



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO
DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**

AUTORA: GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ

ASESOR: Dra. SORAYA RHEA G.

Ibarra, Julio 2014

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a la definición de la Organización De Naciones Unidas, una persona se convierte en adulto mayor cuando alcanza los 60 años, en la provincia de Imbabura, este segmento de mercado alcanza el 11,11% del total de la población; si bien estas personas aún pueden realizar las actividades que deseen, las características psicológicas, físicas, funcionales y sociales propias de la edad hacen que el resto de la sociedad los considere como una categoría independiente del resto, separados como grupo con características propias, al igual que les ocurre a los niños, jóvenes o personas maduras por lo tanto, con necesidades exclusivas; una de las más importantes es la relación que deben tener con sus pares o el resto de las personas de distintos grupos de edad, es decir una necesidad psicológica importante y que les ayuda a no sentirse aislados o, como una carga para el resto; normalmente, cuando se piensa en centros para la atención de adultos mayores se piensa en asilo de ancianos o iniciativas de esa índole y que por lo tanto consideran a este grupo poblacional como un segmento totalmente dependiente e incapaz de valerse por sí solos, este trabajo demuestra todo lo contrario, existe dentro de esta fracción de la población un importante porcentaje que es independiente económicamente hablando, son sanos, activos, sin embargo, necesitan del contacto con sus pares ya que por distintas circunstancias, les es difícil mantener un contacto permanente con amigos u otros, estas personas no requieren de asilos donde vivan permanentemente, con personal capacitado para cuidarlos, sino más bien, requieren de un lugar donde puedan estar cuando lo deseen, no necesariamente pernoctando, en ese lugar pueden encontrar amigos y de esa forma mantener una vida social activa, es por esto que se consideró este tema de investigación para realizar el trabajo de grado, la creación de un centro de recreación para personas adultas mayores en la ciudad de Ibarra, considerando que en la zona no existen iniciativas similares y sin embargo, existe un mercado potencial suficientemente amplio que permita la ejecución exitosa del proyecto.

SUMMARY

According to the definition of the United Nations Organization, a person becomes older adult when it reaches the age of 60, in the province of Imbabura, this segment of the market reaches the 11.11 % of the total population; while these people can still perform the activities they wish, the psychological characteristics, physical, functional and social characteristics of the age they are than the rest of society considers them as a separate category from the rest, separated as a group with their own characteristics, like what happens to the children, young or mature persons therefore, with unique needs; one of the most important is the relationship that should have with their peers or the rest of the People of different age groups, that is to say an important psychological need and helps them to not feel isolated or as a burden for the rest; normally, when you think of centers for the care of older adults think of asylum for the elderly or of such initiatives and that therefore considered in this population group as a segment totally dependent and unable to fend for themselves, this work shows the opposite, exists within this fraction of the population a significant percentage that is economically independent speaking, they are healthy, active, however, need contact with their peers as by different circumstances, it is difficult to maintain a permanent contact with friends or Other, these people do not require nursing homes where they live permanently, with trained staff to care for them, but rather require a place where they can be when they want, not necessarily isle, in that place can find friends and in that way keep an active social life, and this is why it was considered this topic of research to do the work of degree, the creation of a recreation center for older adults in Ibarra, considering that in the area there are no similar initiatives and however, there is a potential market sufficiently broad to enable the successful implementation of the project.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE GRADO

GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ, portadora de cédula de ciudadanía N° 1002078119 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas en este documento.



GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ

C.I. 1002078119

INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA" certifico que el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de Ibarra, 04 Junio 2014

Firma.....

Dra: Soraya Rhea

CESIÓN DE DERECHOS

CESIÓN DE DERECHOS

GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**", que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A de la Universidad Técnica del Norte, quedando la institución facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En mi condición de autora me reservo los derechos morales del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:



DATOS DE CONTACTO

GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ	
APellidos y Nombres:	GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ
C.I.	1002078119
DIRECCIÓN:	San Antonio Barro Tanguarín
EMAIL:	gelopez78@yahoo.es
TELÉFONO-FUJO:	062332368
Ibarra, 23 Julio 2014	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información.

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002078119
APELLIDOS Y NOMBRES:	GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ
DIRECCIÓN	San Antonio Barrio Tanguarín
EMAIL:	gelopez06@yahoo.es
TELÉFONO FIJO:	062932356

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA		
FECHA:	23 Julio 2014		
PROGRAMA:	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; text-align: center;">X</td> <td style="width: 20px;"></td> </tr> </table> PREGRADO POSGRADO	X	
X			
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad CPA		
ASESOR/ DIRECTOR:	Dra. Soraya Rhea		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

GRACIELA ELIZABETH LÓPEZ YÉPEZ , en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales,

por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 23 Julio 2014

con su afecto y constante esmero supieron recalcar en mí valores como la
responsabilidad, la perseverancia, el deseo de superación y fueron los que
guiaron mis pasos desde el inicio hasta la culminación de esta carrera

A mi esposo y amigo quien le ha dado un sentido diferente a mi vida y con
su apoyo en este trabajo. Marco Montecinos

LA AUTORA: **ACEPTACIÓN:**



Nombres: Graciela López Nombre: Ing. Betty Chávez

C. I. 1002078119 Cargo: Jefe de biblioteca

Graciela López

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas más importantes en mi vida MI FAMILIA, pero primordialmente a MIS PADRES: Evita Yépez y Manuel López quienes con su afecto y constante esmero supieron inculcar en mí valores como la responsabilidad, la perseverancia, el deseo de superación y fueron los que guiaron mis pasos desde el inicio hasta la culminación de esta carrera.

A mi esposo y amigo quien le ha dado un sentido diferente a mi vida y con su ayuda concluí este trabajo, Marco Montesdeoca.

Graciela López

AGRADECIMIENTO

Primero al TODOPODEROSO que con fuerza silenciosa y divina me llevó a realizar esta gran meta.

Además hago extensivo mi agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte, a mis catedráticos que supieron impartir en mí el conocimiento, en especial a la Dra. Soraya Rhea por ser mi Directora de tesis quien me asesoró con mucha amabilidad.

A mis lectores: Ec. María Cristina Paz, Dr. Benito Scacco e Ing. Marcelo Vallejos que actuaron con profesionalismo en la revisión de esta tesis.

También agradezco a todas aquellas personas que de alguna manera me brindaron su apoyo incondicional y me ayudaron para la realización de este trabajo de grado.

Graciela López

PRESENTACIÓN

El presente trabajo denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA “UNA NUEVA VIDA”** se ha realizado bajo el criterio y modalidad de proyecto de factibilidad.

Para dar un conocimiento general del contenido de estudio presento a continuación una síntesis de lo que se trató en cada capítulo en este Informe de trabajo de grado. El informe consta de siete capítulos:

En el Capítulo I mediante el Diagnóstico Situacional, consta detallada la información relacionada con la ciudad de Ibarra, las circunstancias en las que se encuentran los adultos mayores, el número de adultos mayores, la relación con sus familias así como el nivel socio económico, aspectos que determinan el requerimiento de emprender con este proyecto.

El Capítulo II se refiere al Marco Teórico, para el desarrollo de la investigación es necesaria la utilización de conceptos que permitan la mejor comprensión de este trabajo bases teóricas y científicas que detallan varios aspectos: sociales, administrativos, contables, financieros. Mismos que están reflejados en: Libros y el Internet.

El Capítulo III el Estudio de Mercado, tiene como finalidad definir con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos: la existencia real de clientes para los servicios a ofrecerse, la oferta existente, la disponibilidad de los clientes para pagar el precio establecido, la proyección de ventas y mecanismos de mercado.

En el Capítulo IV el Estudio Técnico, se definen los mecanismos para lograr el servicio deseado, esto origina la necesidad de identificar los equipos, tecnología, recursos humanos, suministros, formas de operación,

capital de trabajo, financiamiento, tamaño del proyecto, infraestructura física, macro y micro localización, diagramas de procesos.

En el Capítulo V el Estudio Financiero, se determinan las necesidades de recursos financieros para lo cual se presentan las inversiones totales, se proyectaron los Ingresos y Gastos a cinco años, se presenta el Estado de Resultados, Balance Inicial, Flujo de Caja, además los siguientes indicadores: costo de oportunidad, valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), período de recuperación(PRI) , relación beneficio costo (B/C) y punto de equilibrio, que permitieron establecer la posibilidad de llevar adelante este proyecto.

El Capítulo VI nos muestra la Propuesta Administrativa, con la misión, la visión, los objetivos, principios, políticas y valores, procesos, talento humano, propuesta legal, constitución de la empresa.

Con El Capítulo VII Análisis de Impactos concluye este trabajo , en el que se analizan los impactos que generará la realización del presente proyecto, se han considerado impactos en los campos económico, social, educativo y ambiental con la finalidad de establecer el impacto general que tendrá en la ciudad de Ibarra.

Conclusiones y Recomendaciones.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
CONSTANCIAS	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
ANTECEDENTES	xxiv
JUSTIFICACIÓN	xxv
OBJETIVOS	xxvi
OBJETIVO GENERAL	xxvi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxvi
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos	29
Variables diagnósticas	29
Indicadores diagnósticos	29

Matriz de relación diagnóstica.....	31
Análisis de variables diagnósticas	31
Población	31
Tipo de relación familiar	32
Nivel socio económico	35
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	39
Aliados	39
Oponentes	40
Oportunidades	40
Riesgos	41
Determinación de la oportunidad de inversión	41
CAPÍTULO II	43
MARCO TEÓRICO	43
LA Vejez	43
Envejecimiento.....	45
LA Gerontología.....	46
Campo de acción.....	46
Geriatría.....	47
La recreación	47
Opciones de recreación	48
La empresa	48
Concepto de pequeña y mediana empresa	51
Empresas de servicios	54
Naturaleza y características de un servicio.....	54
Contabilidad.....	56
Importancia de la contabilidad	56
Controles contables financieros en la empresa	57
Estados financieros.....	58
Estado de situación financiera	59
Estado de resultados	59
Estado de evolución del patrimonio	60
Estado de flujos de efectivo	60

Consideraciones para la presentación de los estados financieros	60
La mercadotecnia	62
Decisiones en marketing	63
Las 4 p de la mercadotecnia	64
Producto	64
Precio	64
Plaza o distribución	65
Promoción	65
El proceso administrativo	66
Aspectos legales	68
Evaluación financiera	71
TIR	71
VAN	72
Costo de oportunidad	72
Análisis costo – beneficio	73
Punto de equilibrio.....	73
CAPÍTULO III	75
ESTUDIO DE MERCADO	75
Presentación	75
Identificación del servicio	75
Objetivos del capítulo	77
Objetivo general	77
Objetivo específico	77
Matriz de relación del estudio comercial	78
Mecánica operativa	78
Población.....	78
Muestra	79
Instrumentos para recolección de información	81
Tabulación y procesamiento de la información	81
Mercado meta	94
Segmento de mercado	94
Identificación de la demanda.....	96

Proyección de la demanda	97
Identificación de la oferta	98
Proyección de la oferta	99
Demanda insatisfecha	100
Análisis de competidores	100
Diferencias con el proyecto:.....	102
Proyección de precios.....	102
Comercialización.....	103
Estrategia de plaza	103
Estrategia de precio	103
Estrategia de producto.....	104
Estrategia de promoción	105
CAPÍTULO IV.....	108
ESTUDIO TÉCNICO	108
Localización del proyecto.....	108
Macro localización	108
Micro localización.....	109
Vías de acceso	110
Factores determinantes de la micro localización	110
Ubicación de la planta.....	111
Etapas de preoperación.....	111
Diseño de instalaciones	112
Distribución de la planta.....	114
Flujograma de procesos	114
Presupuesto técnico	118
Valorización de inversiones	118
Financiamiento.....	120
Talento humano	121
Tamaño del proyecto	122
Capacidad instalada	123
CAPÍTULO V.....	124
ESTUDIO FINANCIERO	124

Inversiones	124
Capital de trabajo	125
Financiamiento	126
Costo de oportunidad, tasa de rendimiento medio	127
Proyección de ingresos	128
Egreso	130
Costos	130
Detalle de sueldos de operación	131
Detalle de costo en alimentación.....	135
Costos indirectos de producción	135
Depreciación equipos de operación	136
Gastos	137
Detalle de sueldos de administración.....	137
Servicios básicos.....	140
Arriendos	140
Depreciación equipos de administración.....	140
Saldo de activos	141
Amortización del préstamo	142
Estados financieros	143
Balance inicial	143
Estado de resultados.....	144
Flujo de caja.....	145
Evaluación financiera	146
Cálculo del VAN	146
Tasa interna de retorno	146
Período de recuperación del capital	147
Relación beneficio costo	148
Punto de equilibrio.....	149
CAPÍTULO VI.....	151
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL.....	151
Estructura administrativa	151
Denominación	151

Importancia	151
Beneficiarios	151
Sector económico	151
Tipo de empresa	152
Misión	155
Visión	156
Objetivos, principios, políticas, valores	156
Objetivos estratégicos.....	156
Principios	157
Políticas	158
Valores.....	159
Estructura organizacional	160
Organigrama orgánico funcional	160
Niveles administrativos	161
Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos	161
Aspectos legales de constitución	171
Requisitos para sacar el RUC.....	171
Requisitos para sacar la patente municipal	172
CAPÍTULO VII.....	173
ANÁLISIS DE IMPACTOS	173
Impacto económico.....	174
Impacto social	176
Impacto educativo.....	178
Impacto ambiental.....	180
Impacto general	182
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	183
CONCLUSIONES	183
RECOMENDACIONES.....	185
BIBLIOGRAFÍA.....	187
LINKOGRAFÍA.....	191
ANEXOS	192
Anexo 1: Tabla de amortización del Préstamo.....	193

Anexo 2: Saldo activos en libros	195
Anexo 3: Proformas.....	196
Anexo 4: Proforma de publicidad cadena radial América.....	202
Anexo 5: Proforma de publicidad diario el Norte	204

ÍNDICE DE CUADROS

Nº 1 Matriz de relación diagnóstica	31
Nº 2 Población del cantón Ibarra por grandes grupos de edad	32
Nº 3 Estado conyugal de los adultos mayores del cantón Ibarra	33
Nº 4 Relación de parentesco.....	34
Nº 5 Nivel más alto de instrucción formal alcanzado.....	35
Nº 6 Cobertura de salud.....	38
Nº 7 Propiedad de la vivienda	38
Nº 8 Tamaño de la empresa en relación al factor talento humano	52
Nº 9 Delimitación micro y pequeña empresa.....	53
Nº 10 Matriz de diagnóstico de mercado.....	78
Nº 11 Población en estudio	78
Nº 12 Nivel de sociabilidad.....	82
Nº 13 Relación social con familiares	83
Nº 14 Actividades preferidas	84
Nº 15 Frecuencia.....	85
Nº 16 Interés en el servicio.....	86
Nº 17 Servicios demandados	87
Nº 18 Movilización	88
Nº 19 Demanda por medicina preventiva	89
Nº 20 Frecuencia de consumo	90
Nº 21 Competencia	91
Nº 22 Precio	92
Nº 23 Medio de comunicación más visto.....	93
Nº 24 Cálculo de la demanda actual	97
Nº 25 Proyección de demanda	98
Nº 26 Proyección de oferta.....	99

Nº 27 Demanda insatisfecha.....	100
Nº 28 Centros de cuidado a personas adultas mayores en Ibarra	101
Nº 29 Proyección de precios.....	102
Nº 30 Matriz de ponderación de micro localización	112
Nº 31 Distribución de la planta.....	113
Nº 32 Detalle de inversiones.....	118
Nº 33 Detalle de activos fijos	119
Nº 34 Resumen inversiones.....	120
Nº 35 Financiamiento.....	121
Nº 36 Necesidades de talento de humano.....	121
Nº 37 Participación de mercado.....	123
Nº 38 Capacidad de producción	123
Nº 39 Detalle de inversiones.....	124
Nº 40 Necesidades de capital de trabajo	125
Nº 41 Capital de trabajo, sueldos.....	125
Nº 42 Servicios básicos	126
Nº 43 Fuentes de financiamiento	127
Nº 44 Tasa de rendimiento medio.....	127
Nº 45 Cuota de mercado aspirada	129
Nº 46 Detalle de precios	129
Nº 47 Detalle de ingresos	130
Nº 48 Resumen de costos	130
Nº 49 Detalle de sueldos de operación.....	131
Nº 50 Sueldo médico	131
Nº 51 Sueldo enfermeras.....	132
Nº 52 Sueldo personal aseo	132
Nº 53 Sueldo cocinera	133
Nº 54 Sueldo Ayudante de cocina	133
Nº 55 Honorarios instructores	134
Nº 56 Promedio de Inflación de los últimos 5 años	134
Nº 57 Costo de alimentación.....	135
Nº 58 Total gasto en servicios básicos	135

Nº 59 Costo indirecto de fabricación	136
Nº 60 Depreciación equipos operación	136
Nº 61 Detalle saldo activos de operación	136
Nº 62 Detalle de gastos.....	137
Nº 63 Resumen sueldos de administración.....	138
Nº 64 Sueldo gerente	138
Nº 65 Sueldo secretaria.....	139
Nº 66 Sueldo contador	139
Nº 67 Gastos en servicios básicos	140
Nº 68 Gasto en arriendo.....	140
Nº 69 Depreciación equipos de administración	141
Nº 70 Detalle saldo activos de administración.....	141
Nº 71 Resumen de tabla saldo de activos.....	142
Nº 72 Resumen tabla de amortización de la deuda	142
Nº 73 Balance inicial.....	143
Nº 74 Estado de resultado.....	144
Nº 75 Flujo de caja	145
Nº 76 Cálculo del VAN	146
Nº 77 Período de recuperación del capital	148
Nº 78 Análisis de impactos.....	173
Nº 79 Impacto económico	174
Nº 80 Impacto social.....	176
Nº 81 Impacto educativo	178
Nº 82 Impacto ambiental	180
Nº 83 Impacto general.....	182

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº 1 Nivel de sociabilidad	82
Nº 2 Relación con familiares	83
Nº 3 Actividades preferidas.....	84
Nº 4 Frecuencia	85
Nº 5 Interés en el servicio	86
Nº 6 Servicios demandados.....	87
Nº 7 Movilización	88
Nº 8 Demanda por medicina preventiva.....	89
Nº 9 Frecuencia de consumo.....	90
Nº 10 Competencia	91
Nº 11 Precio.....	92
Nº 12 Medios de comunicación más visto.....	93
Nº 13 Demanda insatisfecha.....	122

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Nº 1: Imagen institucional	105
Nº 2: Ciudad de Ibarra	109
Nº 3: Micro localización del proyecto	109
Nº 4: Plano de planta	114
Nº 5: Flujograma comercial.....	115
Nº 6: Proceso típico operacional.....	117
Nº 7: Organigrama estructural	160

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El presente proyecto habla sobre la necesidad que existe en el adulto mayor de recrearse y distraerse productivamente después de la jubilación.

En la actualidad resulta increíble el ver cómo está aumentando la proporción de hogares unipersonales muchos de los cuales están conformados por personas de la tercera edad. Los adultos mayores no sólo se quedan solos sino que además enfrentan graves deterioros físicos y mentales, pérdida de relaciones familiares e interpersonales. Es durante la última etapa del ciclo de vida que las personas se enfrentan a un problema de ajuste y adaptación a la sociedad. Las actividades se reducen, las jornadas de trabajo tal vez ya no existen y cambia radicalmente la forma de vida.

Con la vejez surgen varios tipos de problemas, por ejemplo, si el anciano manejaba, ya lo deja de hacer, y así deja de frecuentar ciertos lugares o amistades. Varios estudios demuestran que el estar solos y no socializar puede traer varias consecuencias, las personas solas presentan sentimientos pasivos, cansados, aburridos que son lo que generalmente los lleva a una depresión.

Un modo de enriquecer esta etapa de la vida es fomentar un apropiado uso del tiempo, que para muchas personas de edad es el recurso más abundante. El tiempo libre, puede ser utilizado de forma útil y apropiada. Sin embargo, en nuestra sociedad y específicamente en la ciudad de Ibarra no es bien aprovechado ya que no existen lugares de distracción y recreación para estas personas.

Las personas de la tercera edad que cuentan con medios económicos, carecen de un lugar donde poder utilizar ese tiempo, enfocándolo de

manera positiva y dinámica en beneficio de su salud y mejorando en todos los aspectos.

Este centro de recreación tiene como finalidad dar una muy buena calidad de vida al adulto mayor, refiriéndose a salud, entretenimientos, terapias ocupacionales, actividades para motivación y mucho afecto.

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo es una propuesta como medio para incrementar las actividades dirigidas a personas mayores de 65 años de edad, quienes, muchas veces son rechazadas por la familia o la sociedad en general. Se ha visto la necesidad de realizar un estudio sobre esta problemática, ya que en nuestro medio no existen establecimientos que ofrezcan este tipo de servicio, con una infraestructura adecuada, con programas de recreación, comodidad y calidad de un buen servicio.

El incremento de la población de ancianos evidencia la necesidad de dar a estas personas una oportunidad de contar con atractivos, infraestructura, recreación y actividades que mejoren la calidad de vida.

Varios factores ayudan a mantener la mente ágil. Entre ellos figuran: la participación activa en la lectura, los juegos, los viajes, los acontecimientos culturales, la educación, los clubes y los gremios profesionales. Ocuparse en tantas cosas diferentes como les sea posible, como el trabajar, estudiar, jugar, divertirse. A los individuos de edad avanzada, si se les ofrecen las condiciones necesarias, son capaces de realizar una serie de actividades acordes a su edad. En muchos casos, se encuentran solos, abandonados, y con un excedente de tiempo disponible para realizar diversas actividades acordes a su condición. Actualmente en la ciudad de Ibarra, no existen posibilidades de participación en actividades recreacionales o de distracción. Es por ello que con este estudio se propone implementar una serie de alternativas de entretenimiento que desarrollen y motiven a las

personas de la tercera edad a poner en movimiento sus capacidades físicas como mentales, y a no estar solas sino acompañadas, e integradas a la sociedad.

Además de contribuir con la creación de fuentes de empleo y el desarrollo económico de todos los que trabajen en este lugar.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una propuesta de creación de un Centro de recreación para personas adultas mayores que brinde protección, entretenimiento y recreación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional en el cantón de Ibarra, respecto de las características de la población de adultos mayores, su relación con familiares y amigos más cercanos y nivel socio económico.
- Diseñar las bases teóricas, a través de la investigación documental para sustentar el marco conceptual.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del servicio en los potenciales consumidores, identificar la oferta existente, la demanda insatisfecha, la competencia y a partir de esto definir el mercado objetivo.
- Realizar el estudio técnico. Determinar el uso del espacio físico del Centro Recreacional, identificando una infraestructura y diseño acorde a las expectativas y necesidades de las personas de la tercera edad.
- Realizar un análisis económico –financiero para determinar la conveniencia de la inversión en este proyecto.
- Estructurar la propuesta estratégica y legal para la conformación y constitución del centro recreacional.

- Establecer los principales impactos en ámbito educativo, social, económico y ambiental que generaría el proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Los cambios sufridos en nuestra sociedad han sido evidentes con el transcurso de los años pues las actividades así como las costumbres han cambiado tanto para jóvenes como para adultos, hace algunos años atrás, podíamos afirmar que en la ciudad de Ibarra los jóvenes y los adultos mayores en su mayoría se dedicaban a la agricultura como una de las mayores fuentes de ingresos y sus diversas ocupaciones estaban relacionadas a desarrollar esta gran actividad, muchos contaban con un pedazo de tierra que les permitía mantenerse ocupados. En la actualidad con el cambio de costumbres nuestros jóvenes están preocupados por mejorar su estilo de vida a través de la educación para muchos la agricultura ya no es una alternativa y tanto hombres como mujeres trabajan, los adultos mayores en cambio se han quedado sin el apoyo de sus hijos para dedicarse a esta actividad lo que ha ocasionado que permanezcan dentro de sus hogares con excedentes de tiempo libre y sin una ocupación definida.

Las personas con mejores hábitos de salud no sólo viven más tiempo, sino que retrasan la aparición de discapacidades.

Es en esta última etapa del ciclo de vida, que las personas cuentan con mayor tiempo libre, el cual puede ser utilizado de forma útil y apropiada. Sin embargo, actualmente no existen lugares de distracción y entretenimiento para personas adultas mayores. En este trabajo se estudia la alternativa para la Creación de un Centro de Recreación que en general mejore la calidad y el estilo de vida de los adultos mayores en la ciudad de Ibarra.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en el cantón de Ibarra, respecto de las características de la población de adultos mayores, su relación con familiares y amigos más cercanos y nivel socio económico.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar las características de la población de adultos mayores en el cantón Ibarra
- Analizar la relación con familiares y amigos más cercanos de esta población.
- Determinar el nivel socio económico de la población de adultos mayores del cantón Ibarra.

1.2.3 Variables diagnósticas

Extraídas directamente de los objetivos específicos de este capítulo, se determinaron las siguientes:

- Población
- Tipo de relación familiar
- Nivel socio económico

1.2.4 Indicadores diagnósticos

Son las variables a investigar para responder a las variables definidas, en este trabajo se utilizaron los siguientes indicadores:

Población

- Población de edad superior a 64 años
- Sexo
- Discapacidad

Tipo de relación familiar

- Relación de dependencia
- Estado conyugal

Nivel socio económico

- Nivel de instrucción más alto
- Seguro de salud privado
- Afiliación IESS
- Tenencia o propiedad de vivienda
- Tipo de vivienda

1.2.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro Nº 1 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Determinar la población de adultos mayores en el cantón Ibarra	Población	<ul style="list-style-type: none">• Población de edad superior a 64 años• Sexo• Discapacidad	Documental	INEC
Relación con familiares y amigos más cercanos de esta población	Tipo de relación familiar	<ul style="list-style-type: none">• Relación de dependencia• Estado conyugal	Documental	INEC
Determinar el nivel socio económico de la población de adultos mayores del cantón Ibarra.	Nivel socio económico	<ul style="list-style-type: none">• Nivel de instrucción más alto• Seguro de salud privado• Afiliación IESS• Tenencia o propiedad de vivienda	Documental	INEC

Elaborado por: La autora 2014

1.3 Análisis de variables diagnósticas

1.3.1. Población

De acuerdo al último Censo de Población y Vivienda efectuado por el INEC durante el año 2010, un 7,8% del total de la población residente en el cantón de Ibarra corresponde a personas de edades iguales o superiores a los 65 años, en el cantón residen 181.175 personas de las cuales 14.123 tiene 65

o más años de edad, de estos, 6.451 corresponde a personas del sexo masculino y 7.672 mujeres:

Cuadro Nº 2 Población del cantón Ibarra por grandes grupos de edad

AREA # 1001	IBARRA		
Grandes grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	27.328	26.419	53.747
De 15 a 64 años	54.007	59.298	113.305
De 65 años y más	6.451	7.672	14.123
Total	87.786	93.389	181.175

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Año 2014

De acuerdo a la misma fuente, un 5,3% de este segmento de población dice tener algún tipo de discapacidad permanente, es decir unas 750 personas.

