ 93,942.71

5.1. Tasa de Descuento.

Tabla 3. Cálculo del CCPP

Bp	0.66
Rf[1]	2.85%
Rm - Rf	4.79%
Kp	6.03%
Spread (Riesgo País)	8.37%
KP TOTAL	14.40%
Nivel de deuda (L)	40%
Nivel impositivo (t)	25%
Tasa de deuda (rd)	9.79%
CCPP	11.58%

El VAN (Valor Actual Neto) es el mejor método conocido y más aceptado por los evaluadores de proyectos. Este método se basa en medir la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión, por lo tanto un VAN positivo indica un proyecto rentable.

Dada la explicación anterior se tiene que para el caso del campamento vacacional saludable, un horizonte de trabajo de 10 años, a una tasa obtenida por el CCPP=11.58% da como resultado que el VAN positivo de $224,026.05 ante lo cual se puede concluir que es rentable efectuar la inversión para el campamento vacacional saludable.

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad como un porcentaje, es una tasa que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrega de efectivo al valor equivalente de flujos salientes de efectivo. Para el caso del campamento vacacional

[1] Fuente: http://finance.yahoo.com/bonds

saludable, se obtiene una TIR de 25.82% superior a la TMAR 14.40% ante lo cual se puede concluir que es rentable efectuar la inversión.

El periodo de recuperación de capital constituye un indicador económico muy importante en la toma de decisiones para aceptar o no una inversión, debido a que mide el tiempo que se necesitará para que los ingresos en caja igualen a los desembolsos generados por dicha inversión. El periodo de recuperación de la inversión se presenta en el transcurso del año seis.

6. Conclusiones y Recomendaciones.

En la ciudad de Guayaquil, existen actualmente muchos campamentos vacacionales, sin embargo, ninguno de ellos se ha focalizado en los niños y adolescentes con problemas de obesidad o sobrepeso.

De acuerdo a la investigación de mercado realizada, existe un gran nivel de aceptación para la creación de un campamento vacacional cuya misión sea combatir la obesidad y el sobrepeso en los niños y adolescentes.

Convencer a los padres de familia que el campamento vacacional logrará resultados efectivos en el tratamiento del problema de sus hijos es el principal desafío estratégico que se presenta en el plan de negocio.

Desde el punto de vista financiero, podemos decir que el proyecto, es viable, pues se obtuvo un porcentaje de 25.82% de retorno de la inversión, con un Van de US $.224,026.05.

7. Bibliografía

INVESTIGACION DE MERCADOS, Kinnear/Taylor, Quinta edición, McGrawHill, 2000.

PLANEACION ESTRATEGICA DE LA TEORIA A LA PRACTICA, Mc Carthy y Perreault, McGrawHill

MARKETING ESTRATEGICO, Jean-Jacques, Tercera Edición, McGrawHill, 2002

MARKETING, Kerin y Berkowitz, Séptima Edición, McGrawHill, 2003

ADMINISTRACION FINANCIERA CORPORATIVA, Douglas Emery y John Finnery, Primera Edición, Prentice Hall, 2000.

PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, Richard A. Brealey, Cuarta Edición, McGrawHILL,1996

Dr. Fabrizio Noboa S. PhD
Director – Tópico de Graduación

Guayaquil, Febrero 25 del 2009