1.3.2. Tipo de relación familiar

Los indicadores definidos para este indicador tiene como objeto definir el nivel de independencia respecto de sus familiares de este segmento de población, mediante este análisis se pretende comprender la forma en que toman sus decisiones, es decir, si dependen o no de otras personas para iniciar o continuar con actividades que deseen ejercer.

La siguiente información fue obtenida de la página web www.redatam.inec.gob.ec; en esta se evalúa el estado conyugal de las personas objeto de este estudio:

Cuadro Nº 3 Estado conyugal de los adultos mayores del cantón Ibarra

Concepto	Porcentaje
Casado	43,33%
Unido	9,53%
Separado	2,38%
Divorciado	2,55%
Viudo	3,09%
Soltero	42,50%

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Año 2014

Se aprecia un porcentaje superior al 50% de personas que viven en algún tipo de relación conyugal, también resalta el alto porcentaje de adultos mayores solteros.

En relación al nivel de dependencia de los adultos mayores, expresado en su relación con el jefe/a de hogar se obtienen los siguientes resultados:

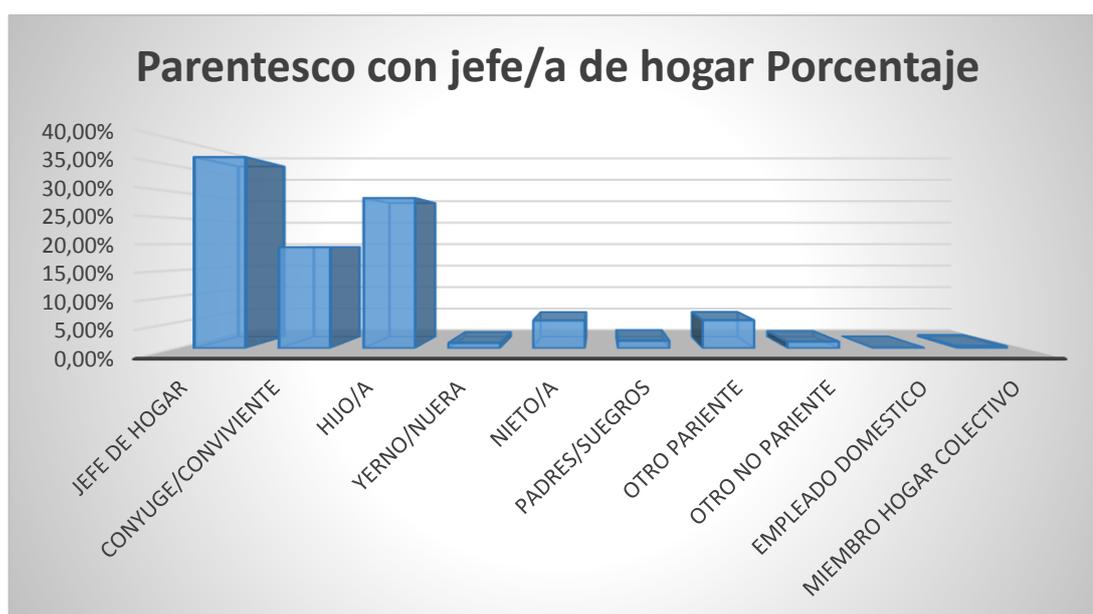
Cuadro Nº 4 Relación de parentesco

Parentesco con jefe/a de hogar	
Concepto	Porcentaje
Jefe de hogar	36,73%
cónyuge/conviviente	19,40%
Hijo/a	28,85%
Yerno/nuera	1,03%
Nieto/a	5,35%
Padres/suegros	1,46%
Otro pariente	5,39%
Otro no pariente	1,28%
Empleado doméstico	0,11%
Miembro hogar colectivo	0,41%

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Año 2014

Esto queda más claro en el siguiente gráfico:

Gráfico 1: Relación de parentesco con el jefe de hogar



Elaborado por: La autora 2014

Se puede apreciar que aproximadamente un 56% de la población investigada vive en su casa (propia o arrendada) o en la de su cónyuge o conviviente lo que les da plena autonomía en sus dediciones, sin embargo el resto debe vivir en casa ajenas.

1.3.3. Nivel socio económico

Es importante conocer el nivel socio económico de la población en estudio para comprender su capacidad financiera para acceder a los servicios propuestos del proyecto, para esto se han definido los indicadores más relevantes:

De acuerdo a la información obtenida del último Censo de Población y Vivienda efectuado durante el año 2010, el 84,39% del segmento de población investigado sabe leer y escribir, información más detallada se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro Nº 5 Nivel más alto de instrucción formal alcanzado

AREA # 1001	IBARRA				
Área Urbana o Rural	Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Grandes grupos de edad			
Área Urbana		De 0 a 14 años	De 15 a 64 años	De 65 años y más	Total
	Ninguno	122	1.412	1.198	2.732
	Centro de Alfabetización/(EBA)	-	219	62	281
	Preescolar	999	172	78	1.249
	Primario	13.884	18.860	5.859	38.603
	Secundario	5.385	22.381	1.219	28.985
	Educación Básica	5.247	2.863	233	8.343
	Bachillerato - Educación Media	-	9.114	315	9.429

	Ciclo Pos bachillerato	-	1.053	37	1.090
	Superior	-	25.215	557	25.772
	Postgrado	-	1.840	59	1.899
	Se ignora	71	1.501	250	1.822
	Total	25.708	84.630	9.867	120.205
Área Rural		De 0 a 14 años	De 15 a 64 años	De 65 años y más	Total
	Ninguno	119	2.157	1.547	3.823
	Centro de Alfabetización/(EBA)	-	484	115	599
	Preescolar	357	63	25	445
	Primario	5.232	12.510	2.077	19.819
	Secundario	1.664	6.165	162	7.991
	Educación Básica	4.015	1.186	55	5.256
	Bachillerato - Educación Media	-	2.064	36	2.100
	Ciclo Pos bachillerato	-	288	3	291
	Superior	-	2.892	51	2.943
	Postgrado	-	126	6	132
	Se ignora	62	740	179	981
	Total	11.449	28.675	4.256	44.380
Total		De 0 a 14 años	De 15 a 64 años	De 65 años y más	Total
	Ninguno	241	3.569	2.745	6.555
	Centro de Alfabetización/(EBA)	-	703	177	880
	Preescolar	1.356	235	103	1.694
	Primario	19.116	31.370	7.936	58.422
	Secundario	7.049	28.546	1.381	36.976
	Educación Básica	9.262	4.049	288	13.599
	Bachillerato - Educación Media	-	11.178	351	11.529
	Ciclo Pos bachillerato	-	1.341	40	1.381
	Superior	-	28.107	608	28.715
	Postgrado	-	1.966	65	2.031
	Se ignora	133	2.241	429	2.803
	Total	37.157	113.305	14.123	164.585

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Año 2014

La información queda más clara en el siguiente gráfico:

Gráfico 2: Nivel de educación



Elaborado por: La autora 2014

Como se aprecia, el nivel primario es el máximo alcanzado por la mayoría de la población de adultos mayores del cantón Ibarra, educación superior es alcanzada por un muy bajo porcentaje.

En relación a cobertura de salud, ingresos provenientes de jubilación y seguro campesino, la situación es la siguiente:

Cuadro Nº 6 Cobertura de salud

Cobertura de salud y jubilación	
Concepto	Porcentaje
Seguro privado de salud	9,05%
Jubilado IESS-ISSFA-ISSPOL	1,78%
Seguro campesino	1,80%
No tiene	55,71%
Se desconoce	31,26%
Total	100%

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Elaborado por: La autora 2014

Se puede apreciar que el segmento de mercado investigado es bastante desprotegido, es importante resaltar que un 7,29% de esta población recibe dinero del extranjero.

En relación a la tenencia o propiedad de la vivienda, la situación es la siguiente:

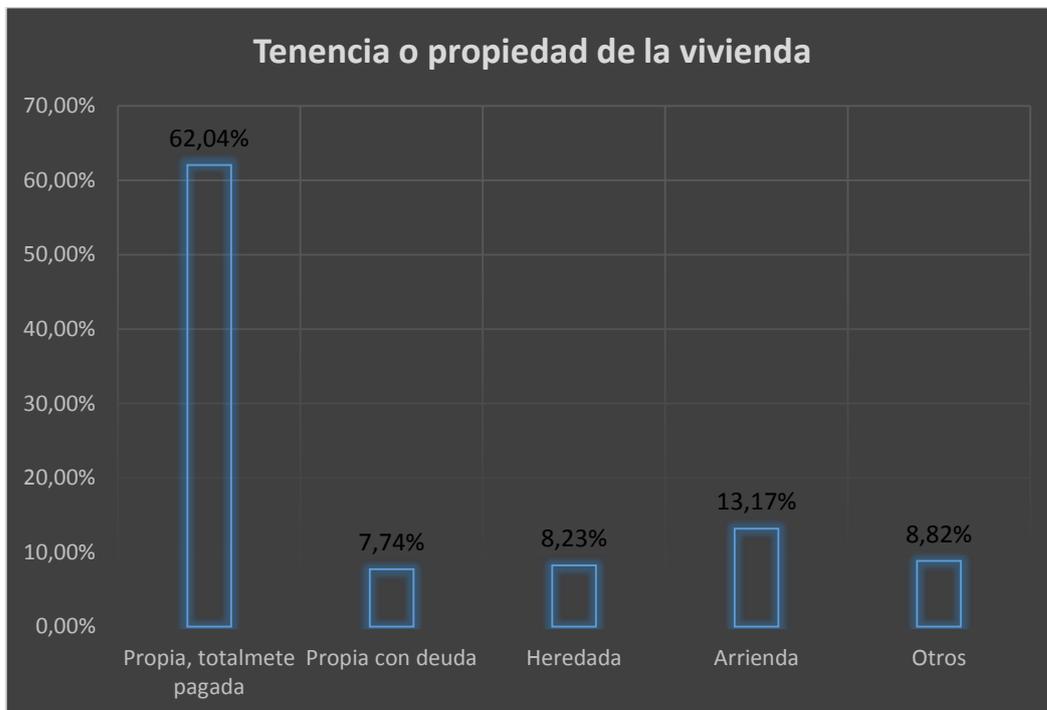
Cuadro Nº 7 Propiedad de la vivienda

Tenencia o propiedad de la vivienda	
Concepto	Porcentaje
Propia, totalmente pagada	62,04%
Propia con deuda	7,74%
Heredada	8,23%
Arrenda	13,17%
Otros	8,82%

Fuente: redatam.inec.gob.ec
Elaborado por: La autora 2014

Gráficamente:

Gráfico 3: Propiedad de la vivienda



Elaborado por: La autora 2014

1.4 Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

1.4.1. Aliados

- Importante cantidad de adultos mayores en el cantón Ibarra, lo que permite contar con un amplio mercado objetivo.
- Adultos mayores son en su mayoría independientes, es decir, no dependen de otros al tomar sus propias decisiones y tienen un nivel adquisitivo suficiente como para acceder al servicio.
- El segmento de la población estudiado vive mayoritariamente en pareja, lo que beneficia su preocupación por la salud y el entretenimiento.
- Población de la zona con tendencia al envejecimiento, producto de la menor tasa de crecimiento poblacional respecto de décadas anteriores.

- Bajo nivel de discapacidad en la población estudiada, lo que aumenta el mercado objetivo puesto que el centro se dirige a adultos mayores autosuficientes.

1.4.2. Oponentes

- Bajo nivel económico de la población en estudio, implica que el proyecto no puede alcanzar todo su potencial puesto que la ampliación de servicios implica un aumento del precio de venta de estos.
- Un porcentaje de la población en estudio depende física y económicamente de familiares, esto disminuye el mercado potencial.
- Bajo nivel de instrucción formal, esto implica un desconocimiento de las bondades y beneficios que nuevos servicios y actividades pueden ofrecer para el segmento de mercado en intervención.

1.4.3. Oportunidades

- Mayor longevidad de la población, lo que implica una mayor demanda por el servicio por un aumento del mercado objetivo.
- Campañas gubernamentales para el cuidado de la salud sobre todo del segmento de mercado del adulto mayor, lo que implica una preocupación personal del adulto mayor y de sus familiares, este factor incentiva el consumo del servicio propuesto.
- Actualmente la estabilidad económica de la zona, lo que implica una mayor inversión y por lo tanto creación de empleo, esto beneficia al proyecto ya que el adulto mayor cuenta con un mayor ingreso disponible, lo mismo ocurre con sus familiares.
- Ingreso de divisas enviadas por migrantes, esto beneficia directamente al adulto mayor ya que le permite contar regularmente con ingresos para acceder al servicio.

1.4.4. Riesgos

- Competencia de organizaciones estatales, básicamente ofrecida por el IESS esta competencia es gratuita lo que implica que un porcentaje del segmento de mercado elegido prefiera esta alternativa.
- Menor crecimiento poblacional respecto de décadas pasadas, es decir, la tasa de fecundidad ha disminuido con el paso del tiempo, lo que hace que también disminuya el mercado al cual está dirigido este servicio.
- Una inestabilidad económica y política que pudiera atravesar el país puede afectar la inversión que se realice en esta empresa.

1.5 Determinación de la oportunidad de inversión

Efectuado el diagnóstico situacional se verifica que en el cantón de Ibarra existe una población de adultos mayores en constante alza y con mayores expectativas de vida, esta población es mayoritariamente independiente lo que implica que pueden tomar sus propias decisiones y normalmente viven en pareja lo que les incentiva a mantener actividades recreativas grupales, si bien no poseen una muy buena posición económica, la mayor parte de este segmento de mercado posee casa propia totalmente pagada lo que les libera recursos para utilizarlos en actividades recreativas, además algunos tienen familiares que les envían recursos periódicamente lo que mejora su poder adquisitivo, en contraposición a lo anterior, se nota un bajísimo nivel académico y escaso acceso a la seguridad social lo que implica que es un grupo muy vulnerable; en definitiva, la creación de un centro de recreación para personas adultos mayores en la ciudad de Ibarra fomentará una vida más plena para este segmento de población y desde el punto de vista del proyecto, existe un mercado suficientemente amplio para ejecutarlo, desde otro punto de vista, la constante campaña publicitaria estatal para mejorar la calidad de vida del adulto mayor puede incentivarlo a realizar actividades como la propuesta en este trabajo.

Por lo anteriormente expuesto, se posibilita la implementación del proyecto con el siguiente tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE RECREACIÓN PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 La Vejez

Es una etapa de la vida, la última. Está relacionada con la edad, es decir, el tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento actual, y cómo se ha vivido durante ese tiempo.

(www.iaam.df.gob.mx, 2014)

La misma fuente indica que la vejez tiene significados diferentes para diferentes grupos. Para definirla, hay que tomar en cuenta la edad:

a) Cronológica

b) Física

c) Psicológica

d) Social

a) **La edad cronológica:** La ONU establece la edad de 60 años para considerar que una persona es adulta mayor, aunque en los países desarrollados se considera que la vejez empieza a los 65 años.

Si bien la edad cronológica es uno de los indicadores más utilizados para considerar a alguien viejo o no, ésta por sí misma no nos dice mucho de la situación en la que se encuentra una persona, de sus sentimientos, deseos, necesidades, relaciones.

b) **La edad física:** Los cambios físicos y biológicos normales durante la vejez se dan a distintos ritmos, según la persona, el lugar en donde vive, su economía, su cultura, su nutrición, su actividad y sus emociones.

Un aspecto importante en esta etapa de la vida es logro de la funcionalidad y la autonomía, a pesar de la edad o de los padecimientos que se tengan.

Se recomienda mantener un cuidado del cuerpo acudiendo a revisión médica de manera preventiva y permanecer activos durante el mayor tiempo posible.

c) **La edad psicológica:** El significado que para cada grupo y persona tiene la vejez, puede ocasionar cambios en sus emociones, sentimientos y pensamientos según va transcurriendo el tiempo.

Es muy importante tener en cuenta que ningún cambio repentino en la forma de ser de una persona adulta mayor es normal. A veces se piensa que la vejez trae consigo tristeza, enojo o apatía, pero ninguno de estos sentimientos es causado por la edad, en ello pueden intervenir otros factores como la pérdida de seres queridos, del trabajo, la modificación del papel que desempeñaba en la familia, etc.

En cuanto a procesos psicológicos, como la memoria o el aprendizaje, normalmente se dan modificaciones de manera gradual.

Para retardar las modificaciones, es recomendable mantenerse activo, relacionarse, hablar con otras personas, realizar actividades placenteras, comentar noticias y acontecimientos recientes.

En cuanto al aprendizaje, durante la vejez es posible seguir aprendiendo cosas nuevas, quizá en algunos casos se necesite un mayor tiempo y estrategias didácticas específicas, sin embargo, el aprendizaje es de la misma calidad que cuando se era más joven.

d) **La edad social:** La vejez tiene significados diferentes para cada grupo humano, según su historia, su cultura, su organización social.

Es a partir de estos significados que las personas y los grupos actúan con respecto a la vejez y a las personas adultas mayores.

La vejez es considerada una categoría social, es decir, se agrupa a las personas por los valores y características que la sociedad considera que son adecuadas, las cuales en muchas ocasiones pueden ser equivocadas y hasta injustas. Por ejemplo: para muchos grupos sociales las personas adultas mayores no deben enamorarse, o no deben participar en las decisiones familiares o sociales, etc.

Por el contrario, es un grupo social que necesita de los demás, pero que contribuye de manera muy importante tanto en la familia como en la sociedad.

“Las personas adultas mayores forman parte de una sociedad que necesita de ellas, por lo que su participación, opiniones y decisiones son fundamentales para el desarrollo de la misma”.

2.1.1 Envejecimiento

Para (RODRÍGUEZ, 2009), “El envejecimiento es un proceso dinámico, continuo, irreversible, según el doctor Manuel Duarte Vega, el envejecimiento no es otra cosa que las impresiones o marcas que el paso de los años deja sobre una persona” Pág. 39

Es importante mencionar que hay disciplinas dedicadas al estudio de esta etapa de la vida.

2.2 La Gerontología

De acuerdo a (RODRÍGUEZ, 2009), “La gerontología estudia los fenómenos humanos asociados al hecho de envejecer, proceso inherente a toda persona. La vejez es el resultado del envejecimiento, y es un hecho que afecta a una parte de la población mundial. A las personas que forman parte de la vejez se les considera viejos, y pasan a configurar como una categoría independiente del resto de la sociedad, separados como grupo con características propias, al igual que les ocurre a los niños, jóvenes o personas maduras” Pág. 43

En nuestro país, la vejez cronológica se define por el hecho de haber cumplido los sesenta y cinco años esta concepción se basa en las edades de retiro tradicionales, se fundamenta en la vejez histórica real del organismo físico, medida por el transcurso del tiempo, este tipo de definición es objetiva en la medida que todas las personas nacidas en la misma fecha comparten idéntica edad cronológica y forman una unidad de análisis social.

2.2.1 Campo de acción

La Gerontología es en la actualidad una especialidad pluridisciplinar, interesa al médico, al sociólogo, al antropólogo, al psicólogo, al educador, e incluso al economista, al abogado y al arquitecto.

En nuestros días, los especialistas en la vejez, suelen llamarse gerontólogos o geriatras, siendo la Gerontología y la Geriatria dos aspectos que se confunden, pero que en cierto modo han tenido una trayectoria histórica no idéntica.

De acuerdo a (RODRIGUEZ, 2009) “Históricamente se puede perfectamente defender la idea de que la problemática de la vejez fue eminentemente gerontológica, en el sentido de haberse interesado

por el fenómeno del envejecimiento tanto en los aspectos psicológicos y sociológicos como biológicos. De otro lado, la aparición de la Geriátría, entendida como especialidad médica, interesada en el estudio de la vejez desde aspectos principalmente biológicos y psicopatológicos, sería una rama más reciente, viniendo a ser realmente un método de estudio para el tratamiento de los problemas de la salud en el anciano, aunque en nuestros días se aplique también a otros campos, como el del ocio y la terapia ocupacional” Pág. 76

En cualquier caso, la orientación teórica contemporánea de la Gerontología no se restringe de ningún modo al conocimiento de la vejez como estado vital, sino que se extiende al fenómeno y proceso del envejecimiento, desde aspectos y considerandos pluridisciplinarios, pese a que siguen existiendo tendencias perfectamente influenciadas por orientaciones médico-geriátricas, psicológicas o sociológicas.

2.2.2 Geriátría.

Para (PERLADO, 2009), “Geriátría es la especialidad médica que se ocupa de los aspectos físicos, psicológicos, funcionales y sociales del anciano enfermo, la identificación del anciano enfermo como caso geriátrico es esencial para comprender dicha especialidad” Pág. 13

2.3 La recreación

Se entiende por recreación a todas aquellas actividades y situaciones en las cuales esté puesta en marcha la diversión, como así también a través de ella la relajación y el entretenimiento. Son casi infinitas las posibilidades de recreación que existen hoy en día, especialmente porque cada persona puede descubrir y desarrollar intereses por distintas formas de recreación y divertimento.

Es decir, no todos los individuos somos iguales ni disponemos de las mismas experiencias o intereses y entonces cada cual desarrollará una inclinación por tal o cual actividad recreativa; podrá claro haber coincidencias, aunque también puede suceder que lo que para alguien es una recreación para otro puede no serlo y viceversa.

2.3.1 Opciones de recreación

Existen algunas actividades instaladas como recreativas y que muchas personas se inclinan por desplegarlas, entre las más populares se cuentan: ir al cine, al teatro, participar de alguna excursión que implique pasar una jornada al aire libre y realizando actividades deportivas o vinculadas al acercamiento con la naturaleza, practicar algún deporte como es el caso del fútbol, tenis, hockey, natación, entre otros.

(www.definicionabc.com/social/recreación.php#ixzz334j6gUr, 2014)

La recreación se da normalmente a través de la generación de espacios en los que los individuos pueden participar libremente de acuerdo a sus intereses y preferencias. La noción básica de una situación de recreación es la de permitir a cada uno encontrar lo que más placer le genera, pudiendo por tanto sentirse cómodo y haciendo entonces lo mejor de la experiencia. La recreación se diferencia de otras situaciones de relajación tales como el dormir o descansar ya que implica siempre una participación más o menos activa de la persona en las actividades a desarrollar.

2.4 La empresa

De acuerdo a (GIL, 2010), Según las diferentes consideraciones que se dieron dentro de la literatura económica, se llega a definir la empresa desde varios puntos de vista:

a) Como institución del empresario: esta definición está ligada al concepto más antiguo de una unidad económica dirigida por un empresario donde no hay ningún tipo de diferencia entre el propietario de la empresa y el que la dirige.

b) Como unidad de beneficio: este concepto es una variación del concepto anterior, donde el único sentido de la empresa es la obtención de un excedente económico. En este sentido sólo se consideran como empresas aquellas unidades económicas que dan un superávit a los empresarios privados, quedando excluidas las empresas públicas, cooperativas, etc.

c) Como explotación de producción independiente: supone uno de los conceptos más amplios que se le da al término empresa, este caso, la empresa se caracteriza por:

- el objetivo de cubrir la necesidad de terceros,
- la independencia económica,
- la necesidad de tomar decisiones empresariales.

Esto implica la aceptación por parte de la empresa de un riesgo empresarial, por lo que quedarían excluidas como empresa las economías domésticas o los servicios públicos.

d) Como unidad jurídica y financiera, que considera únicamente aspectos parciales de la empresa como su forma jurídica o su vertiente financiera.

e) Como objeto de conocimiento formal de la economía de la empresa, caracterizada por el criterio de beneficio y riesgo.

f) Como concepto diferenciado del de explotación: Se diferencia entre los términos explotación y empresa, la explotación presenta unas características independientes del orden económico en que se sitúe:

- unidad que combina factores de producción,
- un principio de economicidad: la máxima satisfacción con el mínimo coste, y
- un principio de equilibrio financiero que busca un equilibrio entre las Inversiones que se llevan a cabo y la forma en que éstas están financiadas.

Si además de estos componentes se dan aquellos que vienen determinados por el orden económico, aparece el concepto de empresa capitalista. Estos componentes son:

- el principio de obtención del beneficio,
- el principio de autonomía, y
- el principio de autodeterminación o autodecisión.

g) Como combinación de factores: toda la actuación de la empresa lleva a la realización de una actividad de producción o de prestación de servicios. Para ello debe realizarse una combinación de los diferentes factores de producción;

- factores elementales, como son el trabajo, los equipos y las materias primas y auxiliares,

- factores dispositivos, entre los que se distinguen:

- El factor originario, la dirección, que decide la combinación de los factores que deben darse, cuándo y en qué condiciones, y

- Tres factores instrumentales que son la planificación, la organización y el control. En cuanto a la planificación hay que diferenciar entre la planificación técnica-económica o cercana al proceso productivo y la planificación empresarial del conjunto de la empresa, que da lugar a un proceso de ordenación de objetivos a medio y largo plazo. Por su parte, la

organización supone el establecimiento de unas estructuras humanas y técnicas que permitan la realización de aquello que se ha planificado. Y por último, el control consiste en guiar los hechos para que lo realizado coincida con lo previsto o lo supere.

2.4.1 Concepto de pequeña y mediana empresa

Es indudable que las empresas efectúan una serie de actividades que varía según el tipo de negocio que desarrollan y el volumen de operaciones.

Para (RODRIGUEZ J. , 2010), las pequeñas y medianas empresas son aquellas en las cuales la propiedad del capital se identifica con la dirección efectiva y responde a unos criterios dimensionales ligados a unas características de conducta y poder económico.

Tres rasgos merecen tomarse en cuenta a este respecto:

- Un capital social repartido entre unos cuantos socios
- Una autonomía real de financiamiento y gestión
- Un nivel de desarrollo dimensional

Por su parte, la Asociación Estadounidense de Empresas Pequeñas (SHA, por sus siglas en inglés) define a la empresa pequeña como:

Aquella que posee el propietario en plena libertad, manejada de forma autónoma y que no es dominante en la rama en que opera.

En esta diversidad conviene considerar el criterio adoptado por la Subsecretaría de Ingresos:

Empresas cuyos ingresos acumulables en el ejercicio inmediato anterior no sean superiores a 20 millones de dólares, pero tampoco inferiores a millón y medio de pesos.

Cualquiera de los criterios anteriores pueden ser válidos para una clasificación de empresas por tamaño. Que se utilice uno en particular o la combinación de varios depende del objetivo que se persiga al hacer esta clasificación. En la práctica no existe un criterio aceptado a nivel mundial.

Son las condiciones económicas y sociales de cada país las que determinan el(los) criterio(s) que deban manejarse para configurar a las empresas medianas y pequeñas.

Organismos internacionales y no pocos países del mundo desarrollado toman como base el factor de recursos humanos para determinar el tamaño de las empresas:

Cuadro Nº 8 Tamaño de la empresa en relación al factor talento humano

Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE) Francia			
Artesanal	de	1 a 10	empleados
Muy pequeña	entre	10 y 50	empleados
Pequeña	de	50 a 250	empleados
Mediana	de	250 a 1000	empleados
Grande	de	1000 a 5000	empleados
Muy grande	más de	5000	empleados
La Small Business Administration (EEUU)			
Pequeña	hasta	250	empleados
Mediana	de	250 a 500	empleados
Grande	más de	500	empleados

Continuación cuadro n°8

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL)			
Pequeña	entre	5 y 49	empleados
Mediana	de	50 a 250	empleados
Grande	más de	250	empleados
Ejecutivos de Finanzas (México)			
Pequeña	menos de	25	empleados
Mediana	entre	50 y 250	empleados
Grande	más de	250	empleados

Fuente: (RODRIGUEZ J. , 2010)
Año 2014

Cuadro N° 9 Delimitación micro y pequeña empresa

Criterios cuantitativos	Nivel de empresa		Criterios cualitativos	Nivel de empresa	
	Micro	Pequeña		Micro	Pequeña
Volumen anual de ventas	110 veces salario mínimo regional	1 115 veces salario mínimo	Tecnología	Manual	Semiautomatizada
Número de personas ocupado	De 10 hasta 50 personas	De 51 hasta 100 personas	Tipo de producción	Uso de herramientas	Uso de máquinas
			Capacidad administrativa	Fabricación en miniserie Individual o series Productos muy baratos Débil	Pequeñas series o fabricación individual con mayor valor agregado (muebles, aparatos) Medio/fuerte
			Educación	Primaria y secundaria	Medio superior
			Jerarquía	Propietario (ningún otro)	Jerarquía intermedia (supervisor)
			Estructura	Muy rudimentaria	División de trabajo con funciones específicas
			Utilización de ganancias	Consumo personal Capital de trabajo	Acumulación de capital Capital de trabajo fijo

Fuente: (RODRIGUEZ J. , 2010)
Año 2014

2.4.2 Empresas de servicios

Son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

(www.rincondelvago.com/empresa-de-servicios, 2014)

2.4.2.1 Naturaleza y características de un servicio

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y que no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico. Las actividades como rentar una habitación de hotel, depositar dinero en un banco, viajar en avión, ver una película y obtener consejo de un ingeniero implican todas las compras de un servicio. (www.rincondelvago.com/empresa-de-servicios, 2014)

Una empresa debe considerar cuatro características especiales del servicio cuando diseña sus programas de mercadotecnia: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y naturaleza perecedera.

La página web (www.rincondelvago.com/empresa-de-servicios, 2014), define estas cuatro características de la siguiente manera:

La intangibilidad del servicio, significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos. Por ejemplo, las personas que se someten a una cirugía plástica no pueden ver el resultado antes de la compra y los pasajeros de las aerolíneas no tienen nada, excepto un boleto y la promesa de que los llevarán a su punto de destino.

Para reducir la incertidumbre, los compradores buscan “señales” de la calidad del servicio. Llegan a conclusiones acerca de la calidad basándose

en el lugar, las personas, el precio, el equipo y las comunicaciones que ven. Por consiguiente, la tarea del proveedor de servicios es hacer que el servicio sea tangible en una o más formas. Mientras que los mercadólogos de productos tratan de añadir aspectos tangibles a sus ofertas intangibles.

Los bienes físicos se producen, luego se almacenan, después se venden y todavía más adelante se consumen. En contraste, los servicios primero se venden y después se producen y consumen al mismo tiempo.

La inseparabilidad del servicio, significa que los servicios no se pueden separar de sus proveedores, no importa si esos proveedores son personas o máquinas. Si un empleado de servicio proporciona el servicio, entonces el empleado es parte del servicio. Debido a que el cliente también está presente cuando se produce el servicio, la interacción proveedor - cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios. Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio.

La variabilidad del servicio, significa que la calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan. Por ejemplo, algunos hoteles, como El Araucano, tienen la reputación de proporcionar un servicio mejor que otros. A pesar de eso, dentro del hotel, un empleado de la oficina de recepción puede ser jovial y eficiente, mientras que otro, que está de pie a poca distancia, puede ser desagradable y lento. Incluso la calidad del servicio de un solo empleado del hotel varía según su energía y su estado de ánimo en el momento de cada encuentro con el cliente.

La naturaleza perecedera del servicio, significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posteriores. Algunos médicos cobran a los pacientes cuando faltan a sus citas, debido al valor del servicio sólo existió en ese punto y desapareció cuando el paciente no se presentó. La naturaleza perecedera de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante. Sin embargo, cuando la demanda

fluctúa, las empresas de servicio a menudo experimentan problemas difíciles. Por ejemplo, debido a la demanda durante las temporadas pick, las empresas de transporte deben contar con más equipo del que necesitarían si la demanda fuera uniforme a lo largo del año. Por consiguiente, las empresas de servicios deben diseñar estrategias para tratar de igualar la oferta y la demanda. Por ejemplo, los hoteles y centros turísticos cobran precios más bajos fuera de temporada, para atraer más huéspedes. Y los restaurantes contratan empleados por hora para que sirvan durante los períodos pick.

2.5 Contabilidad

Para (ZAPATA, 2011), “La Contabilidad es la técnica fundamental de toda actividad económica que opera por medio de un sistema dinámico de control e información que se sustenta tanto en un marco teórico, como en normas internacionales. La contabilidad se encarga del reconocimiento de los hechos que afectan el patrimonio; de la valoración justa y actual de los activos y obligaciones de la empresa, y de la presentación relevante de la situación económico-financiera. Esto se hace mediante reportes específicos y generales preparados periódicamente para que la dirección pueda tomar las decisiones adecuadas que apuntalen el crecimiento económico de manera armónica, responsable y ética en las entidades que lo usen” Pág. 7

2.5.1 Importancia de la contabilidad

La importancia real de la contabilidad está destacada por los siguientes elementos.

- Sistema dinámico, pues al procesar de manera sistemática los hechos económicos, la contabilidad permite establecer controles efectivos de los recursos y generar un conjunto de reportes específicos, estados financieros y sus notas explicativas.

- Reconocimiento de los hechos que afectan la situación patrimonial, es decir los ingresos, costos y gastos.
 - Valoración justa y actual, se refiere a las inversiones realizadas por la entidad y las obligaciones contraídas.
 - Presentación relevante de la información económico-financiera, que permita brindar confianza a acreedores, inversionistas y autoridades de control fiscal.
 - Tomar decisiones adecuadas, a partir de la información confiable que periódicamente ofrece la contabilidad, con las probabilidades de éxito.
- Pág.8

2.5.2 Controles contables financieros en la empresa

Para (ORIO, 2012), “La auditoría, en general es un examen sistemático de los estados financieros, registros y operaciones con la finalidad de determinar si están de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, con las políticas establecidas por la dirección y con cualquier otro tipo de exigencias legales o voluntariamente aceptadas” Pág. 65

La auditoría tiene como objeto averiguar la exactitud, integridad y autenticidad de los estados financieros, expedientes y demás documentos administrativo-contables presentados por la dirección, así como sugerir las mejoras administrativo-contables que procedan.

Para (ORIO, 2012), la función de la auditoría de la empresa es: “El auditor en definitiva es un analista que investiga el control de todas las operaciones expuestas en su detalle y en su raíz; sus análisis y sus recomendaciones deben de ser una ayuda tanto para los subordinados como para la dirección en su propósito de alcanzar un

control más eficaz, mejorar la operatividad del negocio y, en definitiva, aumentar sus beneficios” Pág.76

De acuerdo a (ORIO, 2012), se pueden dar varias definiciones de lo que es el control de empresas:

- Es la verificación de si todo ocurre en una empresa conforme al programa adoptado, a las órdenes dadas y a los principios admitidos.
- Es el análisis permanente de las desviaciones entre objetivos y realizaciones y la adopción de las medidas correctoras que permitan el cumplimiento de los objetivos o bien su adaptación necesaria.
- Auditoría externa: Es el examen de los estados financieros realizado de acuerdo con ciertas normas por un profesional cualificado e independiente con el fin de expresar su opinión sobre ellos.
- Auditoría interna: Es el examen de las actividades contables financieras y de otro tipo, echo de la organización de la empresa, para ayudar a la dirección general. Pág. 98

2.6 Estados financieros

Para (ESTUPIÑAN, 2012), “Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa. El objetivo de los estados financieros con propósito de información general, es suministrar información acerca de la situación y desempeño financiero, así como de los flujos de efectivo, que sea útil a un amplio campo de usuarios al tomar decisiones económicas, así como la de mostrar los resultados de la gestión que los administradores han hecho de los recursos que se les ha confiado. (NIC 1.9).

Los estados financieros deben presentar fielmente la situación y el desempeño financiero de la empresa, así como sus flujos de efectivo, con aplicación correcta de las NIIF o sus normas nacionales, acompañada de informaciones adicionales, cuando sea preciso, y así proporcionar una presentación razonable de ellos. (NIC 1.15), Pág. 35

De acuerdo al mismo autor, (ESTUPIÑAN, 2012), El conjunto completo de estados financieros debe incluir los siguientes componentes:

- Estado de situación financiera.
- Estado de resultados integral.
- Estado de cambios en el patrimonio, mostrando:
 - ✓ Todos los cambios en el patrimonio.
 - ✓ Los cambios en el patrimonio diferentes a los derivados de las transacciones con los propietarios.
- Estado de flujos de efectivo.
- Notas, incluyendo las políticas contables y las demás notas explicativas. Información comparativa (NIC 1.10), Pág. 36

2.6.1 Estado de situación financiera

De acuerdo a (ZAPATA, 2011), “Los estados de situación financiera son “Un informe contable, que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” Pag.63

2.6.2 Estado de resultados

Para (ZAPATA, 2011), “Es un informe contable básico, muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; es un estado de actividad que detalla los

ingresos y los gastos durante un período de tiempo determinado”
Pág. 284

El estado de resultados es dinámico ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en un período determinado.

2.6.3 Estado de evolución del patrimonio

Continuando con (ZAPATA, 2011), el estado de evolución del patrimonio “Es preparado al final del período con el propósito de demostrar objetivamente los cambios ocurridos en las partidas patrimoniales, el origen de dichas modificaciones y la posición actual del Capital contable, mejor conocido como Patrimonio” Pag.330

2.6.4 Estado de flujos de efectivo

Para (ZAPATA, 2011), “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los ingresos de efectivo y los pagos en efectivo de una entidad en un período determinado, esta información es utilizada para evaluar la solvencia de un negocio en función de su liquidez presente y futura, así como pagar dividendos y financiar el crecimiento” Pag.389

2.6.5 Consideraciones para la presentación de los estados financieros

De acuerdo a (ESTUPIÑAN, 2012), para la presentación de los estados financieros se deben tener en cuenta los siguientes aspectos en la preparación de los estados financieros:

- Presentación razonable: los estados financieros deberán presentar en forma razonable la posición financiera, el desempeño financiero y los

flujos de efectivo de una empresa. La aplicación apropiada de las NHF, con revelación adicional cuando sea necesario, da como resultado en virtualmente todas las circunstancias, estados financieros que logran una presentación razonable.

- **Negocio en marcha:** la gerencia deberá hacer una evaluación de la capacidad de la empresa para continuar como negocio en marcha. Los estados financieros deberán ser preparados sobre una base de negocio en marcha a menos que la gerencia tenga la intención ya sea de liquidar la empresa o de dejar de hacer negocios, o no tenga ninguna alternativa realista excepto esa.
- **Base de acumulación:** una entidad elaborara sus estados financieros, excepto en lo relacionado con la información sobre flujos de efectivo, utilizando la base contable de acumulación (o devengo).
- **Importancia relativa:** el reconocimiento y presentación de los hechos económicos debe hacerse de acuerdo con su importancia relativa. Un hecho económico es material cuando, debido a su naturaleza o cuantía, su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias que lo rodean, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información.
- **Compensación:** la compensación es una de las pocas políticas contables, que se refieren exclusivamente a la preparación de información financiera. Y básicamente nos hace reflexionar sobre el uso de la información desde la perspectiva del usuario.
- **Información comparativa:** a menos que una NIIF permita o requiera otra cosa, la información comparativa deberá revelarse respecto del ejercicio anterior para toda la información numérica de los estados financieros. La información comparativa deberá incluirse en la información narrativa y descriptiva cuando sea relevante para una comprensión de los estados financieros.
- **Uniformidad:** este principio contable establece la obligatoriedad de mantener la aplicación de los mismos principios y reglas específicas de

valoración de los activos y pasivos poseídos por la empresa para lograr que se puedan comparar informaciones contables. Pág. 38

2.7 La mercadotecnia

De acuerdo a (RIVERA J. , 2012), “Desde una perspectiva teórica, el marketing es la ciencia social que estudia todos los intercambios que envuelven una forma de transacciones de valores entre las partes. Esto supone que se busca conocer, explicar y predecir cómo se forman, estimulan, evalúan y mantienen los intercambios que implican una transacción de valor. Para ello se debe realizar un análisis de cuatro aspectos.

- Comportamiento de los compradores: quiénes son, qué compran, por qué, cómo, dónde, cuánto, cuándo...
- El comportamiento de los vendedores: qué producen, cómo fijan el precio, cómo es la distribución del producto, cuáles son las actividades de promoción que acompañan al producto...
- Las instituciones y factores que pueden facilitar o impedir el intercambio de valores: el entorno, el mercado, los competidores...” Pág. 31

Desde una perspectiva práctica o aplicada a las empresas, el marketing es el proceso social que desarrollan las organizaciones e individuos cuando se relacionan para satisfacer sus necesidades. Este proceso se basa en la creación e intercambio voluntario y competitivo de satisfactores. Tiene como objetivo establecer una transacción o la generación mutua de utilidad. Todo este proceso se mantiene cuando ambas partes sienten que están ganando y se interrumpe cuando una percibe que está recibiendo menos de lo que entrega.

2.7.1 Decisiones en marketing

El marketing tiene dos áreas de actuación: una dimensión estratégica y una operativa.

De acuerdo a (RIVERA J. , 2012), “En la dimensión estratégica, el marketing ayuda a detectar las necesidades para agruparlas y establecer los diferentes segmentos que forman el mercado. También orienta la calificación del segmento en cuanto a la calidad que presente. Esta calificación está en base al nivel de atractividad y de competitividad que se espere encontrar. Igualmente sirve para diagnosticar la calidad de la empresa en función a los recursos que necesita para satisfacer adecuadamente a los segmentos. Y así, finalmente permite que la empresa diseñe las estrategias que le permitirán alcanzar sus objetivos.

La dimensión operativa del marketing es la que permite tener respuestas para la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las acciones que debe realizar la empresa para satisfacer su mercado? La dimensión operativa dice cómo se hará realidad la estrategia. Es decir, se determinan los objetivos de venta para el segmento elegido y se especifica quién, cómo, dónde, cuándo y con cuánto se desarrollarán las tácticas y acciones de marketing. Estas acciones de tipo táctico son conocidas como el marketing mix, que son las variables que controla y usa la empresa para conseguir sus objetivos respecto al segmento objetivo. Estas variables son “las 4 P's”: producción, precio, distribución y publicidad. A lo largo de este libro, se desarrollarán con detenimiento cada una de estas variables y se estudiarán los diversos aspectos que las influyen, así como su relación con el marketing que usa la empresa, para satisfacer su mercado. Pág. 33

Mientras que el marketing estratégico es una dimensión basada en el análisis, el marketing operativo es una dimensión basada en la gestión de la

conquista del mercado. En esta dimensión los objetivos son a corto plazo y se centran en la realización de un objetivo de cifra de ventas, el cual se apoya en los medios tácticos de la política de producto, de distribución, de precio y de comunicación. La acción de marketing operativo se concreta en objetivos de cuotas de mercado a alcanzar y en presupuestos de marketing autorizados para realizar dichos objetivos. Su función es crear el volumen de negocios, es decir, vender y utilizar para este efecto los medios de venta más eficaces, minimizando los costes de venta.

2.8 Las 4 p de la mercadotecnia

2.8.1. Producto

Para (MUNCH, SANDOVAL, TORRES, & RICALDE, 2012), "Producto es el conjunto de atributos tangibles, como presentación, empaque, diseño, contenido; e intangibles, como la marca, imagen, servicio y valor agregado, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y deseos" Pág. 139

Es decir será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangible (servicios) que se ofrece en el mercado. El producto debe satisfacer a los clientes: lo que desean es lo que se les dará. Los bienes, generalmente se hacen en una fábrica y luego se venden; los servicios con frecuencia se venden primero y, a continuación, se producen.

2.8.2. Precio

Para (MUNCH, SANDOVAL, TORRES, & RICALDE, 2012), "El precio es el valor monetario de un producto o servicio" Pág. 171

Es decir el precio es la cantidad de dinero que se carga a un producto. Es el principal mecanismo de ajuste de la oferta y de la demanda, ya que el precio de cualquier bien, en una economía en el libre mercado, tiene que

alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo; este precio de equilibrio refleja un punto donde se acuerda lo que los productores costean y lo que los consumidores están dispuestos a pagar.

El precio para el comprador, en definitiva, es el valor que da a cambio de la utilidad que recibe.

2.8.3. Plaza o distribución

De acuerdo a (CUBILLO, 2010), la distribución “Consiste en la transferencia de los bienes del productor al consumidor; comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en el punto de venta idóneo” Pág. 87

El objetivo que persigue la distribución es “poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, todo ello en una forma que estimule su adquisición en el punto de venta y a un coste razonable”

La distribución es el proceso en el cual los productos se trasladan desde el vendedor al comprador.

2.8.4. Promoción

Para (CUBILLO, 2010), “La mezcla promocional se refiere a la combinación de las funciones de ventas, promoción, publicidad y relaciones públicas, cuya finalidad es que el cliente conozca, acepte y adquiera el producto o servicio y se genere lealtad a la marca” Pág. 90

Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, producto y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción.

Se entiende que es la actividad que se lleva a cabo para favorecer la comercialización de un producto, pero fundamentalmente su venta. La promoción se puede valer de diferentes herramientas, como: la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación interactiva (medios como internet) Se pueden hacer anuncios en radio, televisión y periódicos, puede anunciarse en directorios telefónicos, tele marketing para ofrecer sus servicios o productos, participación en ferias comerciales.

2.9 El proceso administrativo

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

(www.gesger/53/protiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/53/procesoadm, 2014).

El mismo documento aclara que un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas y que consiste en cuatro etapas:

- La Planificación
- Organización
- Dirección
- Control

Planificación, es el proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.

La planeación trata de decidir qué hacer, cómo hacerlo, dónde hacerlo, quien lo va a hacer y cuándo hacerlo. Es una actividad que brinda previamente las respuestas a las interrogantes anteriores.

Consiste en establecer anticipadamente la misión, visión, los objetivos, metas, políticas, reglas, procedimientos, programas, presupuestos y estrategias de un organismo social, es decir, consiste en determinar lo que va a hacerse.

Organización, agrupa y ordena las actividades necesarias para lograr los objetivos, creando unidades administrativas, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquías; estableciendo además las relaciones de coordinación que entre dichas unidades debe existir para hacer optima la cooperación humana, en esta etapa se establecen las relaciones jerárquicas, la autoridad, la responsabilidad y la comunicación para coordinar las diferentes funciones.

Es la manera en que se dispone el trabajo y se asigna entre el personal de la compañía para alcanzar eficientemente los objetivos de la misma. Lo que se pretende es que todas las partes de la empresa unan sus esfuerzos.

Dirección, es la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para conseguir los objetivos de la empresa.

Es la acción e influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos la dirección contiene: órdenes, relaciones personales jerárquicas y toma de decisiones.

Control, establece sistemas para medir los resultados y corregir las desviaciones que se presenten, con el fin de asegurar que los objetivos planeados se logren.

El control tiene como fin señalar las debilidades y errores con el propósito de rectificarlos e impedir su repetición.

Consiste en el establecimiento de estándares, medición de ejecución, interpretación y acciones correctivas.

2.10 Aspectos legales

La nueva Carta Magna obliga al Estado a fomentar actividades ocupacionales para este grupo. De hecho la nueva Constitución de Ecuador, en el artículo 38, ordena al Estado el “desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales”.

813.000 adultos mayores viven en el país de acuerdo con el Ministerio de Inclusión Económica y Social. Lo cierto es que en el país son pocas las iniciativas dedicadas al ocio de los adultos mayores. Así lo indica Patricio Buendía Gómez de la Torre, vicepresidente de la Sociedad Ecuatoriana de Geriatría.

CONGRESO NACIONAL

LEY REFORMATORIA A LA LEY DEL ANCIANO

"Art. 1.- Son beneficiarios de esta Ley las personas naturales que hayan cumplido sesenta y cinco años de edad, sean éstas nacionales o extranjeras que se encuentren legalmente establecidas en el país. Para acceder a las exoneraciones o rebajas en los servicios públicos o privados estipulados en esta Ley, justificarán su condición únicamente con la cédula de ciudadanía o con el documento legal que les acredite a los extranjeros".

Art. 2.- Sustituyese el artículo 14, por el siguiente:

"Art. 14.- Exoneración De Impuestos.- Toda persona mayor de sesenta y cinco años de edad y con ingresos mensuales estimados en un máximo de cinco remuneraciones básicas unificadas o que tuviera un patrimonio que no exceda de quinientas remuneraciones básicas unificadas, estará exonerada del pago de toda clase de impuestos fiscales y municipales.

Para la aplicación de este beneficio no se requerirá de declaración administrativa previa, provincial o municipal.

Si la renta o patrimonio excede de las cantidades determinadas en el inciso primero, los impuestos se pagarán únicamente por la diferencia o excedente.

Art. 3.- Sustituyese el artículo 15, por el siguiente:

"Art. 15.- Las personas mayores de 65 años, gozarán de la exoneración del 50% de las tarifas de transporte aéreo, terrestre, marítimo y fluvial, y de las entradas a los espectáculos públicos, culturales deportivos, artísticos y recreacionales.

Para obtener tal rebaja bastará presentar la cédula de ciudadanía o el carné de jubilado o pensionista del Seguro Social Ecuatoriano".

Art. 4.- En el artículo 21, agregase los siguientes literales:

"f) El desacato, la negativa, negligencia o retardo en que incurran los funcionarios públicos, representantes legales o propietarios de centros médicos en la prestación de servicios a personas de la tercera edad, especialmente a lo dispuesto en el artículo 14 de la presente Ley; y,

g) El incumplimiento por parte de los empresarios de transporte aéreo o terrestre, de empresas artísticas, centros deportivos, recreacionales o

culturales, en dar cumplimiento a las rebajas previstas en el artículo 15 de esta Ley".

"Art. 22.- Las infracciones señaladas en el artículo anterior serán sancionadas con:

a) Amonestaciones;

b) Multa;

c) Suspensión temporal o definitiva de los permisos de operación de las empresas privadas; y,

d) Destitución del servidor público infractor".

Art. 6.- Sustitúyase el artículo 23, por el siguiente:

"Art. 23.- Las personas que por primera vez incurran en las infracciones señaladas en el artículo 21, serán amonestadas por el Juez de lo Civil, a petición de la parte afectada, por lo cual se dejará constancia en un acta, bajo prevenciones legales.

Si la denuncia fuera presentada por el agraviado, podrá hacerla en forma verbal, sin requerir de patrocinio de un abogado, el secretario del Juzgado la reducirá a escrito, en acta especial que será firmada por el denunciante y el Secretario; si no supiere o no pudiere firmar, lo hará por él un testigo conjuntamente con el Secretario, quien hará estampar la huella del afectado".

"Art. 24.- Los infractores a las disposiciones previstas en esta Ley, serán sancionados con: Amonestación; multas de cincuenta a quinientas remuneraciones básicas mínimas unificadas: La destitución del servidor público en el caso de ser reincidente; y, el retiro de los permisos de

operación de 15 días a 6 meses o definitivamente en el caso de reincidencia, de las personas naturales o jurídicas que presten servicios públicos. Las multas que se recauden serán depositadas en la cuenta del FONAN".

Dada en la ciudad de San Francisco de Quito. Distrito Metropolitano, en la sala de sesiones del Pleno del Congreso Nacional del Ecuador a los diecisiete días del mes de octubre del año dos mil uno.

2.11 Evaluación financiera

2.11.1 TIR

Para (BARTUAL, 2009), "La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras flujos negativos y positivos al presente" Pág. 65

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

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

2.11.2 VAN

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Para el cálculo del VAN, de acuerdo a (VARELA, 2010), “Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo” Pág. 76

2.11.3 Costo de oportunidad

Según (IZAR, 2013), “El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado” Pág. 98

En toda decisión que se tome hay una renunciación implícita a la utilidad o beneficios que se hubieran podido obtener si se hubiera tomado cualquier otra decisión. Para cada situación siempre hay más de un forma de abordarla, y cada forma ofrece una utilidad mayor o menor que las otras, por consiguiente, siempre que se tome una u otra decisión, se habrá renunciado a las oportunidades y posibilidades que ofrecían las otras, que bien pueden ser mejores o peores (Costo de oportunidad mayor o menor).

2.11.4 Análisis costo – beneficio

Para (LAHOUD, 2008), “El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria”
Pág. 35

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales de un proyecto.

Según el análisis costo-beneficio, un proyecto o negocio será rentable cuando la relación costo-beneficio es mayor que la unidad.

$B/C > 1 \rightarrow$ el proyecto es rentable

2.11.5 Punto de equilibrio

Según (KOCH, 2009), “Punto de equilibrio es –tal como su nombre lo indica- el nivel de artículos que hay que producir y vender, para que los ingresos igualen a los costos totales, por lo cual no habría pérdida ni ganancia. Suele expresarse en volumen de artículos o en unidades monetarias” Pág. 89

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión. En caso que no llegue a cubrir los costos, la compañía deberá realizar modificaciones hasta alcanzar un nuevo punto de equilibrio.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

Según Alan Wilson (2003) en sus textos de estudio define como investigación de mercado "La colección, análisis y comunicación de información realizadas para ayudar a la toma de decisiones en marketing". Este recoge las características esenciales del estudio de mercado, es decir, la recopilación y el análisis de información para la toma de decisiones.

Según la Sociedad de Estudios Materiales (2008) la investigación de mercado es "la recopilación y análisis de los datos de una muestra de individuos u organizaciones relacionadas con sus características, comportamiento, actitudes, opiniones o posesiones. Esto incluye todas las formas de comercialización y la investigación social como consumidores y las encuestas industriales, las investigaciones psicológicas, observacional y estudios del grupo".

Entonces, la Investigación de Marketing debe permitir la toma de decisiones. Algunos autores sostienen que la decisión debe ser el resultado de la investigación de marketing, y en la práctica, este suele ser el caso, incluso si la decisión es no hacer nada.

3.2 Identificación del servicio

El servicio propuesto dice relación con la atención de adultos mayores, esta es una definición que depende de la sociedad en la que se consulte, pero para efectos de este trabajo, el proyecto se enfoca a personas ya jubiladas o en edad de hacerlo, en nuestro país esta condición se adquiere a los 65

años, una vez definido lo anterior, a esta población se le ofrecerá un servicio de atención integral diario (no incluye habitación) en horario que va desde las 7 AM hasta las 15 PM de lunes a viernes, como atención integral se quiere decir el cuidado de las condiciones sociales y sanitarias, considerando lo anterior, el principal objetivo de la asistencia sanitaria, social e integral, no es solo aumentar la expectativa de vida, sino el cómo se vive una vida más larga. Esto implica prolongar la vida libre de discapacidad o de una vida funcionalmente sana. De allí la importancia de detectar a quienes están en riesgo de perder su capacidad funcional y de actuar a nivel de prevención primaria, vale decir, antes que se produzca la discapacidad, entonces, el servicio ofertado estará orientado a mantener la independencia, a prevenir y rehabilitar la pérdida de la misma y su autonomía, sin descuidar la atención en eventos agudos y cuidados continuos en la recuperación y rehabilitación, sin embargo, en lo referente a cuidados sanitarios, el proyecto no considera atención especializada ya que de acuerdo a la Constitución del año 2008, el estado garantiza lo siguiente:

Artículo 36.- "Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia"

Artículo 37.- "El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos: La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas"

Por lo que no tendría sentido ofertar servicios que por ley se ofrecen a este segmento de la población, sin embargo, se deben detectarse enfermedades con anticipación para derivar a la institución especializada y ese si es un servicio que el proyecto debe brindar.

Uno de los principales problemas en la vida del adulto mayor es la falta de socialización con sus pares y es en este aspecto donde el proyecto tiene

especial importancia, es por esto que se han considerado los siguientes servicios:

- Tranquilidad y seguridad
- Aprovechamiento del tiempo libre
- Cursos de capacitación
- Gimnasia
- Paseos
- Convivencias
- Medicina preventiva
- Alimentación

3.3 Objetivos del capítulo

3.3.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del servicio en los potenciales consumidores, identificar la oferta existente, la demanda insatisfecha, la competencia y a partir de esto definir el mercado objetivo.

3.3.2 Objetivo específico

- Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del servicio.
- Conocer la demanda actual
- Conocer la oferta actual
- Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.

3.4 Matriz de relación del estudio comercial

Cuadro Nº 10 Matriz de diagnóstico de mercado

Objetivos	Variable	Indicador	Fuente	Técnica	Informante
Analizar el perfil, comportamiento, hábitos y preferencias de los consumidores actuales y potenciales del servicio.	Perfil del consumidor	Comportamientos Hábitos Preferencias Frecuencia	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Personas de la tercera edad
Conocer la demanda actual	Demanda	Población adulto mayor de la ciudad	Primaria	Encuesta	Adulto mayor
Conocer la oferta actual	Oferta	Centros geriátricos Centros recreacionales para adultos mayores	Secundaria	Documental	INEC Ministerio de Inclusión Económica y Social
Determinar el mix comercial más apropiado para realizar los esfuerzos comerciales.	Mix comercial	Plaza Precio Producto Promoción	Primaria	Encuesta	Adultos mayores

Elaborado por: la autora 2014

3.5 Mecánica operativa

3.5.1 Población

De acuerdo al último censo de población y vivienda (INEC 2010), en la ciudad de Ibarra residen 14.123 adultos mayores de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº 11 Población en estudio

AREA # 1001	IBARRA		
Grandes grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	27.328	26.419	53.747
De 15 a 64 años	54.007	59.298	113.305
De 65 años y más	6.451	7.672	14.123
Total	87.786	93.389	181.175

Fuente: INEC 2010
Año 2014

Sin embargo, no todas estas personas pueden ser incluidas en la población en estudio ya que parte de esta no tiene las condiciones económicas para acceder al servicio, para discriminar, se utilizó el indicador “Relación de dependencia” que mide la población en edades "teóricamente" inactivas en relación a la población en edades "teóricamente" activas, en otras palabras, que no son autosuficientes económicamente, esta relación en la ciudad de Ibarra para el segmento de población de adultos mayores, la tasa de dependencia es de 12,46%, de acuerdo a lo anterior, la población en estudio se verá reducida a:

*Total adultos mayores * % relación de dependencia*

$$14.123 * 12,46\% = 1.760$$

Por lo tanto, la población en estudio es de $14.123 - 1.760 = 12.363$

3.5.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = Población

ε = Error Maestral, que en este caso por tratarse de población finita, se trabajará con el 5% de margen aceptable.

δ^2 = Desviación de la población al cuadrado o varianza: 0,25 porque se trabaja en el centro, es decir: 0,5 de éxito y 0,5 de fracaso.

Z Valor tipificado que corresponde a 1,96 doble cola

Nivel de confianza 95%

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 50

Desarrollando la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(12.363)}{(0,05)^2 (12.363 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{(3,84)(3.090,75)}{(0,0025)(12.362) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{11.868,48}{30.905,00 + 0,96}$$

$$n = \frac{11.868,48}{31.865,00}$$

$$N = 372,46$$

$$N = 372$$

Por lo tanto, se efectuaron 372 encuestas a adultos mayores para conocer su opinión respecto al servicio.

3.5.3 Instrumentos para recolección de información

La técnica utilizada para la recolección de información fue la encuesta

3.5.4. Tabulación y procesamiento de la información

Encuesta realizada personas de la tercera edad de Ibarra

Indicadores a investigar:

- Comportamientos
- Hábitos
- Preferencias
- Frecuencia

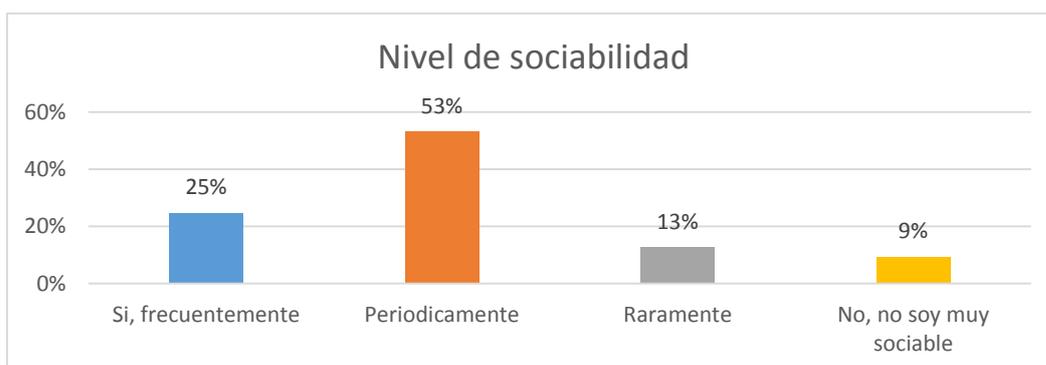
1. ¿Mantiene relaciones sociales con personas de su edad?

Cuadro Nº 12 Nivel de sociabilidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si, frecuentemente	92	25%
Periódicamente	198	53%
Raramente	47	13%
No, no soy muy sociable	35	9%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 1 Nivel de sociabilidad



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Las respuestas a esta pregunta indicada en la persona de la tercera edad son sujetos sociables, si se suma las alternativas “si, frecuentemente” y “periódicamente” se obtiene un nivel de sociabilidad del orden del 80%, las personas más introvertidas suman en su conjunto un 21%, de lo anterior se puede extraer que las personas en edad de jubilarse y a jubiladas necesitan interrelacionarse con el resto de la sociedad lo que hace que sean considerados como parte integrante del medio en el cual se desenvuelven, esto permite concluir que el proyecto está bien encaminado y que es necesario para el mercado objetivo al cual está destinado.

2. ¿Mantiene relaciones sociales con sus familiares?

Cuadro N° 13 Relación social con familiares

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	41%
Para las festividades	140	38%
No	78	21%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 2 Relación con familiares



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Sólo un bajo porcentaje de las personas adultas mayores no mantienen relaciones sociales con sus familiares, debe recordarse que la población elegida no incluye aquellas personas que se encuentran incluidas dentro del índice de vulnerabilidad social elaborado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, lo anterior implica que el segmento del mercado elegido puede contar con familiares para cualquier eventualidad, estas propuestas también se puede concluir que sólo el 41% de los encuestados mantiene una relación familiar estable y el 38% sólo es visitado en días festivos.

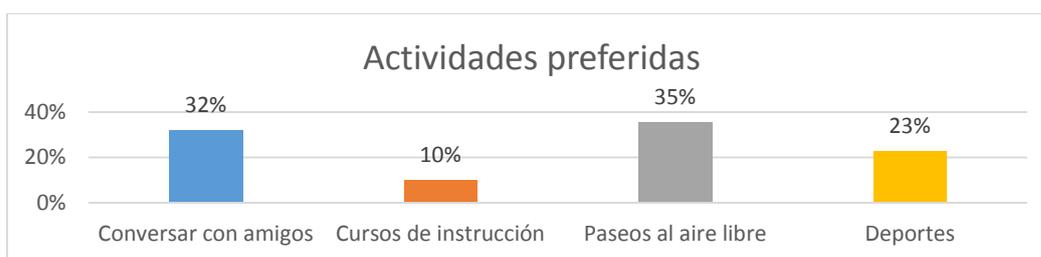
3. ¿Cuáles son sus actividades preferidas para aprovechar el tiempo libre de que dispone?

Cuadro N° 14 Actividades preferidas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Conversar con amigos	119	32%
Cursos de instrucción	37	10%
Paseos al aire libre	132	35%
Deportes	84	23%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 3 Actividades preferidas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

La conversación con amigos y los paseos al aire libre son las actividades preferidas por los encuestados con un 32% y 35% respectivamente, esto da a entender que los encuestados son personas que tienen un alto nivel de jovialidad que les permita ser personas independientes capaces de tomar sus propias decisiones, el hecho de que una de las actividades preferidas sean los paseos al aire libre lleva en la dirección de que el mismo porcentaje no parece niveles de discapacidad importantes lo que tiende a confirmar lo dicho anteriormente, en relación a esto, se puede concluir que estas personas deben ser tomadas en cuenta a la hora de publicitar el proyecto.

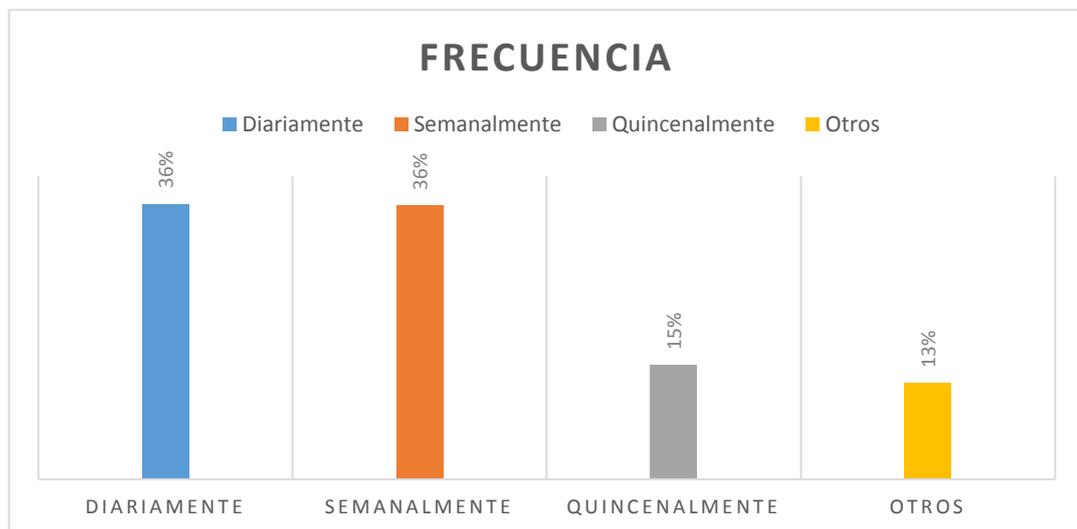
4. ¿Con qué frecuencia realiza estas actividades?

Cuadro N° 15 Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	135	36%
Semanalmente	134	36%
Quincenalmente	56	15%
Otros	47	13%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 4 Frecuencia



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

La gran mayoría de los encuestados realizan actividades recreacionales diariamente o semanalmente, esto hace pensar que son personas motivadas preocupada por su salud tanto física como mental, esto se demuestra cuando el 72% de los encuestados realizan actividades periódicamente, y por lo tanto se puede concluir de la que estarían interesados en pertenecer al proyecto.

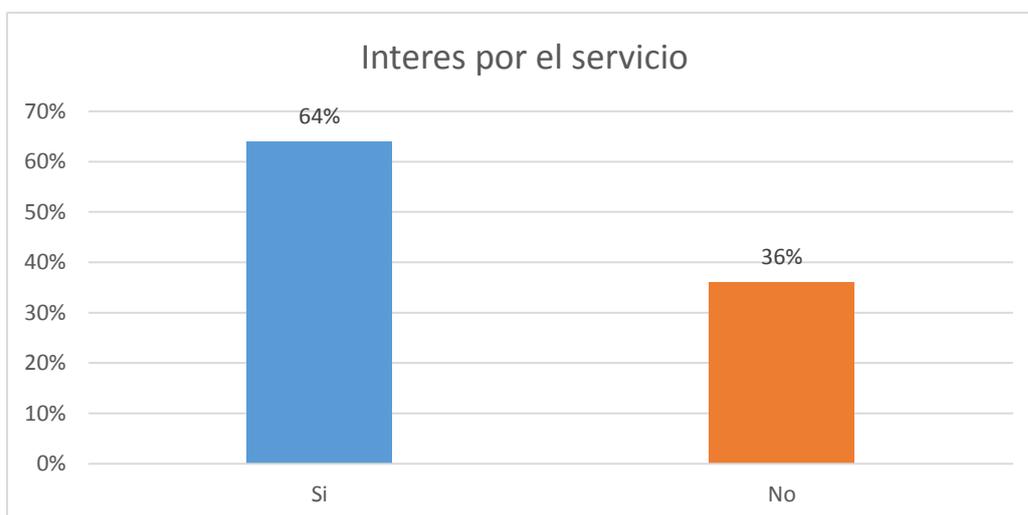
5. ¿Se interesaría en asistir a estos centros recreacionales para personas de su edad en la ciudad de Ibarra?

Cuadro N° 16 Interés en el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	238	64%
No	134	36%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 5 Interés en el servicio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Las respuestas a esta pregunta pueden dar una idea sobre el nivel de demanda al cual puede ser el proyecto, se aprecia en el gráfico, que un 64% de los encuestados si estarían interesados en asistir al centro recreacional y un 36% no muestran interés alguno, no obstante, esta motivación debe ser incentivada por una oferta de productos y servicios acorde a las necesidades del mercado elegido.

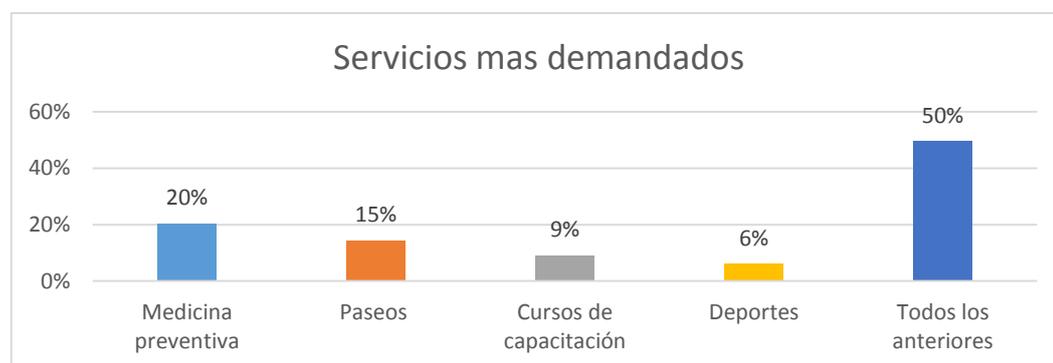
6. ¿Cuáles son las actividades que consideran necesarias se desarrollen en este tipo de centros?

Cuadro N° 17 Servicios demandados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Medicina preventiva	76	20%
Paseos	54	15%
Cursos de capacitación	34	9%
Deportes	23	6%
Todos los anteriores	185	50%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 6 Servicios demandados



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Continuando con el análisis iniciado la pregunta anterior, los servicios demandados por los encuestados dicen relación con aquellas actividades en las cuales se puede interactuar con otras personas teniendo especial importancia la medicina preventiva, el 50% de los encuestados dice aspirar a recibir todos los servicios sobre los que se les pregunta, curiosamente son los deportes lo que menos demanda tienen y los que mayores efectos tienen para la salud de los involucrados.

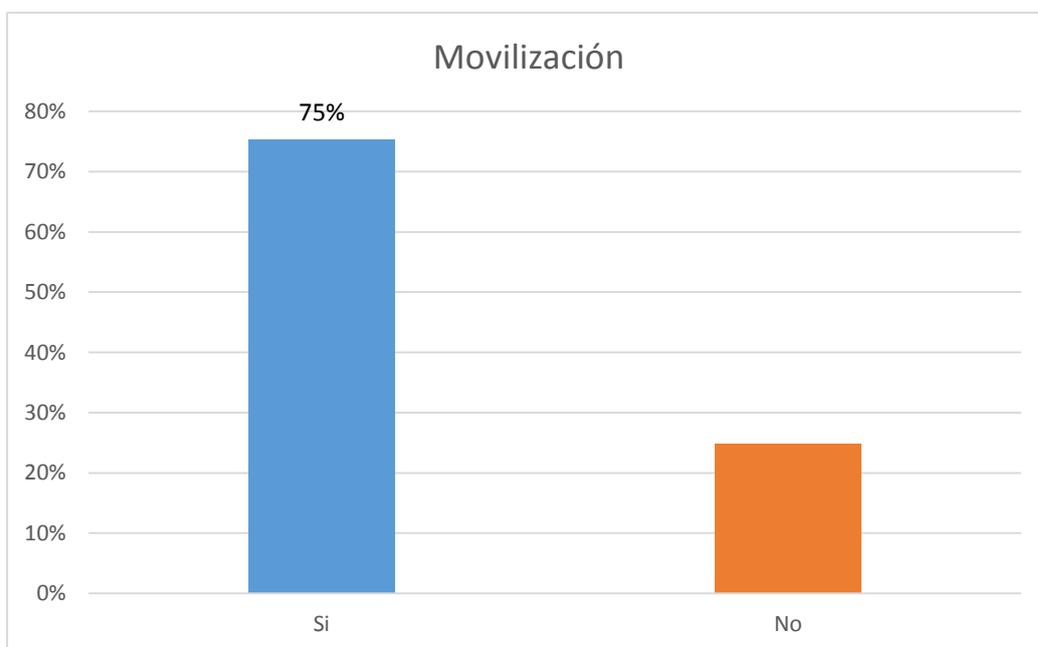
7. ¿Le interesaría que se contase con vehículos para retirarlo y luego devolverlo a su hogar?

Cuadro N° 18 Movilización

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	75%
No	92	25%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 7 Movilización



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Las respuestas a la pregunta son definitivas, el 75% de los encuestados están interesados en que el centro recreacional les ofrezca un servicio de movilización, el motivo es que éstos les proporcionan autonomía para llegar al centro y después retirarse de este sin depender de los demás.

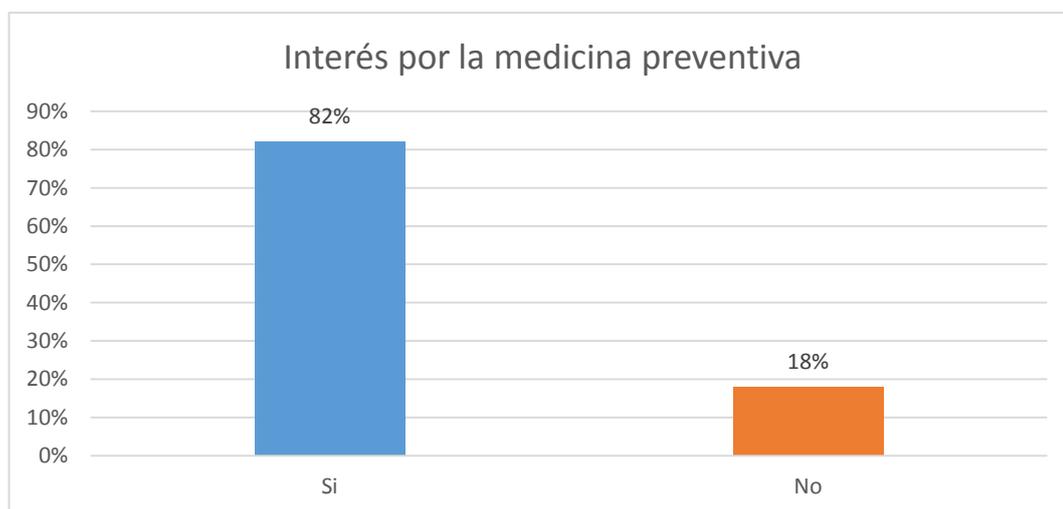
8. ¿Cree necesario que este tipo de iniciativa cuenten con medicina preventiva puesta a su disposición?

Cuadro N° 19 Demanda por medicina preventiva

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	305	82%
No	67	18%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 8 Demanda por medicina preventiva



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Corroborando las respuestas a las preguntas números 5 y 6, de la medicina preventiva tiene gran importancia para la persona que desean asistir al proyecto, esta opinión es ratificada por el 82% de las personas encuestadas, no se trata de un tratamiento médico individual sino más bien de medicina que le permita evitar contraer enfermedades mayores y de esta forma mejorar su nivel de vida.

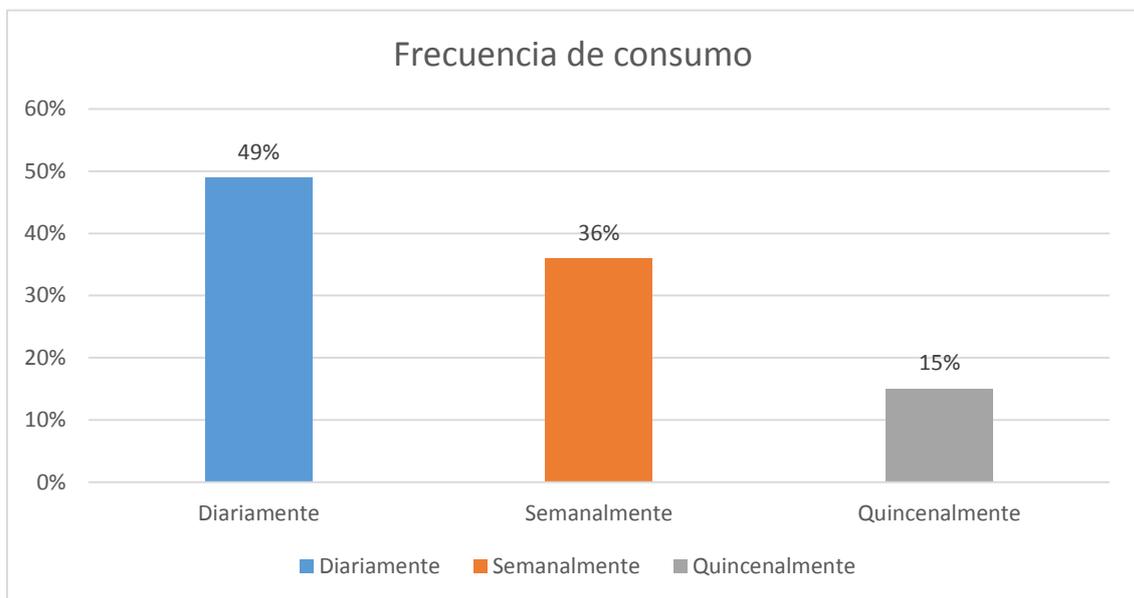
9. ¿Con qué frecuencia asistiría a este centro?

Cuadro Nº 20 Frecuencia de consumo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	182	49%
Semanalmente	134	36%
Quincenalmente	56	15%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 9 Frecuencia de consumo



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

El 49% de las personas encuestadas dicen que asistirían al centro diariamente y un 36% lo haría semanalmente sólo un 15% es de la opinión que lo haría una o dos veces mensualmente, con esta información, se puede elaborar un flujo de caja que permita asegurar el pago de las obligaciones contraídas así como brindar los servicios ofertados al consumidor.

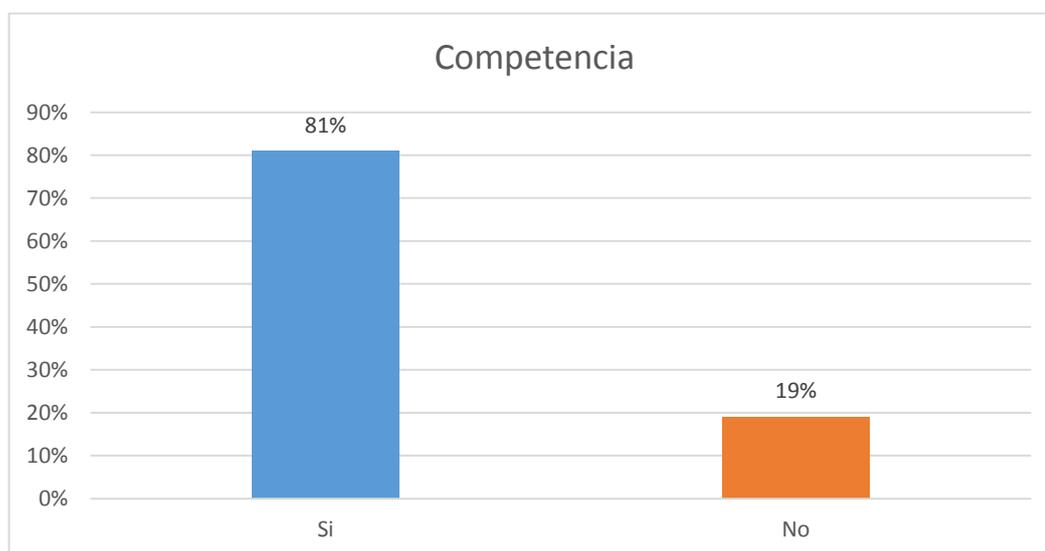
10. ¿Conoce de proyectos similares en la ciudad de Ibarra?

Cuadro N° 21 Competencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	301	81%
No	71	19%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 10 Competencia



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

De acuerdo con las respuestas emitidas por los encuestados, en la ciudad de Ibarra no existen iniciativas similares a la propuesta, esta opinión es compartida por el 81% de las personas, sólo un 19% dice conocer algún tipo de competencia al proyecto, las respuestas justifican la necesidad de crear un centro recreacional para adultos mayores en la ciudad de Ibarra principalmente dado el impacto social que la organización crearía en la zona de intervención.

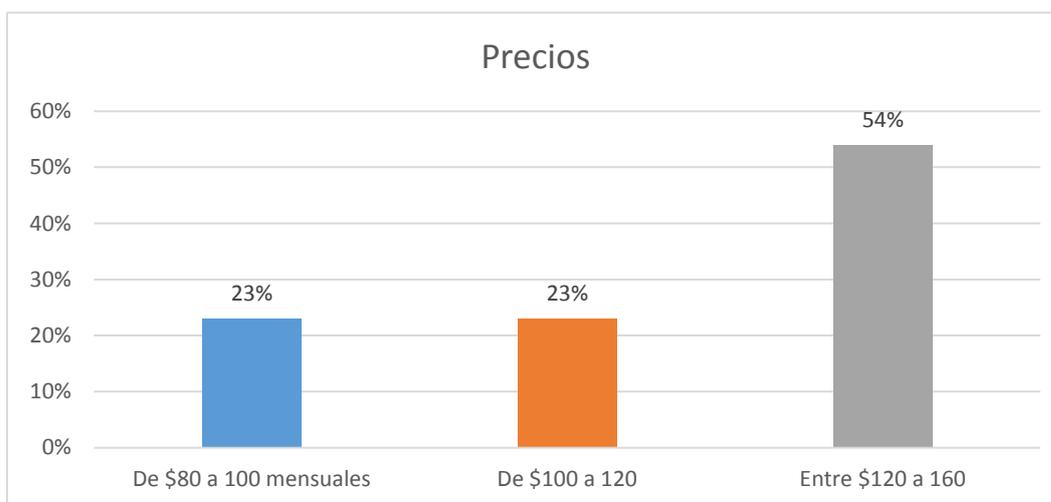
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio de esta naturaleza si se incluyese el transporte alimentación y medicina preventiva?

Cuadro Nº 22 Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$80 a 100 mensuales	84	23%
De \$100 a 120	87	23%
Entre \$120 a 160	201	54%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 11 Precio



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

Si se piensa en la variable precio, y se define como la máxima cantidad que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio, para hacerlo eficiente y ayudar al cumplir con los objetivos propuestos a considerar entonces que el precio óptimo a cobrar es de \$160, con ese precio el proyecto puede aspirar a cubrir el 54% de la demanda.

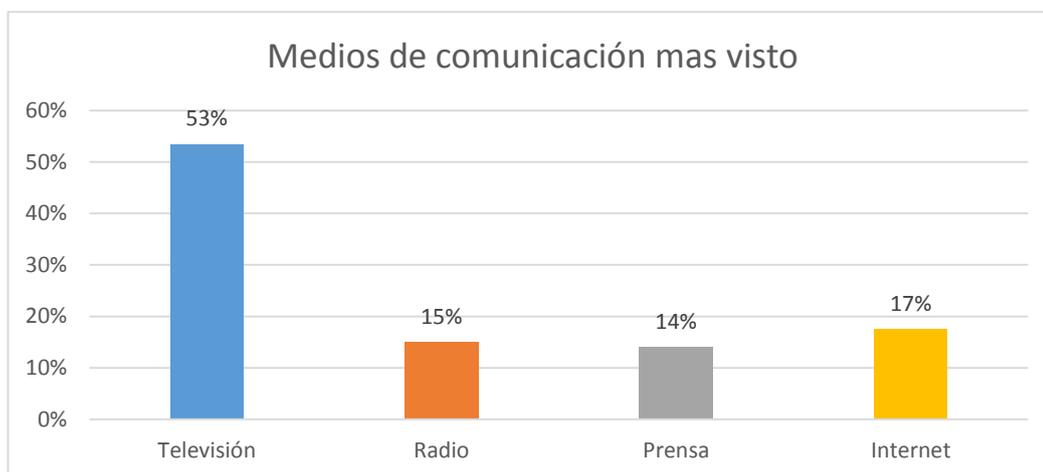
12. ¿Cuál es el medio de comunicación masivo que más utiliza?

Cuadro N° 23 Medio de comunicación más visto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	199	53%
Radio	56	15%
Prensa	52	14%
Internet	65	17%
Total	372	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Gráfico No 12 Medios de comunicación más visto



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: la autora 2014

Análisis

En relación a los medios de comunicación masivos más vistos por los encuestados en primer lugar se encuentra la televisión con un 53% de las preferencias, la radio y la prensa contienen referencias similares, pero Internet o medios de comunicación electrónicos superan los dos anteriores con un 17%, la ventaja de este último, es su costo y la facilidad que tiene para hacer llegar publicidad personalizada, esto es, que ofrezca al consumidor lo que él busca convirtiéndolo en un medio para promocionar la iniciativa muy eficiente.

3.6 Mercado meta

El proyecto se enfoca hacia aquella población considerada adulto mayor, es decir, tomando como base la clasificación nacional, jubilados o en edad de jubilarse, se considera esta edad ya que normalmente culmina un ciclo de vida e inicia otro en el cual la persona tiene más tiempo libre y tiende a perder sus relaciones sociales.

3.7 Segmento de mercado

Se segmentó el mercado considerando cuatro variables básicas:

a. Geográficas, dentro de éstas se consideran los siguientes puntos:

- Región o país
- Provincia o región del país
- Tamaño de la ciudad
- Densidad

b. Demográficas:

- Edad
- Sexo

c. Psicográficas

- Clase social
- Estilo de vida

- Personalidad

d. Conductuales

- Ocasionales
- Beneficios
- Tasa de uso
- Factor de mercadotecnia

Basándose en la clasificación anterior, la segmentación de mercado del presente proyecto será la siguiente:

a. Geográfica:

- País: Ecuador
- Provincia: Imbabura
- Cantón Ibarra
- Sector urbano

b. Demográfica

- Edad: superior o igual a los 65 años de edad
- Sexo: Hombre/Mujer

c. Variable Psicográficas

El servicio se orienta a adultos mayores con un ingreso suficiente como para poder pagar \$150 mensuales para acceder al servicio, se trata de personas joviales, sociables con deseos de mantener y en lo posible mejorar su nivel de vida, son personas activas que se encuentran en pleno uso de sus facultades mentales, son independientes para tomar sus propias decisiones.

d. Variable conductual

El interesado en el servicio lo consume por sus beneficios, para mantener sus relaciones sociales intentando inclusive ampliarlas, es preocupado por su salud por lo tanto mantiene una vida activa, considerando lo anterior, será un consumidor potencial, por lo que será un usuario permanente, dependiendo de su nivel de ingresos, su tasa de uso será diario, es un consumidor informado, que evalúa constantemente alternativas por lo que el factor de mercadotecnia es importante para recordar la existencia del proyecto en el mercado.

3.8 Identificación de la demanda

Como se mencionó anteriormente, la demanda del proyecto está conformada por el segmento de población de adultos mayores de la ciudad de Ibarra, descontadas aquellas personas consideradas dentro del índice de vulnerabilidad social, además, deben tener intención de adquirir el servicio.

El total de adultos mayores de la ciudad de Ibarra excluyendo los considerados dentro del índice de vulnerabilidad social al año 2010 son 12.363 personas de acuerdo al INEC, para actualizar la información al año 2013, se tomó como indicador el índice de envejecimiento de la población que es el cociente entre personas de 65 años y más con respecto a las

personas menores de 15 años, multiplicado por 100, para el caso de Ibarra, este es de 26,28 (26,28 personas de edad igual o superior a 65 años respecto de menores de 15 años).

Al año 2010, en Ibarra residían 53.747 menores de 15 años y 14.125 adultos mayores (53.747 * 26,28%), la actualización de estas cifras al año 2013 se realiza en la siguiente tabla:

Cuadro N° 24 Cálculo de la demanda actual

Año	2010	2011	2012	2013
Menores a 15 años	53.747,00	54.833,00	55.940,00	57.070,00
Tasa de crecimiento poblacional	1,0202	1,0202	1,0202	1,0202
Tasa envejecimiento	26,28%	26,28%	26,28%	26,28%
Adultos mayores	14.125,00	14.410,00	14.701,00	14.998,00
Índice de vulnerabilidad social	12,46%	12,46%	12,46%	12,46%
Adultos mayores económicamente independientes	12.365,00	12.615,00	12.869,00	13.129,00
Interesados en el proyecto	64%	64%	64%	64%
Mercado meta del proyecto	7.913,00	8.073,00	8.236,00	8.403,00

Fuente: INEC 2010
Elaborado por: la autora 2014

El mercado meta del proyecto está conformado entonces por la totalidad de los adultos mayores de la ciudad de Ibarra descontadas las personas incluidas en el índice de vulnerabilidad social, ese total se pondera por los adultos mayores interesados en participar en la iniciativa.

3.8.1 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se utilizó el método exponencial expresado en la siguiente fórmula:

$$D_f = D_0 * (1 + i)^n$$

Donde:

D_f =Demanda futura

D_0 = Demanda actual

I = Tasa de proyección

N = período buscado

De esta forma, la proyección de demanda futura será la siguiente:

Cuadro Nº 25 Proyección de demanda

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Demanda actual	8.403	8.403	8.403	8.403	8.403
Tasa de proyección	1,0202	1,0408	1,0618	1,0833	1,1052
Proyección demanda	8.572	8.746	8.922	9.103	9.286

Elaborado por: la autora 2014

3.9 Identificación de la oferta

La oferta está compuesta por todas aquellas organizaciones inscritas en Clasificación Nacional de Actividades Económicas(CIIU 4.0) como Q8810 “ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO PARA PERSONAS DE EDAD Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD”, y Q889 “OTRAS ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO”, de acuerdo al último censo económico realizado por el INEC, en la ciudad existen 3 organizaciones de este tipo, con una capacidad instalada combinada para atender a 4.200 personas anualmente.

3.9.1 Proyección de la oferta

Al igual que para la proyección de la demanda, se utilizó el método exponencial mediante la siguiente fórmula:

$$Of = Oa * (1 + i)^n$$

Donde:

O_f =Oferta futura

O_a =Oferta actual

i = tasa de crecimiento (se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del año 2012 en el país, 2%)

N = Año buscado

La siguiente tabla muestra la proyección de la oferta estimada

Cuadro N° 26 Proyección de oferta

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Capacidad instalada actual	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
Crecimiento del sector	1,02	1,04	1,06	1,08	1,11
Proyección oferta	4.285	4.371	4.460	4.550	4.642

Elaborado por: la autora 2014

3.10 Demanda insatisfecha

Definida como la diferencia entre demanda y oferta, la demanda insatisfecha proyectada es la siguiente:

Cuadro N° 27 Demanda insatisfecha

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Proyección demanda	8.572	8.746	8.922	9.103	9.286
Proyección oferta	4.285	4.371	4.460	4.550	4.642
Demanda insatisfecha	4.288	4.374	4.463	4.553	4.645

Elaborado por: la autora 2014

3.11 Análisis de competidores

Como se dijo anteriormente, en la ciudad de Ibarra existen formalmente tres organizaciones cuyas actividades incluyen entre otros servicios recreacionales para adultos mayores o personas discapacitadas:

Cuadro N° 28 Centros de cuidado a personas adultas mayores en Ibarra

N°	Nombre Establecimiento	Dirección	Propiedad	Capacidad instalada	Precio mensual	Servicios que ofrece
1	Centro de cuidado al Adulto Mayor "CASA MARTÍN"	Calle José Mejía Lequerica 3-80 y Sucre	Privado	20 personas mensualmente X 12 240	\$ 450,00 + IVA (ALOJAMIENTO) \$350,00 + IVA (CENTRO DE DIA)	Cuidados al adulto mayor, funciona como centro de noche y de día, las personas que aquí permanecen en su mayoría no pueden valerse por sí mismas pues usan sillas de ruedas o padecen alguna enfermedad que requiere de cuidados permanentes. Las personas aquí realizan actividades como ejercicios mentales Fisioterapia y se enfocan en lo que son trabajos manuales, pintan figuras en papeles, hacen bolitas de papel para luego pegarlos en hojas, entre otras. Están bajo el cuidado permanente de enfermeras, tienen la visita del médico 1 vez por semana, los que requieren también reciben atención psicológica. Reciben alimentación 5 veces al día, tienen una habitación con baño privado.
2	Hogar de Ancianos "SANTA LUISA DE MARILLAC"	Calle Carlos Proaño y Atahualpa	Privado	20 personas mensualmente X 12 240	\$ 325,00 + IVA	Cuidados al adulto mayor, funciona como un centro de noche, únicamente hacen ejercicios los lunes miércoles y viernes y reciben la visita del médico una vez por semana. Ofrece alojamiento y alimentación con 5 comidas al día.
3	IESS		Público	6 grupos de 40 a 67 integrantes cada uno distribuidos así: 1- 40 = 40 2- 49 = 98 1- 52 = 52 1- 53 = 53 <u>1- 67 = 67</u> 310 X 12 3.720	Gratuito en parte	Talleres para el adulto mayor de cultura física, danza, manualidades, belleza, canto. Es de acceso para jubilados o adultos mayores activos, el seguro social no tiene una sede en donde realizar los talleres, a pesar de que cuenta con las oficinas de la asociación de jubilados, en donde existe únicamente un salón que no abastece a todos los grupos, el IESS facilita gratuitamente el instructor pero los demás gastos como el alquiler de local para la realización de los talleres corren por cuenta de los adultos mayores, el IESS aporta con un porcentaje para paseos recreativos entrega en total \$540 al año para cada grupo.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora 2014

3.11.1. Diferencias con el proyecto:

El centro de recreación está diseñado para personas que aún pueden valerse por sí mismas. Las actividades a realizarse tienen como finalidad la recreación del adulto mayor. El Centro de Recreación ofrecerá sus servicios desde las 7:00 de la mañana hasta las 15:00, es decir el adulto mayor asistirá al centro durante el día pues el objetivo es mantenerlo ocupado utilizando el tiempo libre, pero de ninguna manera separarlo de su entorno familiar.

3.12 Proyección de precios

De acuerdo a la investigación de campo (pregunta n° 11), el precio óptimo a cobrar es de \$150 mensuales, el valor incluye servicios de alimentación, transporte, medicina preventiva, actividades recreativas y cursos de formación, todo esto dentro de una infraestructura especialmente diseñada para acoger personas de la tercera edad, la proyección de precios se realizó considerando el promedio de inflación del país en los cinco últimos años:

Cuadro N° 29 Proyección de precios

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Precio	150	157,82	166,04	174,69	183,79

Elaborado por: la autora 2014

Sin embargo para establecer un precio competitivo de venta, se recomienda usar la siguiente ecuación:

$$PV = Cu * (1+mg)$$

En donde:

PV = Precio de venta o valor del producto.

CU = Costos Unitarios.

Mg = Margen de ganancias sobre los costos.

3.13 Comercialización

3.13.1 Estrategia de plaza

El proyecto por ser una actividad de servicios no contempla canales de distribución, es decir no incluye intermediarios o canales ajenos. Este servicio de la manera como pretende ser implementado no existe actualmente por lo que supone reservar toda la zona del cantón de Ibarra para un punto de venta, los interesados podrán concurrir a adquirir el servicio directamente.

Se contará con la infraestructura adecuada para el correcto funcionamiento del establecimiento a pesar de que esta no sea propia se negociará con sus propietarios la estabilidad a través de un contrato legalizado de mínimo por 10 años.

Lo anterior implica dar un servicio especializado a un nicho del mercado que actualmente no ha sido atendido. Se ofrecerá un servicio muy específico y especializado, para satisfacer las necesidades o deseos de un grupo pequeño pero homogéneo en cuanto a sus necesidades y deseos.

3.13.2 Estrategia de precio

Definiendo esta variable como el valor monetario que se asigna a nuestros servicios al momento de ofrecerlos a los clientes, se implementarán las siguientes estrategias:

- Lanzar al mercado nuestros servicios a precios más bajos que la competencia para que, de ese modo, se pueda lograr una rápida penetración y una rápida acogida.
- Ofrecer descuentos del 10% para aquellos clientes que deseen mantener relaciones comerciales de largo plazo
- En relación al crédito, se trabajará con tarjetas de crédito bancarias, de esa forma, el cliente podrá pagar en el plazo que le sea cómodo y la empresa asegura el pago.
- Posicionada la marca, se lanzarán al mercado nuevos servicios (variedad del servicio original) con un precio más alto, para que, de ese modo, se pueda aprovechar el esfuerzo comercial inicial.

3.13.3 Estrategia de producto

Los servicios que ofrecerá el proyecto son:

- Aprovechamiento del tiempo libre
- Cursos de capacitación
- Gimnasia
- Paseos
- Convivencias
- Medicina preventiva
- Alimentación

Estos servicios se enfocan a personas ya jubiladas o en edad de hacerlo, en nuestro país esta condición se adquiere a los 65 años, una vez definido lo anterior, a esta población se le ofrecerá un servicio de atención integral diario (no incluye habitación) en horario que va desde las 7 AM hasta las 15 AM de lunes a viernes, como atención integral se quiere decir el cuidando las condiciones sociales y sanitarias.

Se ofrecerán diversidad en las actividades, las mismas que serán las de mayor acogida y aceptación.

Lo fundamental será Incluir servicios adicionales o complementarios a los que se brindan y que provoquen un mayor disfrute del servicio.

Se contará con personal capacitado y calificado, se dará la oportunidad a personas preparadas que inicien la actividad laboral de esta manera el servicio será de calidad a un costo bajo.

3.13.4 Estrategia de promoción

La imagen institucional del centro será:

Ilustración N° 1: Imagen institucional



Elaborado por: La autora 2014

Será necesario dar a conocer el nuevo proyecto al mercado, para esto se ha considerado publicitar la empresa a través de medios de comunicación

masiva que tengan como mercado objetivo la población de adultos mayores de la ciudad.

Los medios elegidos son:

Televisión:

TVN:

Los programas elegidos para realizar la publicidad son:

Matices:

Género: Revista Familiar

Grupo Objetivo: Profesionales, público en general.

Horario: 08:30 -9:30

Conducción: Doris Castillo

Travesía deportiva:

Género: Noticiero Deportivo

Grupo Objetivo: Multitarget

Horario: L-M-V 20:10 – 20:40 / M-J 20:00 – 20:30

Conducción: Hugo Bonilla

Prisma informativo:

Género: noticias

Grupo objetivo: Multitarget

Horario: L-M-M-J-V de 19.00 a 20.00 Hrs.

Prensa escrita:

Grupo Corporativo el Norte (diario El Norte)

Las secciones donde se deberá incluir la publicidad son:

- Política
- Economía
- Personajes
- Sucesos
- Ecuador

Las secciones deben irse rotando para alcanzar el mayor porcentaje de adultos mayores posibles.

Radio

AMÉRICA FM

- Los programas elegidos son:
- Buen día con energía (3.00 a 7.00 AM)
- Solo deportes (13.00 a 15.00)
- Enlace ciudadano (10.30 a 13.30 sábados)
- Clásicos vivos (18.00 a 20.00)

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4. Localización del proyecto

El proyecto se ubicará en la región Sierra Norte, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, la ciudad está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C. (<http://www.ibarra.gob.ec/>)

4.1 Macro localización

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la Región Norte (Ecuador). Por eso es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606 por orden de Miguel de Ibarra y Mallea. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

Ilustración N° 2: Ciudad de Ibarra

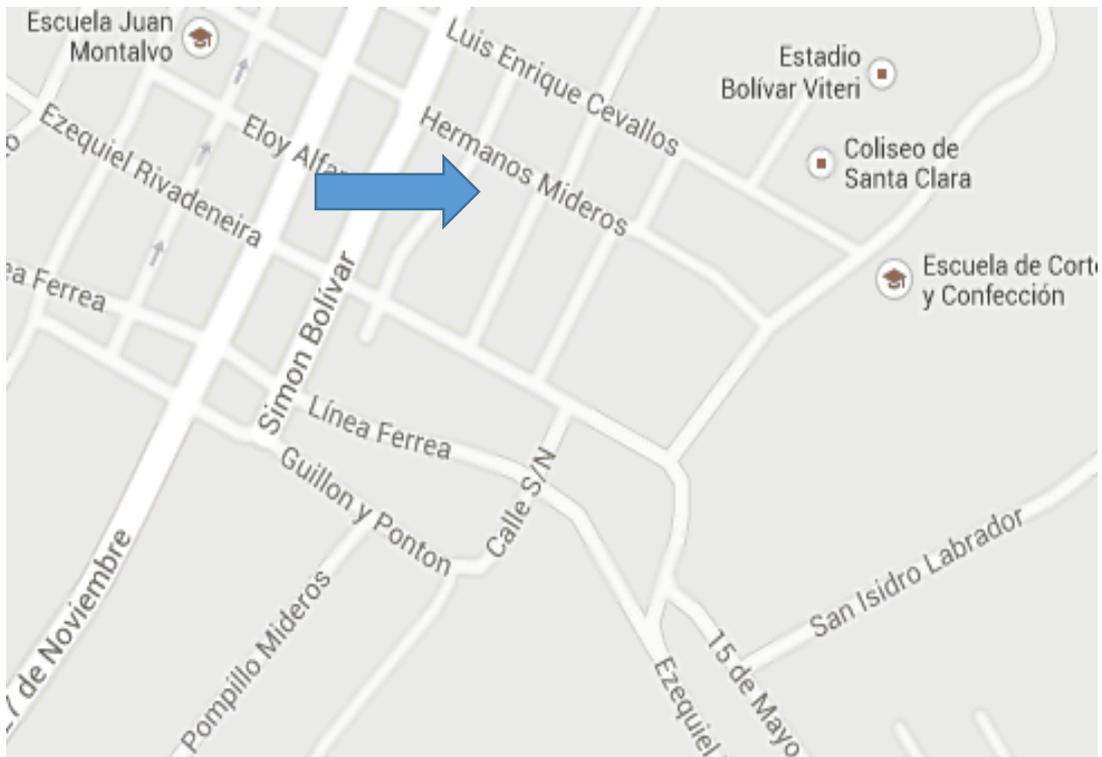


Fuente: Google maps
Año 2014

4.1.1 Micro localización

El proyecto se ubicará en calles Hermanos Mideros 157, parroquia San Antonio de acuerdo a la siguiente ilustración:

Ilustración N° 3: Micro localización del proyecto



Fuente: Google maps.
Año 2104

4.1.2 Vías de acceso

Al ser la ciudad de Ibarra capital provincial de Imbabura, se cuenta con excelentes vías de acceso, desde el sur de la ciudad, lugar donde se ubica el proyecto se puede acceder por la carretera de primer orden E35, llegado a la parroquia de San Antonio, se sube por la avenida 27 de noviembre hasta la calle Hermanos Mideros, como se aprecia, las vías de acceso son de primer orden y de fácil localización.

4.1.3 Factores determinantes de la micro localización

Para determinar la micro localización se analizaron las siguientes variables:

a. Talento humano.

La micro localización, en un sector densamente poblado del cantón, asegura contar con el talento humano operativo necesario y desde el punto de vista de personal con preparación profesional en materias tales como salud, administración, contable, entre otros, la zona cuenta con distintas universidades que pueden proveer de las personas adecuadas.

b. Cercanía al mercado

La ciudad de Ibarra es pequeña en superficie, lo que implica un mercado altamente concentrado facilitando el acceso a los adultos mayores, de esta forma, los potenciales clientes no deben realizar una larga travesía para llegar a las instalaciones del centro.

c. Acceso a servicios básicos, vías de acceso, comunicaciones

La ciudad de Ibarra es un lugar moderno, capital provincial, eje de desarrollo de la región norte del país, debido a esto cuenta con todos los servicios básicos y de comunicación necesarias para la ejecución del

proyecto, en relación al estado de las rutas de acceso, son vías de primer nivel.

4.2 Ubicación de la planta

4.2.1 Etapa de preoperación

La adecuada ubicación de la micro localización, es un aspecto fundamental que puede definir el éxito o fracaso de la iniciativa.

Los factores considerados en este aspecto fueron:

Factores primarios:

- Disponibilidad de materias primas (principales fuentes de abastecimiento, distancia, zonas de consumo o mercados).
- Disponibilidad de servicios generales (agua, energía, combustible, etc.), indispensable para la ejecución del proyecto.
- Disponibilidad de transportes (distancia, disponibilidad y costo de diversos medios de transporte).
- Disponibilidad de mercados (crecimiento del mercado, competencia presente y futura).
- Disponibilidad de mano de obra

Factores específicos:

- Legislación y normas públicas vigentes (Influencia en la elección de la localización de la Planta).

En relación a los factores secundarios, no existe legislación que impida la ejecución del proyecto.

La siguiente tabla muestra la ponderación de cada variable para la elección de la ubicación:

Cuadro N° 30 Matriz de ponderación de micro localización

Factores	Ponderación
Disponibilidad de materias prima	Fortaleza
Disponibilidad de servicios generales	Fortaleza
Disponibilidad de transporte	Fortaleza
Disponibilidad de mercados	Oportunidad
Disponibilidad de mano de obra	Fortaleza
Existencia de infraestructura	Fortaleza

Elaborado por la autora 2014

De acuerdo a la matriz, no existen amenazas ni riesgos en la ubicación elegida.

4.2.2 Diseño de instalaciones

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará el área de producción y las oficinas administrativas.

Es importante indicar que va contener las diferentes áreas con que va estar formada la empresa para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

Área destinada al cliente

- Comedores
- Salas de estar
- Baños
- Áreas verdes

Área administrativa

- Gerencia
- Contabilidad
- Recepción

Cocina

Áreas verdes y parqueadero

Cuadro Nº 31 Distribución de la planta

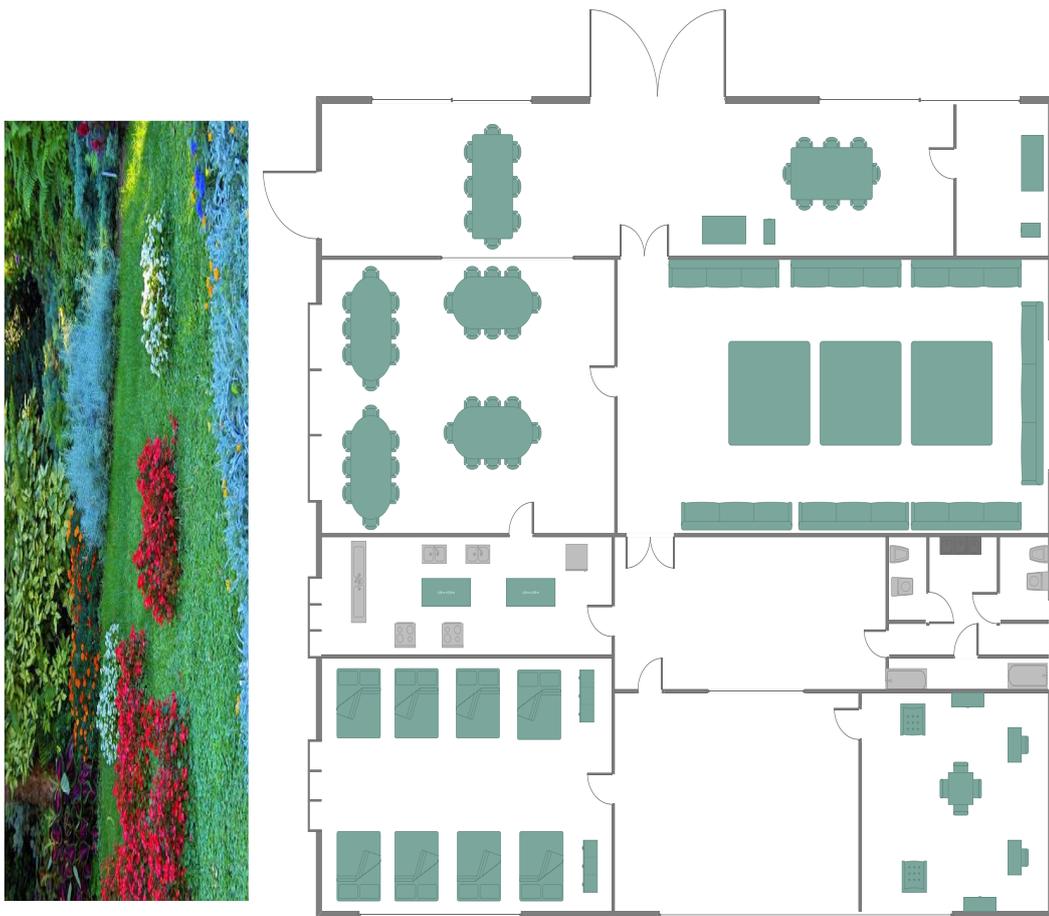
Área	Cantidad m ²
Área de clientes <ul style="list-style-type: none">• Comedores• Salas estar• Salas de descanso• Baños	300
Área administrativa <ul style="list-style-type: none">• Recepción• Oficinas	100
Área médica <ul style="list-style-type: none">• Fisioterapia	30
Cocina	30
Áreas verdes	500
TOTAL	960

Elaborado por: Autora 2014

4.2.3 Distribución de la planta

Para que el centro pueda ofrecer un servicio de calidad se requiere contar con las siguientes áreas que en total suman 960Mts².

Ilustración N° 4: Plano de planta



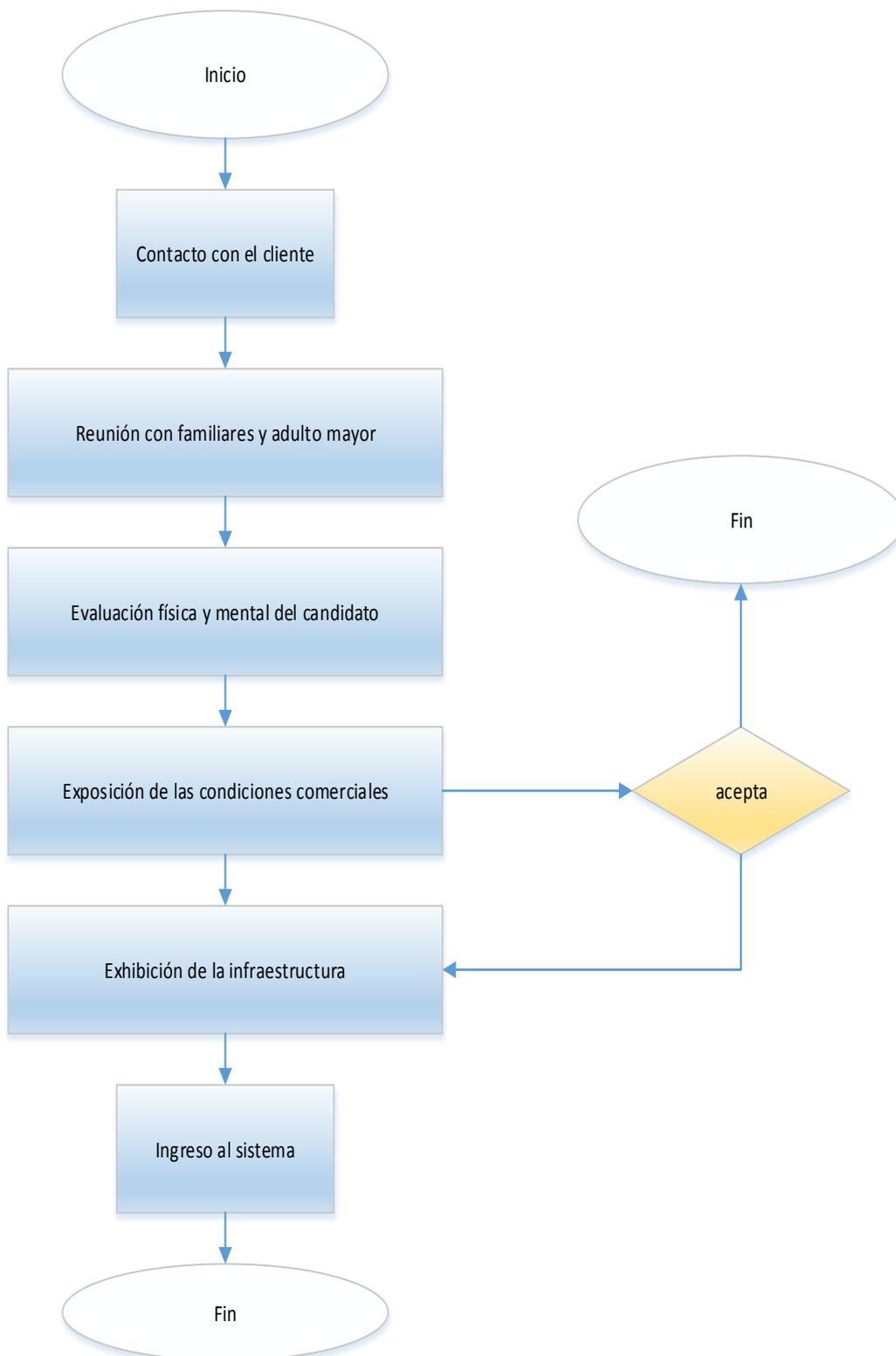
Elaborado por la autora 2014

4.3 Flujograma de procesos

Se definieron dos procesos primarios, comercial y de prestación de servicios:

Proceso típico comercial:

Ilustración N° 5: Flujograma comercial

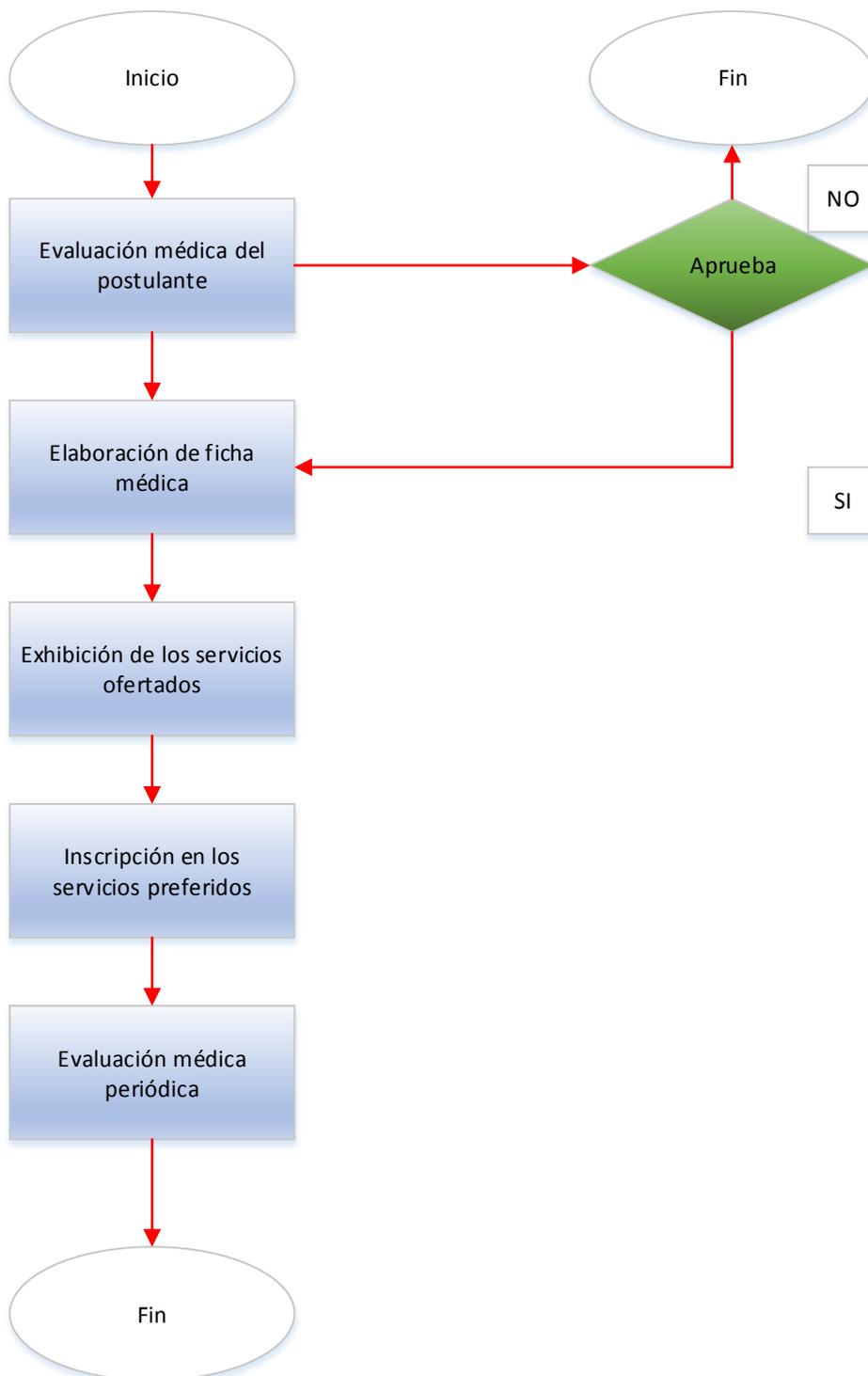


Elaborado por la autora 2014

El proceso inicia con el contacto con el cliente, a través de publicidad o directamente por la visita de este al centro, posteriormente, en una reunión que incluye al adulto mayor, sus familiares y el administrador del centro se informa a los interesados sobre la forma de operar de la empresa, horarios, servicios que se ofrecen, posteriormente, se efectúa una evaluación del candidato, esta incluye un chequeo médico, físico y mental efectuados por el fisioterapeuta y médico, en este procedimiento se detectan problemas que pueda tener el candidato y se analiza la factibilidad de formar parte de la organización, finalmente, en caso que el candidato cumpla con los requerimientos del centro se le informa sobre las condiciones comerciales para ser ingresado al sistema contable y administrativo, realizados estos procedimientos, el adulto puede comenzar a asistir al centro y formar parte de este.

Proceso típico operaciones:

Ilustración N° 6: Proceso típico operacional



Elaborado por la autora 2014

Luego de efectuado el examen médico el cual define la aceptación o rechazo del candidato, se procede a llenar una ficha médica la que contiene

la historia clínica, alimentación permitida, necesidades físicas; posteriormente se le exhiben los servicios que oferta el centro y que están acorde a su condición física, el adulto mayor se inscribe en los que elija para poder empezar a participar en estos; lo anterior incluye una permanente evaluación médica para asegurar su óptima condición física y su posibilidad de realizar las actividades sobre las que manifestó interés.

4.4 Presupuesto técnico

4.4.1 Valorización de inversiones

El siguiente es el detalle de las inversiones necesarias para poner en operación el proyecto:

Cuadro Nº 32 Detalle de inversiones

Activo fijo	Total
Adecuación instalaciones	10.000,00
Equipos de operación	8.046,00
Muebles de operación	12.500,00
Equipos de computación	3.300,00
Muebles de oficina	3.500,00
Total activo fijo	37.346,00
Capital de trabajo	
Sueldos y salarios	18.567,39
Servicios Básicos	495,00
Útiles de Oficina	90,00
Arriendos	1.500,00
Total capital de trabajo	20.652,39
Otros activos	
Gastos constitución	2.000,00
Garantías arriendos	1.000,00
Total otros activos	3.000,00
Total Activos	60.998,39

Elaborado por: La Autora 2014

El detalle de inversión en activos fijos es:

Cuadro Nº 33 Detalle de activos fijos

Concepto	Cantidad	Costo
Cocina industrial	2	1.400,00
Cocina simple	1	350,00
Extractor de olores	2	800,00
Licuada industrial	1	250,00
Congelador	1	800,00
Refrigerador	2	700,00
Centralilla de gas	1	200,00
Mesas de trabajo acero inoxidable	3	600,00
Utensilios cocina		26,00
Televisores	4	2.800,00
Menaje de trabajo		100,00
Basureros industriales	2	20,00
Vajilla, cristalería, cubertería		600,00
Total equipos operación		8.046,00

Concepto	Cantidad	Costo
Sofá 3 cuerpos	3	1.600,00
Mesas de centro	4	600,00
Mesas de comedor	3	2.000,00
Sillas de comedor	90	4.500,00
Aparador	2	200,00
Camas	20	3.000,00
Total muebles operación		12.500,00

Concepto	Cantidad	Costo
Equipos de computación	3	3.300,00
Total equipos de computación		3.300,00

Concepto	Cantidad	Costo
Escritorio ejecutivos	5	1.000,00
Sillas ejecutivas	5	500,00
Otros		2.000,00
Total muebles oficina		3.500,00

Elaborado por: La autora 2014

Resumen inversiones

Cuadro N° 34 Resumen inversiones

Concepto	%
Activo corriente	61%
Activo no corriente	34%
Otros activos	5%

Elaborado por: La autora 2014

4.5 Financiamiento

Para su operación, el proyecto requiere de \$60.998,39 los cuales serán aportados de la siguiente manera:

Cuadro Nº 35 Financiamiento

Concepto	Monto	Porcentaje
Aporte Socios	24.399,36	40%
Deuda	36.599,03	60%
Total inversiones	60.998,39	100%

Elaborado por la autora 2014

El financiamiento externo provendrá del Banco Nacional de Fomento a una tasa del 11,20% (29-01-2014), el aporte propio corresponde al 40% del total de la inversión, luego los dueños asumen un 40% del riesgo por lo tanto no debieran existir problemas para acceder al crédito.

4.6 Talento humano

En relación al talento humano, el proyecto considera una reducida planta de colaboradores de acuerdo a las siguientes tablas:

Cuadro Nº 36 Necesidades de talento de humano

Cargo	Cantidad	Sueldo base \$
Gerente	1	600,00
Secretaria	1	400,00
Contador/a	1	450,00
Medico/a	1	500,00
Enfermera/o	2	550,00
Personal aseo	2	350,00
Cocinera	1	350,00
Ayudante cocina	1	350,00
Instructores	3	350,00
Total personal	13	

Elaborado por: La autora 2014

4.7 Tamaño del proyecto

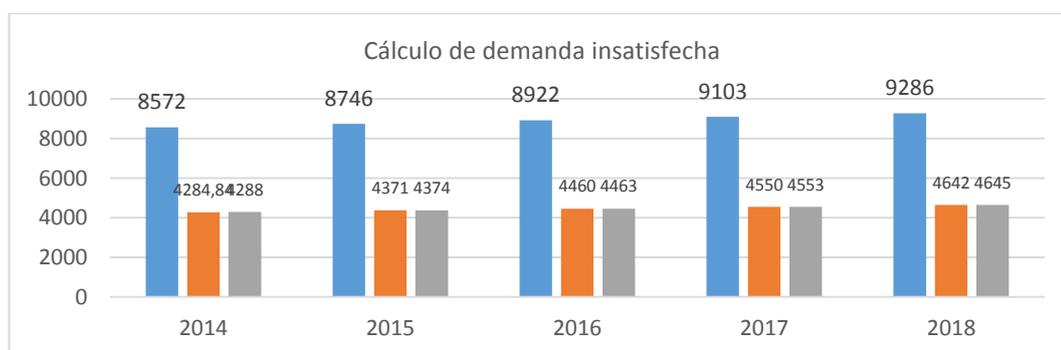
El tamaño del proyecto se emplea para medir la capacidad operacional y productiva de la empresa, se consideraron los siguientes aspectos:

El mercado

Se identificó como el factor más importante para determinar el tamaño del proyecto, esta variable permite definir la capacidad operativa que deberá tener la empresa para cubrir la demanda insatisfecha estimada.

Para evaluar la capacidad necesaria se recurrió a información recopilada del estudio de mercado en el cual se determinó la demanda insatisfecha existente en el mercado:

Gráfico No 13 Demanda insatisfecha



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora 2014

Como puede apreciarse en el gráfico anterior, se proyecta una demanda insatisfecha constante en el tiempo, lo que implica que a medida que aumenta la población por su natural tasa de crecimiento (2,02% anualmente para el cantón de Ibarra), aumenta la demanda insatisfecha ya que la oferta crece, así mismo a razón de la tasa de crecimiento poblacional, pero no crece lo suficiente como para cubrir la demanda, esto implica que en el período estudiado, el negocio siempre tendrá

consumidores para sus servicios. El proyecto solo contempla captar un máximo del 2% de la demanda insatisfecha de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº 37 Participación de mercado

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Proyección demanda	8.572	8.746	8.922	9.103	9.286
Proyección oferta	4.285	4.371	4.460	4.550	4.642
Demanda insatisfecha	4.288	4.374	4.463	4.553	4.645
Cuota de mercado aspirada (mensual)	86	90	95	99	104

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora 2014

El proyecto debe intentar aumentar su participación de mercado en un 0,05% para usar el 100% de su capacidad instalada.

4.7.1 Capacidad instalada

La capacidad del producto se mide por el número de adultos mayores que es posible atender con los recursos existentes, esto se ilustra en la siguiente tabla:

Cuadro Nº 38 Capacidad de producción

Cap. Instalada/período	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Capacidad instalada	100	102	104	106	108

Elaborado por la autora 2014

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5. Inversiones

Las inversiones para la ejecución del proyecto son las siguientes:

Cuadro Nº 39 Detalle de inversiones

Activo fijo	Total
Adecuación instalaciones	10.000,00
Equipos de operación	8.046,00
Muebles de operación	12.500,00
Equipos de computación	3.300,00
Muebles de oficina	3.500,00
Total activo fijo	37.346,00
Capital de trabajo	
Sueldos y salarios	18.567,39
Servicios Básicos	495,00
Útiles de Oficina	90,00
Arriendos	1.500,00
Total capital de trabajo	20.652,39
Otros activos	
Gastos constitución	2.000,00
Garantías arriendos	1.000,00
Total otros activos	3.000,00
Total Activos	60.998,39

Elaborado por: La autora 2014

El detalle de activos no corrientes se analiza en el numeral 4.4.1 del cuarto capítulo.

5.1 Capital de trabajo

Se estimó un capital de trabajo necesario para 3 meses de operación de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro Nº 40 Necesidades de capital de trabajo

Capital de trabajo	
Sueldos y salarios	18.567,39
Servicios Básicos	495,00
Útiles de Oficina	90,00
Arriendos	1.500,00
Total capital trabajo	20.652,39

Elaborado por: La autora 2014

Lo anterior se desglosa de la siguiente manera:

Cuadro Nº 41 Capital de trabajo, sueldos

Detalle de sueldos	Monto
Personal administrativo	21.984,10
Personal producción	52.285,45
Total sueldos y salarios	74.269,55
Capital de trabajo	18.567,39

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro N° 42 Servicios básicos

Concepto/Período	Período 1	Capital de trabajo
Agua potable	180,00	45,00
Energía eléctrica	1.200,00	300,00
Comunicaciones	600,00	150,00
Total Servicios Básicos	1.980,00	495,00
Total capital de trabajo		495,00

Elaborado por: La autora 2014

Útiles de Oficina:

Se estimó un gasto mensual en útiles de oficina de 30,00, entonces como capital de trabajo, son $\$ 30 \times 3 = \$ 90,00$

Arriendos:

Se estimó un gasto en arriendo de \$500,00 mensuales, entonces como capital de trabajo, son $\$ 500,00 \times 3 = \$ 1.500,00$

5.2 Financiamiento

Se consideró financiar el proyecto en un 40% mediante aporte de la socia y 60% vía crédito en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 11,20% (al 28-01-2014), de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N° 43 Fuentes de financiamiento

Concepto	Monto	Porcentaje
Aporte Socios	24.399,36	40%
Deuda	36.599,03	60%
Total inversiones	60.998,39	100%

Elaborado por: La autora 2014

5.3 Costo de oportunidad, tasa de rendimiento medio

Para el cálculo de la tasa de redescuento se utilizó la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK) * (1 + i) - 1$$

Donde

TRM= Tasa de rendimiento medio

CO= Costo de oportunidad

I= Tasa riesgo de negocio

Cuadro N° 44 Tasa de rendimiento medio

Concepto	Monto	Porcentaje	Costo	Costo ponderado
Aporte Socios	24.399,36	40%	7%	2,80%
Deuda	36.599,03	60%	11,20%	6,72%
Riesgo negocio				5,21%
Total inversiones	60.998,39	100%		15,23%

Elaborado por: La autora 2014

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

Cálculo	
Concepto	Valor
Costo oportunidad	0,0952
(1+CO)	1,095
Tasa riesgo negocio	0,0521
(1 + Tasa riesgo)	1,0521
$(1+CO)*(1+ TR)-1$	15,23%

Elaborado por: La autora 2014

El costo de oportunidad se calcula sumando el costo del dinero aportado por la socia y la deuda bancaria.

La tasa de riesgo de negocio es el equivalente al promedio de inflación de los últimos 5 años en el país.

5.4 Proyección de ingresos

Los ingresos se proyectaron en base a:

a. Cuota de mercado aspirada:

Cuadro Nº 45 Cuota de mercado aspirada

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Proyección demanda	8.572	8.746	8.922	9.103	9.286
Proyección oferta	4.285	4.371	4.460	4.550	4.642
Demanda insatisfecha	4.288	4.374	4.463	4.553	4.645
Cuota de mercado aspirada (mensual)	86	90	95	99	104

Elaborado por: La autora 2014

La cuota de mercado a la que se aspira va en directa relación a la capacidad instalada del proyecto (numeral 4.7.2, capítulo IV)

b. Precios

Los precios proyectados fueron los siguientes:

Cuadro Nº 46 Detalle de precios

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Precio	150	157,82	166,04	174,69	183,79

Elaborado por: La autora 2014

El reajuste de precios se efectuó en base al promedio de inflación de los últimos 5 años en el país.

Cuadro N° 47 Detalle de ingresos

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Precio	150	157,815	166,037	174,688	183,789
Cantidad	1.029	1.080	1.135	1.191	1.251
Total	154.355,68	170.517,49	188.371,53	208.094,97	229.883,55

Elaborado por: La autora 2014

5.5 Egreso

Los egresos se dividieron entre costos y gastos:

5.5.1 Costos

El resumen de costos es el siguiente:

Cuadro N° 48 Resumen de costos

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Sueldos	52.285,45	58.192,12	61.223,93	64.413,70	67.769,65
Alimentación	41.161,51	45.471,33	50.232,41	55.491,99	61.302,28
CIF	1.638,00	1.721,70	1.809,68	1.902,16	1.999,36
Dep. operación	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14
Total costos	97.934,10	108.234,30	116.115,16	124.656,99	133.920,43

Elaborado por: La autora 2014

5.5.1.1 Detalle de sueldos de operación

Cuadro Nº 49 Detalle de sueldos de operación

Personal producción					
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Médico/a	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56
Enfermera/o (2)	16.583,80	18.605,13	19.574,45	20.594,28	21.667,24
Personal aseo (2)	10.800,60	12.099,78	12.730,18	13.393,42	14.091,22
Cocinera/o	5.400,30	6.049,89	6.365,09	6.696,71	7.045,61
Ayudante cocina	5.400,30	6.049,89	6.365,09	6.696,71	7.045,61
Instructores	8.100,45	9.074,84	9.547,63	10.045,07	10.568,41
Total personal producción	52.285,45	58.192,12	61.223,93	64.413,70	67.769,65

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 50 Sueldo médico

Médico/a	Honorarios profesionales 2 visitas semanales	\$ 500,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56
Total	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 51 Sueldo enfermeras

Enfermera/o (2)	Sueldo base	\$ 550,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	13.200,00	13.887,72	14.611,27	15.372,52	16.173,43
Aporte Patronal	1.603,80	1.687,36	1.775,27	1.867,76	1.965,07
Fondos de Reserva		1.157,31	1.217,61	1.281,04	1.347,79
Décimo Tercero	1.100,00	1.157,31	1.217,61	1.281,04	1.347,79
Décimo Cuarto	680,00	715,43	752,70	791,92	833,18
Total	16.583,80	18.605,13	19.574,45	20.594,28	21.667,24

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 52 Sueldo personal aseo

Personal aseo (2)	Sueldo base	\$ 350,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	8.400,00	8.837,64	9.298,08	9.782,51	10.292,18
Aporte Patronal	1.020,60	1.073,77	1.129,72	1.188,58	1.250,50
Fondos de Reserva		736,47	774,84	815,21	857,68
Décimo Tercero	700,00	736,47	774,84	815,21	857,68
Décimo Cuarto	680,00	715,43	752,70	791,92	833,18
Total	10.800,60	12.099,78	12.730,18	13.393,42	14.091,22

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 53 Sueldo cocinera

Cocinera/o	Sueldo base	\$ 350,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.418,82	4.649,04	4.891,26	5.146,09
Aporte Patronal	510,30	536,89	564,86	594,29	625,25
Fondos de Reserva		368,24	387,42	407,60	428,84
Décimo Tercero	350,00	368,24	387,42	407,60	428,84
Décimo Cuarto	340,00	357,71	376,35	395,96	416,59
Total	5.400,30	6.049,89	6.365,09	6.696,71	7.045,61

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 54 Sueldo ayudante de cocina

Ayudante cocina	Sueldo base	\$ 350,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	4.200,00	4.418,82	4.649,04	4.891,26	5.146,09
Aporte Patronal	510,30	536,89	564,86	594,29	625,25
Fondos de Reserva		368,24	387,42	407,60	428,84
Décimo Tercero	350,00	368,24	387,42	407,60	428,84
Décimo Cuarto	340,00	357,71	376,35	395,96	416,59
Total	5.400,30	6.049,89	6.365,09	6.696,71	7.045,61

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro N° 55 Honorarios instructores

Instructores jornada parcial	Sueldo base	\$ 350,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	6.300,00	6.628,23	6.973,56	7.336,88	7.719,13
Aporte Patronal	765,45	805,33	847,29	891,43	937,87
Fondos de Reserva		552,35	581,13	611,41	643,26
Décimo Tercero	525,00	552,35	581,13	611,41	643,26
Décimo Cuarto	510,00	536,57	564,53	593,94	624,88
Total	8.100,45	9.074,84	9.547,63	10.045,07	10.568,41

Elaborado por: La autora 2014

Los sueldos se proyectaron en base al promedio de inflación del país en los últimos 5 años de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N° 56 Promedio de inflación de los últimos 5 años

Año	Inflación
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
Suma	26,04%
Promedio	5,21%

Elaborado por: La autora 2014

5.5.1.2 Detalle de costo en alimentación

Se consideró un costo diario de \$2 por cliente en alimentación, esto se reajustó en base al promedio de la inflación del país de los últimos cinco años (5,21%)

Cuadro Nº 57 Costo de alimentación

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Total clientes mensual	86	90	95	99	104
Nº días	20	20	20	20	20
Valor alimentos	2,00	2,10	2,21	2,33	2,45
Costo mensual	3.430,13	3.789,28	4.186,03	4.624,33	5.108,52
Valor anual	41.161,51	45.471,33	50.232,41	55.491,99	61.302,28

Elaborado por: La autora 2014

5.5.1.3 Costos indirectos de producción

Corresponde al 70% del gasto en servicios básicos que genera el proyecto:

Cuadro Nº 58 Total gasto en servicios básicos

Concepto/Período	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Agua	180,00	189,00	199,00	209,00	220,00
Energía eléctrica	1.200,00	1.261,00	1.326,00	1.394,00	1.465,00
Comunicaciones	600,00	631,00	663,00	697,00	732,00
Papelería	360,00	378,00	398,00	418,00	439,00
Total Servicios Básicos	2.340,00	2.460,00	2.585,00	2.717,00	2.856,00

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 59 Costo indirecto de fabricación

Concepto/Período	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
CIF	1.638,00	1.721,70	1.809,68	1.902,16	1.999,36

Elaborado por: La autora 2104

5.5.1.4 Depreciación equipos de operación

Corresponde a la depreciación de los equipos directamente utilizados en el proceso operacional:

Cuadro Nº 60 Depreciación equipos operación

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	% DEPREC.	MONTO DEP.
Adecuación instalaciones	10.000,00	-	10%	1.000,00
Equipos de operación	8.046,00	604,60	10%	544,14
Muebles de operación	12.500,00	1.450,00	10%	1.305,00
TOTAL	30.546,00	2.054,60		2.849,14

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 61 Detalle saldo activos de operación

Concepto	0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Saldo inicial	30.546,00	30.546,00	27.696,86	24.847,72	21.998,58	19.149,44
Depreciación		2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14
Saldo final	30.546,00	27.696,86	2.847,72	21.998,58	19.149,44	16.300,30

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2 Gastos

Detalle de gastos:

Cuadro N° 62 Detalle de gastos

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Sueldos	21.984,10	24.655,02	25.939,54	27.290,99	28.712,85
Servicios básicos	702,00	737,87	775,58	815,21	856,87
Arriendos local	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56
Arriendo transporte	3.600,00	3.787,56	3.984,89	4.192,50	4.410,93
Depreciación Adm.	1.304,90	1.304,90	1.304,90	1.467,82	1.467,82
Gasto financiero	3.808,12	3.125,91	2.363,24	1.510,64	557,48
Amortización Gastos de Constitución	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Total gastos	37.799,12	40.323,86	41.409,64	42.664,67	43.757,51

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.1 Detalle de sueldos de administración

Resumen sueldos de administración

Cuadro Nº 63 Resumen sueldos de administración

Personal administrativo					
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Gerente	9.014,80	10.115,73	10.642,76	11.197,25	11.780,63
Secretaria	6.123,20	6.863,06	7.220,62	7.596,82	7.992,61
Contador/a	6.846,10	7.676,23	8.076,16	8.496,93	8.939,62
Total	21.984,10	24.655,02	25.939,54	27.290,99	28.712,85

Elaborado por: La autora 2014

El siguiente es el detalle de los sueldos de administración:

Cuadro Nº 64 Sueldo gerente

Gerente	Sueldo base	\$ 600,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	7.200,00	7.575,12	7.969,78	8.385,01	8.821,87
Aporte Patronal	874,80	920,38	968,33	1.018,78	1.071,86
Fondos de Reserva		631,26	664,15	698,75	735,16
Décimo Tercero	600,00	631,26	664,15	698,75	735,16
Décimo Cuarto	340,00	357,71	376,35	395,96	416,59
Total	9.014,80	10.115,73	10.642,76	11.197,25	11.780,63

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro N° 65 Sueldo secretaria

Secretaria	Sueldo base	\$ 400,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	4.800,00	5.050,08	5.313,19	5.590,01	5.881,25
Aporte Patronal	583,20	613,58	645,55	679,19	714,57
Fondos de Reserva		420,84	442,77	465,83	490,10
Décimo Tercero	400,00	420,84	442,77	465,83	490,10
Décimo Cuarto	340,00	357,71	376,35	395,96	416,59
Total	6.123,20	6.863,06	7.220,62	7.596,82	7.992,61

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro N° 66 Sueldo contador

Contador/a	Sueldo base	\$ 450,00			
Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Salario Básico Unificado	5.400,00	5.681,34	5.977,34	6.288,76	6.616,40
Aporte Patronal	656,10	690,28	726,25	764,08	803,89
Fondos de Reserva		473,45	498,11	524,06	551,37
Décimo Tercero	450,00	473,45	498,11	524,06	551,37
Décimo Cuarto	340,00	357,71	376,35	395,96	416,59
Total	6.846,10	7.676,23	8.076,16	8.496,93	8.939,62

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.2 Servicios básicos

Corresponde al 30% del gasto total en servicios básicos de acuerdo al numeral 5.5.1.3 del presente capítulo:

Cuadro N° 67 Gastos en servicios básicos

Concepto/Período	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Servicios básicos	702	737,87	775,58	815,21	856,87

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.3 Arriendos

Se consideró un gasto de \$500 mensuales en arriendos, el que se reajusta anualmente en base a la tasa promedio de inflación del país de los últimos cinco años.

Cuadro N° 68 Gasto en arriendo

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Arriendos	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.4 Depreciación equipos de administración

Corresponde a la depreciación de los materiales y equipos utilizados en las labores de administración del proyecto:

Cuadro Nº 69 Depreciación equipos de administración

ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	% DEPREC.	MONTO DEP.
Muebles de oficina	3.500,00	350,00	10%	315,00
Equipos computación	3.300,00	330,00	33,33%	989,90
TOTAL	6.800,00	680,00		1.304,90

Elaborado por: La autora 2014

Cuadro Nº 70 Detalle saldo activos de administración

Concepto	0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Saldo inicial	6.800,00	6.800,00	5495,10	4.190,20	6.398,43	4.930,61
Depreciación		1.304,90	1.304,90	1.304,90	1.467,82	1.467,82
Saldo final	6.800,00	5.495,10	4.190,20	2.885,30	4.930,61	3.462,79

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.5 Saldo de activos

Corresponde al valor de los activos totales después de la depreciación, la importancia radica en el valor que se debe adicionar al quinto período del flujo de caja para tener una estimación de los indicadores financieros confiable:

Cuadro N° 71 Resumen de tabla saldo de activos

Concepto	0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Saldo inicial		37.346,00	33.191,96	29.037,92	28.397,01	24.080,05
Depreciación		4.154,04	4.154,04	4.154,04	4.316,96	4.316,96
Saldo final	37.346,00	33.191,96	29.037,92	24.883,88	24.080,05	19.763,09

Elaborado por: La autora 2014

5.5.2.6 Amortización del préstamo

Corresponde a la amortización del crédito a tomar en el BNF a una tasa del 11,20% para financiar el proyecto:

Cuadro N° 72 Resumen tabla de amortización de la deuda

Concepto	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5	TOTAL
INTERES	3.808,12	3.125,91	2.363,24	1.510,64	557,48	11.365,38
CAPITAL	5.784,77	6.466,98	7.229,64	8.082,25	9.035,40	36.599,03
TOTAL	9.592,88	9.592,88	9.592,88	9.592,88	9.592,88	47.964,41

Elaborado por: La autora 2014

5.6 Estados financieros

5.6.1 Balance inicial

Cuadro N° 73 Balance inicial

Activos corrientes		%	Pasivo corriente		%
Efectivo	20.652,39				
Total activos corrientes	20.652,39	34%			
Activos no corrientes			Pasivo largo plazo		
Adecuación instalaciones	10.000,00		Deuda Ins. Financiera	36.599,03	
Equipos de operación	6.046,00				
Muebles de operación	14.500,00		Total pasivo L.P.	36.599,03	60%
Equipos de computación	3.300,00				
Muebles de oficina	3.500,00		Patrimonio		
Total activos no corrientes	37.346,00	61%	Capital	24.399,36	40%
			Total pasivos	60.998,39	100%
Otros activos					
Gastos constitución	2.000,00				
Garantías arriendos	1.000,00				
Total otros activos	3.000,00	5%			
Total activos	60.998,39	100%			

Elaborado por: La autora 2014

5.6.2 Estado de resultados

Cuadro N° 74 Estado de resultado

	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Ingresos					
Ventas	154.355,68	170.517,49	188.371,53	208.094,97	229.883,55
Total ingresos	154.355,68	170.517,49	188.371,53	208.094,97	229.883,55
Costos					
Mano Obra	52.285,45	58.192,12	61.223,93	64.413,70	67.769,65
Alimentación	41.161,51	45.471,33	50.232,41	55.491,99	61.302,28
CIF	1.638,00	1.721,70	1.809,68	1.902,16	1.999,36
Dep. operación	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14
Total costos	97.934,10	108.234,30	116.115,16	124.656,99	133.920,43
Margen operación	56.421,58	62.283,19	72.256,36	83.437,98	95.963,12
Gastos					
Sueldos	21.984,10	24.655,02	25.939,54	27.290,99	28.712,85
Servicios básicos	702,00	737,87	775,58	815,21	856,87
Arriendos local	6.000,00	6.312,60	6.641,49	6.987,51	7.351,56
Arriendo transporte	3.600,00	3.787,56	3.984,89	4.192,50	4.410,93
Depreciación Adm.	1.304,90	1.304,90	1.304,90	1.467,82	1.467,82
Gasto financiero	3.808,12	3.125,91	2.363,24	1.510,64	557,48
Amortización Gtos.					
Constitución	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Total gastos	37.799,22	40.323,96	41.409,74	42.664,67	43.757,52
Utilidad bruta	18.622,36	21.959,23	30.846,62	40.773,31	52.205,60
15% Part. Trabajadores	2.793,35	3.293,88	4.626,99	6.116,00	7.830,84
BAI	15.829,01	18.665,35	26.219,62	34.657,31	44.374,76
Impuesto a la renta personas naturales	398,90	724,04	1.819,94	3.085,60	3.959,95
Utilidad ejercicio	15.430,11	17.941,31	24.399,68	31.571,71	40.414,81

Elaborado por: La autora 2014

5.6.3 Flujo de caja

Cuadro Nº 75 Flujo de caja

	0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Inversión inicial	-60.998,39					
Utilidad bruta		18.622,36	21.959,23	30.846,62	40.773,31	52.205,60
Depreciación		4.154,04	4.154,04	4.154,04	4.316,96	4.316,96
Amortización Gatos de constitución		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
15% Participación trabajadores		-2.793,35	-3.293,88	-4.626,99	-6.116,00	-7.830,84
Impto. Renta personas naturales		-398,90	-724,04	-1.819,94	-3.085,60	-3.959,95
Pago capital préstamo		-5.784,77	-6.466,98	-7.229,64	-8.082,25	-9.035,40
Compra equipos de computación					-3.843,13	
Venta activos					330,00	
Saldo activos en libros						19.763,09
Recuperación capital neto						20.788,64
Total	-60.998,39	14.199,45	16.028,45	21.724,18	24.693,29	76.648,10

Elaborado por: La autora 2014

5.7 Evaluación financiera

A continuación se muestra el desempeño financiero del proyecto a través de los siguientes indicadores:

5.7.1 Cálculo del VAN

El VAN se calculó actualizando los flujos del proyecto a la tasa de redescuento (numeral 5.3 de este capítulo), 15,23%.

La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$VAN = \frac{\sum \text{flujos}}{(1 + i)^n}$$

Donde $i=15,23\%$

Cuadro N° 76 Cálculo del VAN

Concepto	0	Período 1	Período 2	Período 3	Período 4	Período 5
Flujo neto		14.199,45	16.028,45	21.724,18	24.693,29	76.648,11
Tasa actualización		1,1523	1,32779529	1,530018513	1,76304033	2,0315514
Flujo actualizado	-60.998,39	12.322,64	12.071,42	14.198,58	14.006,09	37.728,85
VAN (15, 23%)	29.329,20					

Elaborado por: La autora 2014

El cuadro muestra un VAN positivo de \$29.329,20 lo que avala la ejecución del proyecto.

5.7.2 Tasa interna de retorno

Para calcular este indicador se usó la siguiente fórmula:

$$TI + (Ts - Ti) \times \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Los valores usados fueron:

TI	1,1523
TS	1,2910
VAN Ti	29.329,20
VAN Ts	-23,71

Donde:

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

VAN Ti= VAN calculado a la tasa inferior

VAN Ts= VAN calculado a la tasa superior

Reemplazando en la fórmula anterior, se obtuvo:

$$TIR = 1,1523 + ((1,2910 - 1,1523) * \frac{29.329,20}{(29.329,20 - (-23,71))})$$

De lo anterior se obtiene una TIR del 29,08%

5.7.3 Período de recuperación del capital

Para calcular este indicador se utilizó la siguiente tabla:

Cuadro N° 77 Período de recuperación del capital

INVERSION	INGRESOS	COSTOS y GASTOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS	SALDO	RECUPERACION CAPITAL
-60.998,39			15.23%	15.23%		-60.998,39
1	154.356,00	135.733,32	134.222,00	118.029,00	16.193,00	-44.805,00
2	170.517,00	148.558,26	128.209,00	111.698,00	16.511,00	-28.294,00
3	188.372,00	157.524,90	123.119,00	102.957,00	20.161,00	-8.133,00
4	208.095,00	167.321,66	118.236,00	95.069,00	23.167,00	15.034,00
5	229.884,00	177.677,95	113.804,00	87.959,00	25.844,00	40.878,00
Suma			617.589,00	515.713,00		

Elaborado por: La autora 2014

Como se aprecia en la tabla anterior, el capital es recuperado en el tercer período y 128 días.

5.7.4 Relación beneficio costo

Este indicador se calculó usando la siguiente fórmula:

$$Relación \frac{B}{C} = \frac{\sum Ingresos actualizados}{\sum Egresos actualizados}$$

Donde:

Ingresos actualizados = \$ 617.589,00

Egresos actualizados = \$ 515.713,00

$$B = 1,19$$

Reemplazando en la fórmula, se obtiene una relación B/C de 1,19, esto es, por cada dólar que se invierte en el proyecto retornan 1,19 es decir se ganan 19 centavos de dólar.

5.8 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio, se utilizó la siguiente información:

Costos fijos: \$37.799,22

Costos variables: \$97.934,10

Precio de venta: \$150

Total ventas: \$154.355,68

Total clientes: 1.029

La fórmula utilizada para el cálculo fue:

$$Pto. equilibrio ventas = \frac{Costos fijos}{\left(1 - \frac{Costos variables}{ventas}\right)}$$

$$Pto. equilibrio ventas = \frac{37.799,22}{\left(1 - \frac{97.934,10}{154.355,68}\right)}$$

$$Pto. equilibrio ventas = \frac{37.799,22}{0,365529665} = 103.409,45$$

$$Pto. equilibrio cantidad = \frac{103.409,45}{150} = 689$$

De acuerdo a lo anterior, la empresa debe facturar durante el primer año \$103.409,45 atendiendo a 689 personas en ese lapso, es decir y

recurriendo a la definición dada en el marco teórico de este trabajo, con esas ventas “los costos fijos y variables se encuentran cubiertos”

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL

6.1 Estructura administrativa

6.1.1 Denominación

La nueva empresa se denominará “Una nueva vida”

6.1.2 Importancia

La importancia del proyecto tiene relación con el impacto básicamente social que tendrá en la comunidad ibarreña pese a existir otros efectos, se considera el social como el que más contribuye al sano desarrollo del cantón.

6.1.3 Beneficiarios

De acuerdo a lo anterior, los beneficiarios serán la población de adultos mayores del cantón de Ibarra y en general de la provincia de Imbabura ya que dará la oportunidad a este segmento de mercado de ampliar sus oportunidades de vida generando un círculo virtuosos que incluye a sus familias.

6.1.4 Sector económico

De acuerdo a la clasificación nacional de actividades económicas (CIIU Revisión 4.0), el proyecto se clasifica en el rubro Q8810 “ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO PARA PERSONAS DE EDAD Y PERSONAS CON DISCAPACIDAD”, y Q889 “OTRAS ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO

6.1.5 Tipo de empresa

Se decidió constituir el Centro de recreación para personas adultas mayores bajo la modalidad de *Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada*, dadas las condiciones legales existentes.

CONCEPTO

La Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada permite que una sola persona natural constituya una empresa con la figura de compañía de responsabilidad limitada, pero no con las características particulares de las compañías de responsabilidad limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Este tipo de compañía, por su naturaleza, tiene diferencias notorias con otras especies societarias comprendidas en la Ley de Compañías

Se conforma esta empresa con la figura de Compañía de Responsabilidad Limitada, pero no con las características particulares de las Compañías de Responsabilidad Limitada ordinarias contempladas en la Ley de Compañías, ya que la empresa unipersonal inicia sus actividades hasta la finalización de su plazo legal con una sola persona, única y exclusivamente.

Se puede conformar esta compañía por una persona que tenga la capacidad legal para realizar actos de comercio, esto es lo contemplado en el artículo 6 del Código de Comercio y artículo 1461 del Código Civil.

RESPONSABILIDAD

Se dispone que tanto el gerente-propietario como la empresa unipersonal de responsabilidad limitada son distintas personas, por consiguiente sus

patrimonios son separados. De lo anterior, la ley dispone que el gerente-propietario no será responsable de las obligaciones de la empresa, ni viceversa, salvo casos que la misma Ley enumera, como la quiebra fraudulenta

OBJETO

En lo referente al objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se establece que solo puede haber un objeto y debe estar definido de forma clara y precisa.

El objeto de esta compañía es la actividad económica organizada a la que se va a dedicar, y dicho objeto comprenderá solo una actividad empresarial.

ACTIVIDADES PROHIBIDAS

Se prohíbe que las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. Se prohíbe a este tipo de compañías realizar las actividades contempladas en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, Ley de Mercado de Valores y Ley General de Seguros, además de otras actividades por las cuáles se necesita de otra especie societaria.

PLAZO

Si en cualquier momento de existencia de la compañía unipersonal de responsabilidad limitada, el capital fuera inferior al mínimo establecido, en función de la remuneración básica mínima unificada que entonces se hallare vigente, el gerente propietario deberá aumentar el capital dentro del plazo de seis meses y deberá registrarse en el Registro Mercantil dicho aumento.

El tiempo en que prescribe la responsabilidad del gerente-propietario o sus sucesores por la disolución de la empresa es de tres años, salvo el caso en que haya habido la disolución de la empresa por quiebra.

CAPITAL

El capital inicial de esta empresa, de acuerdo a la Ley es el monto total de dinero que el gerente-propietario hubiere destinado a la actividad misma, sin embargo este capital no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general por diez.

Se dispone que, si en cualquier momento de existencia de la compañía unipersonal de responsabilidad limitada, el capital fuera inferior al mínimo establecido, en función de la remuneración básica mínima unificada que entonces se hallare vigente, el gerente propietario deberá aumentar el capital y deberá registrarse en el Registro Mercantil dicho aumento.

ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

La EURL es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenece, por ende, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. La persona natural a quien pertenece una EURL se llama “gerente-propietario”.

Se establece que una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto

empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

CONTABILIDAD Y RESULTADOS

La contabilidad de la empresa estará sometida a la Ley de Compañías y reglamentos expedidos por la Superintendencia de Compañías en lo que fueren aplicables. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, en los noventa días posteriores al término del ejercicio económico deberá preparar su balance. El gerente – propietario luego de ver los resultados económicos tomará las resoluciones al respecto que deberán constar en un acta firmada por él y el contador de la empresa para protocolizarla, ante notario, conjuntamente con el balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias. La empresa unipersonal está exenta de impuestos en el proceso de constitución o transformación, y solamente sus utilidades y valores que retiren de ella el gerente-propietario está sujeta al tratamiento tributario que tienen las compañías anónimas.

El gerente-propietario deberá asignar para la formación o incremento del fondo de reserva legal de la empresa, por lo menos un diez por ciento de las utilidades, hasta que dicho fondo alcance por lo menos el cincuenta por ciento del capital empresarial.

6.1.6 Misión

“Una nueva vida” Proveerá servicios personalizados de recreación y cuidado a personas adultas mayores que lo soliciten, investigando constantemente las innovaciones en las técnicas administrativas, desarrollando habilidades gerenciales, dentro de un ambiente laboral ético, transparente, responsable y con una entrega total sus clientes, constituyéndose en un apoyo confiable que permita al adulto mayor vivir plenamente.

6.1.7 Visión

“Ser la institución líder en el apoyo a adultos mayores de la provincia de Imbabura en el año 2017, conjugando calidad, atención personalizada y profesionales de la mayor calificación, el centro mantendrá el liderazgo en materia de actualización técnica para traspasar esas innovaciones a su clientela”

6.1.8 Objetivos, principios, políticas, valores

6.1.8.1 Objetivos estratégicos

Entre los objetivos estratégicos de “UNA NUEVA VIDA” Se han considerado:

- Ingresar al mercado como una alternativa innovadora de apoyo al adulto mayor.
- Posicionar el nombre y marca “UNA NUEVA VIDA” como la mejor alternativa de apoyo al adulto mayor de la ciudad de Ibarra.
- Ofertar un servicio de calidad a costos accesibles.
- Incrementar la demanda por los servicios del centro en base a la tasa de crecimiento poblacional anual durante los cinco primeros años como parámetro mínimo.
- Brindar un servicio efectivo e innovador en la forma de apoyar integralmente a sus clientes.
- Constante actualización sobre las necesidades de este segmento de mercado.
- Constante actualización de sus profesionales.

6.1.8.2 Principios

1. Resultados económicos

Buscamos permanentemente la creación de valor sostenible.

2. Conducta empresarial

Mantenemos un compromiso empresarial ético y transparente con niveles elevados de gobernabilidad.

3. Conducta individual

Exigimos una conducta personal honesta, íntegra y transparente.

4. Relaciones con nuestros clientes

Promovemos relaciones de confianza en el largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo servicios de calidad e innovadores

5. Relaciones con nuestros colaboradores

Desarrollamos equipos de alto desempeño, en un ambiente laboral sano, seguro y basado en el respeto de los Derecho Humanos.

6. Relaciones con nuestras comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente

Nos comprometemos a interactuar con nuestros vecinos, comunidades, proveedores, sociedad y medio ambiente, fundamentados en el respeto mutuo y la cooperación.

6.1.8.3 Políticas

1. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
2. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
3. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
4. La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en satisfacer plenamente las necesidades del cliente y contribuir al progreso económico del sector.
5. Reconocimiento al personal por ideas de mejora e innovación y/o ahorro de la empresa.
6. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano mediante acciones sistemáticas de formación asignando los recursos.
7. Cumplir con las normas y regulaciones legales vigentes en el Ecuador, así como con aquellos compromisos asumidos, aplicables a la calidad, el ambiente, la seguridad y salud en el trabajo.
8. Elevado compromiso para ofrecer un servicio personalizado y oportuno con agilidad y amabilidad.
9. Pulcritud en la presentación personal, correcta forma de llevar el uniforme y limpieza de las Instalaciones Físicas.
10. Comunicamos todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
11. Evaluar en forma permanente la efectividad de los procesos operativos, adecuándolos a las necesidades de nuestros clientes.

12. Los trabajadores mantendrán entre sí una relación de respeto y compañerismo sin exceder los límites de confianza.

6.1.8.3 Valores

- **Orientación al cliente**

Nuestra razón de ser es el cliente, por lo tanto todos nuestros esfuerzos se orientan a satisfacer sus necesidades

- **Compromiso con los resultados**

Estamos comprometidos a permanecer en el tiempo dando a los dueños del proyecto una rentabilidad tal que les incentive a mantener inversión en la empresa

- **Interés por las Personas**

El principal recurso con que cuenta la empresa es nuestro talento humano

- **Responsabilidad Social**

Debemos devolver a la sociedad la oportunidad que nos ha dado de servirlos, debemos devolver ese honor brindándole productos de calidad y sobre todo cuidando el medio ambiente que nos permite existir

- **Integridad**

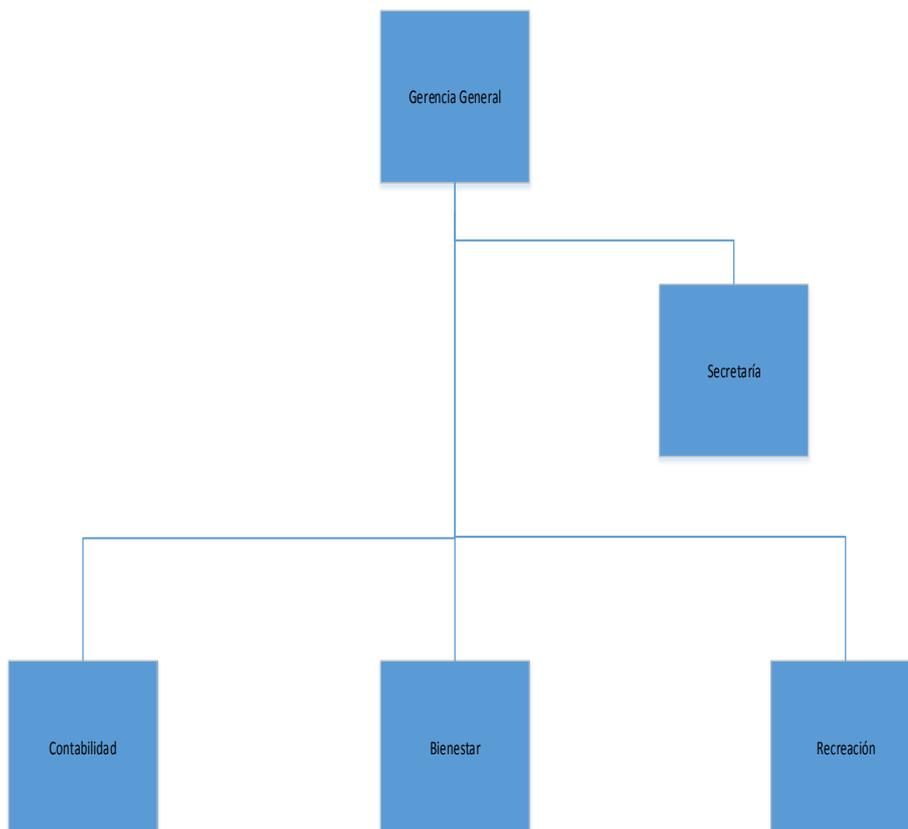
Nuestro compromiso es el actuar éticamente, esto es, dar todo nuestro esfuerzo en cada una de nuestras actividades, alcanzado este objetivo, podremos considerarnos una empresa íntegra.

6.2 Estructura organizacional

6.2.1 Organigrama orgánico funcional

La estructura orgánica funcional es la siguiente:

Ilustración N° 7: Organigrama estructural



Elaborado por la autora 2014

6.2.2 Niveles administrativos

Como se aprecia del organigrama, existe un nivel institucional, un nivel intermedio uno de producción y un nivel de apoyo el primer nivel, institucional, es conformado por el gerente propietario, luego viene el nivel intermedio, la administración, programas y servicios médicos, el nivel de operación conformado por enfermería y medicina, el nivel de apoyo se conforma por la secretaría y contabilidad.

6.2.3 Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos

“La descripción de puestos de trabajo “es un proceso que consiste en determinar mediante un riguroso estudio los elementos o características inherentes a cada puesto”. (Harper y Lynch, 2007). Autores como Chiavenato (2008), opinan que la descripción de puestos es el punto de partida para el análisis de los mismos y la determinación de las especificaciones de los puestos.

La descripción de funciones se refiere a las tareas, deberes y responsabilidades que encierra cada cargo.

Gerente propietario:

Descripción del puesto:

Es el dueño de la empresa, está encargado de dirigir todo los factores endógenos del centro, es decir todo lo referente al personal, programas, servicios médicos levantamiento de inventario de activos, supervisión, desarrollo, organización, administración de personal.

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”	
Nombre del Puesto: GERENTE	
Área de Trabajo - Departamento: Gerencia general	
Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra	
Cargo ejecutivo, responsable de la administración general de la empresa.	
Tareas a Desarrollar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Representación legal y comercial de “UNA NUEVA VIDA” • Diseña de la planificación estratégica y POA general de la empresa. • Gestión de la adquisición de activos • Establecer relaciones comerciales con potenciales clientes y proveedores. • Contratación y cese del personal. • Elaboración del presupuesto • Contratación de servicios. • Aprobación de cotizaciones • Control de actividades de los departamentos de la empresa. • Detección de necesidades de capacitación 	
Perfil del Puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación general. • Iniciativa. <p>Ética Acorde al manual de ética de la empresa</p> <p>Responsabilidades y Roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la planificación estratégica de la empresa • Elaborar el POA general de la empresa • Elaborar los objetivos generales de la empresa • Diseñar la estrategias • Diseñar las metas de corto plazo • Detectar necesidades de capacitación • Establecer relaciones comerciales con clientes corporativos y proveedores • Contratar y finiquitar personal • Establecer remuneraciones • Controlar resultados departamentales 	
Supervisión Recibida:	
Ninguna	
Condiciones de Trabajo	
Beneficios acorde a lo exigido por la ley	

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”	
Nombre del Puesto: Secretaria Área de Trabajo - Departamento: Secretaría Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio,	
Descripción del Puesto:	
Mando medio de apoyo al Gerente	
Tareas a Desarrollar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Informar de los compromisos al superior. • Recepción de clientes • Recibir quejas del cliente y derivarlas • Organización general de las instalaciones • Control de asistencia • Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes y folletos, firmar los comprobantes de recibo y archivarlos. • Reporte diario de caja chica a contabilidad • Enviar documentación para elaboración de informes. • Organizar y mantener los archivos de documentos, cartas y registros, determinar la localización de documentación cuando se necesite. 	
Perfil del Puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título: Secretaria/o ejecutiva • Manejo de procesadores de texto y planillas de cálculo • Habilidad comunicativa • Experiencia en cargos similares • Proactiva/o • Disciplina laboral <p>Ética Acorde al manual de ética de la empresa</p> <p>Responsabilidades y Roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al gerente en su gestión • Recepción clientes • Controlar asistencia informando diariamente al contador • Manejo de archivos • Control de caja chica • Recibir quejas de clientes y proveedores y derivarlas 	
Supervisión Recibida:	
Gerente	
Condiciones de Trabajo	
Beneficios acorde a lo exigido por la ley	

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”	
Nombre del Puesto: Contador Área de Trabajo - Departamento: Contabilidad Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra	
Descripción del Puesto:	
Profesional encargado de presentar documentación ante instituciones de control, SRI, IESS, Ministerio de Salud, Bomberos, debe mantener actualizadas las cuentas corrientes tanto de proveedores como de clientes, es el responsable de mantener al día y controlar las cuentas corrientes bancarias de la empresa	
Tareas a Desarrollar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de estados financieros • Elaboración de informes y pago de seguridad social • Elaboración de información contable y financiera para el gerente • Control de clientes • Control de proveedores • Control de cuentas bancarias • Elaboración de contratos y finiquitos 	
Perfil del Puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de contador CPA • Conocimientos de programas contables, planillas de cálculo y procesadores de texto. • Experiencia dos años en cargos similares • Idoneidad comercial • Disciplina laboral 	
Ética Acorde al manual de ética de la empresa	
Responsabilidades y Roles: <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las obligaciones tributarias, sociales de la empresa • Cumplir con las obligaciones impuesta por el Ministerio de Relaciones Laborales • Control de documentación sensible de la empresa • Manejo de cuentas de clientes y proveedores • Manejo y control de cuentas corrientes • Control de ingresos y egresos 	
Supervisión Recibida:	
Gerente	
Condiciones de Trabajo	
Beneficios acorde a lo exigido por la ley	

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”	
Nombre del Puesto: Médico Área de Trabajo - Departamento: Bienestar Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio,	
Descripción del Puesto:	
Profesional encargado del control médico del cliente y su derivación a especialistas en casa de ser necesario.	
Tareas a Desarrollar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración POA departamental • Evaluación personal a su cargo • Control de suministros médicos • Evaluación del cliente • Sugerir tratamiento médico de ser necesario 	
Perfil del Puesto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de médico geriátrico • Experiencia cuatro años en cargos similares • Disciplina laboral Ética Acorde al manual de ética de la empresa Responsabilidades y Roles: <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración POA departamental • Evaluar y sugerir capacitaciones al personal a su cargo • Control médico del cliente a su ingreso al centro • Control médico periódico del cliente • Derivación a tratamiento médico del cliente de ser necesario 	
Supervisión Recibida:	
Gerente	
Condiciones de Trabajo	
Beneficios acorde a lo exigido por la ley	

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”
Nombre del Puesto: Enfermera
Área de Trabajo - Departamento: Bienestar
Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra
Descripción del Puesto:
Profesional encargado de la asistencia al médico y al cliente.
Tareas a Desarrollar:
<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al médico • Asistencia al cliente • Control de suministros médicos
Perfil del Puesto:
<ul style="list-style-type: none"> • Título de enfermero/a • Experiencia tres años en cargos similares • Disciplina laboral
Ética
Acorde al manual de ética de la empresa
Responsabilidades y Roles:
<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al médico durante su trabajo • Asistencia al cliente durante su estadía en el centro • Control de suministros médicos
Supervisión Recibida:
Médico
Condiciones de Trabajo
Beneficios acorde a lo exigido por la ley

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”
Nombre del Puesto: Auxiliar de limpieza Área de Trabajo - Departamento: Administración Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra
Descripción del Puesto:
Mantenimiento de instalaciones del centro
Tareas a Desarrollar:
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento infraestructura • Mantenimiento áreas verdes • Orden y limpieza general
Perfil del Puesto:
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller Ética Acorde al manual de ética de la empresa Responsabilidades y Roles: <ul style="list-style-type: none"> • Orden y limpieza general • Cuidado de áreas verdes • Mantención de infraestructura
Supervisión Recibida:
Gerente
Condiciones de Trabajo
Beneficios acorde a lo exigido por la ley

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”
Nombre del Puesto: Cocinera
Área de Trabajo - Departamento: Bienestar
Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra
Descripción del Puesto:
Preparación de alimentos
Tareas a Desarrollar:
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de menús de acuerdo a instrucciones del médico • Preparación de alimentos
Perfil del Puesto:
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Capacitaciones en manejo y preparación de alimentos <p>Ética Acorde al manual de ética de la empresa</p> <p>Responsabilidades y Roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orden y limpieza de las instalaciones de la cocina • Elaboración de menús • Preparación de alimentos
Supervisión Recibida:
Médico
Condiciones de Trabajo
Beneficios acorde a lo exigido por la ley

MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”
Nombre del Puesto: Ayudante de cocina Área de Trabajo - Departamento: Bienestar Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra
Descripción del Puesto:
Limpieza de instalación de cocina y de utensilios
Tareas a Desarrollar:
<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de la cocina • Lavado de vajilla • Servir y retirar los alimentos
Perfil del Puesto:
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller Ética Acorde al manual de ética de la empresa Responsabilidades y Roles: <ul style="list-style-type: none"> • Orden y limpieza general de cocina y comedor • Apoyo en la preparación de alimentos
Supervisión Recibida:
Cocinera
Condiciones de Trabajo
Beneficios acorde a lo exigido por la ley

<p>MANUAL DE FUNCIONES DE “UNA NUEVA VIDA”</p> <p>Nombre del Puesto: Instructores</p> <p>Área de Trabajo - Recreación</p> <p>Localización: Hermanos Mideros 157, Parroquia San Antonio, Ibarra</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Dictar cursos de formación personal</p>
<p>Tareas a Desarrollar:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar físicamente al cliente • Dictar cursos • Evaluar resultados • Proponer mejoras continuas
<p>Perfil del Puesto:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional acorde a su especialización <p>Ética</p> <p>Acorde al manual de ética de la empresa</p> <p>Responsabilidades y Roles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar físicamente al cliente para detectar problemas • Dictar el curso de su especialidad • Evaluar resultados • Proponer medidas de mejoramiento continuo
<p>Supervisión Recibida:</p>
<p>Gerente</p>
<p>Condiciones de Trabajo</p>
<p>Beneficios acorde a lo exigido por la ley</p>

6.3 Aspectos legales de constitución

6.3.1 Requisitos para sacar el RUC

Los trámites que debe realizar el nuevo Centro de recreación para personas adultas mayores para legalizar su constitución y desarrollo de actividades se detallan a continuación:

CONSTITUCIÓN, APROBACIÓN INSCRIPCIÓN

La constitución de estas compañías se la hace por medio de escritura pública y una vez que sea otorgada la misma, el gerente-propietario se dirigirá ante uno de los jueces de lo civil y pedirá su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo a la vez afiliarla al gremio o cámara que le correspondería conforme a la actividad u objeto al que se dedique la empresa.

De ninguna forma se puede constituir este tipo de compañía con una persona jurídica ni con personas naturales que no puedan ejercer el comercio según la Ley, esto es el artículo 7 del Código de Comercio.

La escritura pública de constitución se expresará lo siguiente:

1. Los nombres, apellidos y estado civil del propietario
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objetivo social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social.

7. La forma en que se organizará la administración.

Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- Copia y original de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial.
- Copia del estatuto con la certificación correspondiente.

6.3.2 Requisitos para sacar la patente municipal

Para la consecución de la patente municipal se necesita:

- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la ejecución de este trabajo se debe tomar en cuenta los impactos más relevantes los mismos que se realizan a través de la matriz de Impactos de entrada simple, la finalidad es que sea realizable y claro, para el análisis se utilizará la siguiente escala de valores.

Cuadro N° 78 Análisis de impactos

ESCALA	INDICADORES
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo

Elaborado por: La autora 2014

Haciendo un análisis de cada impacto, se procede a sumar los niveles, los cuales se dividen para el número total de indicadores obteniendo el nivel de impacto analizado. A continuación se presenta cada uno de los impactos con su respectivo análisis.

7.1 Impacto económico

Cuadro Nº 79 Impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Creación de empresa							3	3
Aumento de la competencia en el mercado						2		2
Actualización de los procesos de prestación de servicios para adultos mayores						2		2
Total								7

Elaborado por: La autora 2014

$$\text{Impacto económico} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto económico} = 7/3 = 2,33$$

- Creación de empresa:

La creación de una empresa siempre influye en determinados mercados, en este caso en la industria de los servicios para adultos mayores,

- Aumento de la competencia en el mercado:

La creación del Centro de recreación para personas adultas mayores en el cantón de Ibarra implica que las otras organizaciones que interactúan en este mercado serán obligadas a perfeccionar sus métodos impulsando la competencia y beneficiando de esta forma a este segmento de mercado.

- Actualización de los procesos de prestación de servicios para adultos mayores

Impacto directamente derivado del anterior, el impulso generado por el aumento de la competencia en el sector, obliga a las empresas a ser más eficientes modernizando sus procesos administrativos y obligando a sus departamentos de producción a brindar un mejor servicio a los clientes.

7.2 Impacto social

Cuadro N° 80 Impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de nuevos empleos							3	3
Estabilidad laboral						2		2
Superación personal del adulto mayor							3	3
Total								8

Elaborado por: La autora 2014

$$\text{Impacto social} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto social} = 8/3 = 2,67$$

- Generación de nuevos empleos

El impacto social derivado de la puesta en práctica del proyecto obviamente implica la creación de nuevos empleos los que percibirán todos los beneficios de ley.

- Estabilidad laboral

La estabilidad laboral producto de una buena gestión administrativa, comercial y productiva implica un aumento del ingreso disponible para las familias involucradas y colaboradores con la empresa.

- Superación personal del adulto mayor

Puesto que la posibilidad de acceder a un sistema de recreación más personalizado, le dará la posibilidad de desarrollar todo su potencial.

7.3 Impacto educativo

Cuadro Nº 81 Impacto educativo

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Acceso a una constante preparación							3	3
Mejora expectativas de vida							3	3
Ampliación de horizontes							3	3
Total								9

Elaborado por: La autora 2014

$$\text{Impacto educativo} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto educativo} = 9/3 = 3$$

- Acceso a una constante preparación

Evidente que la creación del centro de recreación para personas adultas mayores le da la posibilidad al cliente de acceder a una constante preparación física e intelectual.

- Mejora en las expectativas de vida

Este complemento de formación formal, le permite al adulto mayor mantenerse inserto en la comunidad disminuyendo claramente su tiempo ocioso.

- Ampliación de horizontes

Puesto que el hecho de estar en constante actividad, le permite al adulto mayor evaluar otras alternativas para beneficiarse él y el resto de la sociedad

7.4 Impacto ambiental

Cuadro N° 82 Impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Tratamiento de desechos sólidos			-1					-1
Contaminación ambiental			-1					-1
Total								-2

Elaborado por: La autora 2014

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = -2/2 = -1$$

- Tratamiento de desechos sólidos

Toda actividad humana tiene un efecto contaminante para el ecosistema, tomando en cuenta lo anterior es que el proyecto también tendrá un efecto en ese sentido, sin embargo, para minimizarlo se clasificarán los desechos sólidos en su origen dividiéndolos en materiales orgánicos, biodegradables y no degradables, primará la cultura del reciclaje.

- Contaminación ambiental

Como ya se dijo anteriormente toda actividad humana tiene efectos contaminantes, un factor importante para la salud humana es la higiene de su hábitat, se utilizan productos químicos para lograr este objetivo, en la empresa estos productos serán correctamente guardados en una bodega en donde permanecerán debidamente etiquetados hasta que se les dé, el

uso correspondiente. Otro factor contaminante del ambiente será la emisión de gases por la necesaria preparación de alimentos para los clientes, como se dijo anteriormente, es un impacto inherente a la actividad humana ante lo cual no se pueden tomar medidas correctivas.

7.5 Impacto general

Cuadro Nº 83 Impacto general

INDICADORES	TOTAL
Impacto Económico	2.33
Impacto Social	2,67
Impacto Educativo	3.0
Impacto ambiental	-1
Total	7

Elaborado por: La autora 2014

$$Impactogeneral = \frac{\sum \text{impactos}}{N^{\circ} \text{ de impactos}}$$

$$Impactogeneral = 7/4 = 1,75$$

En promedio los principales impactos generados por la puesta en práctica del proyecto tienen una clasificación de medio positivo, la iniciativa aparte de generar empleos estables y remunerados de acuerdo a las condiciones de mercado, impacta positivamente en la sociedad al mejorar las expectativas de los adultos mayores en relación a otras actividades que pueda desarrollar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. En el diagnóstico situacional se analizaron aliados, oportunidades, amenazas y riesgos, como oportunidad se concluyó que el mercado estará en constante alza por la natural tasa de crecimiento poblacional, los aliados son básicamente las familias que quieren dar una mejor calidad de vida a sus padres o abuelos, entre los riesgos encontrados está el bajo nivel económico de los adultos mayores, las amenazas provienen de la competencia estatal.
2. En el estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha suficientemente amplia como para justificar una inversión financiera en el proyecto, en relación a la oferta de centros de recreación para personas adultas mayores, no existe mucha competencia y esta viene básicamente de instituciones estatales.
3. El estudio técnico determinó la mejor alternativa de macro y micro localización, eligiendo una ubicación cercana al mercado objetivo y que asegura la plena disponibilidad de servicios básicos y medios de transporte, además, se analizó y determinó las necesidades de talento humano y de infraestructura para prestar un servicio de calidad al potencial cliente.
4. En el estudio financiero se elaboran indicadores financieros principalmente el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el período de recuperación del capital y se calculó un punto de equilibrio necesario para que el proyecto pueda pagar todos sus costos y gastos sin tener pérdida.

5. La estructura administrativa y funcional de la empresa denominada “UNA NUEVA VIDA” Es simple, sólo tiene el nivel institucional, el operativo y uno de apoyo, se definen aquí las atribuciones y perfiles de los colaboradores de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda evaluar permanentemente los aliados, oportunidades, amenazas y riesgos del proyecto, en el afán de transformar los riesgos en aliados y las amenazas en oportunidades, es muy importante estar pendiente en forma permanente de los cambios y gustos en las preferencias de los familiares de los adultos mayores de forma tal de adaptarse a estos e incentivarlos para que utilicen el servicio.
2. En base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado se recomienda la ejecución del proyecto pues existe suficiente demanda insatisfecha y a pesar de no existir una competencia muy grande, la empresa debe conseguir un posicionamiento rápido en el mercado de Ibarra, se recomienda mantener permanentes esfuerzos en la variable publicidad y marketing para de esta forma recordar al consumidor la alternativa que ofrece esta empresa.
3. En base al estudio técnico se recomienda la creación de esta iniciativa en la parroquia de San Antonio, pues el sector cumple con todos los aspectos técnicos necesarios para prestar un servicio de calidad al potencial cliente.
4. Considerando que la tasa interna de retorno del proyecto es superior a la tasa mínima exigida por los socios o costo de capital se recomienda mantener un nivel de endeudamiento bajo y utilizar principalmente el crédito del proveedor el cual normalmente es cero o muy bajo, inferior a la tasa promedio activa bancaria, de esta forma se consigue disminuir las tasas de costo capital y por lo tanto incrementar la diferencia entre la tasa interna de retorno y la tasa de rendimiento medio. Los resultados obtenidos en el estudio financiero avalan la ejecución del proyecto pues todos han sido positivos.

5. Se recomienda fomentar el trabajo en equipo y evaluar constantemente el desempeño del profesional que presta sus servicios en la organización, exigiendo a los instructores y el resto de los empleados que forman parte de la estructura administrativa y funcional un desempeño de calidad y de mejora continua ya que de ello depende el éxito de la empresa

BIBLIOGRAFÍA

- ALVAREZ, R. (2007). *El método científico*. Madrid: Dias de Santos.
- AMAYA, J. (2010). *Sistemas de información gerenciales*. Bogota: Ecoe.
- ARGOS, J. (2009). *Teorías e instituciones educativas contemporaneas*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Asamblea Nacional Costituyente. (2009). *Ley de Compañías*.
- BARTUAL, I. (2009). *Técnicas financieras y sus aplicaciones en las empresas*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- BATEMAN, T. (2009). *Administración de Empresas*. Madrid: Thompson.
- Codificación Código Tributario*. (2010).
- Codificación Ley de Compañías*. (2008). *Sección 5a. Artículo 92*.
- COULTER, R. (2010). *Administración de empresas*. Mexico: Prentice Hall.
- CUBILLO, J. (2010). *Marketing sectorial*. Madrid: Esic.
- DA SILVA, R. (2008). *Teorias de la administración*. Brasil: Universidad de Porto Alegre.
- DEL RIO, G. (2009). *El presupuesto*. Mexico: Cengage Learning.
- DIAZ, N. (2009). *Finanzas corporativas en la práctica*. Madrid: Delta publicaciones.
- DOMJAN, M. (2010). *Principios de aprendizaje y conducta*. Mexico: Cengage learning.

- ESLAVA, J. (2009). *Las claves de la nueva contabilidad para PYME'S*. Madrid: Esic.
- ESTUPIÑAN, R. (2008). *Análisis financiero y de gestión*. Madrid: Esic.
- ESTUPIÑAN, R. (2012). *Estados financieros básicos bajo NIIF*. Bogota: ECOE.
- EVANS, J. (2008). *Administración y control de calidad*. Mexico: Cengage learning.
- GARCÍA, A. (2008). *Contabilidad financiera*. Barcelona: Ariel.
- GARCÍA, S. (2008). *Introducción a la economía de la empresa*. Madrid: Diaz de Santos.
- GARCÍA, S. (2008). *Teoría Económica de la Empresa*. Madrid: Diaz de Santos.
- GIL, M. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- IZAR, J. (2013). *Ingeniería económica y financiera*. Mexico: Trillias.
- KOCH, J. (2009). *Manual del empresario exito*. Barcelona: Graó.
- KOONTS, H. (2010). *Bases de la dirección, una perspectiva internacional*. New York: Mcgraw Hill.
- KUMAR, R. (2008). *Metodología de la Investigación*. Nueva Delhi: SB Nangia.
- LAHOUD, D. (2008). *Los principios de las finanzas y mercados financieros*. Caracas: Andres Bello.

Ley de Seguridad Social. (2013). Ecuador.

LOUSTEAU, M. (2011). *Economía 3D*. Buenos Aires: Sudamericana.

Ministerio de Relaciones Laborales. (2010).

MÜNCH, L., SANDOVAL, P., TORRES, G., & RICALDE, E. (2012). *Nuevos fundamentos de mercadotecnia*. Mexico: Trillias.

NICOLAS, P. (2009). *Costes para la dirección de empresas*. Barcelona: Servei de publicacions.

Novavision Consultora. (2013). *Marco estratégico*. Bogota.

O'SHAUGHNESSY. (2008). *Marketing competitivo*. Madrid: Diaz de Santos.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). (2008). *La promoción de la empresa sostenible*. Ginebra: OIT.

ORIO, A. (2012). *Contabilidad, control de gestión y finanzas*. Barcelona: Profit.

PERLADO, F. (2009). *Teoría y práctica de la geriatría*. Madrid: Diaz de Santos.

RAMIREZ, E. (2008). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

RIVERA, J. (2012). *Dirección de marketing*. Madrid: Esic.

RIVERA, J. (2012). *Dirección de marketing*. Madrid: ESIC.

- RODRIGUEZ, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresa*. Mexico: Cengage learning.
- RODRÍGUEZ, N. (2009). *Manual de sociología gerontológica*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- RODRIGUEZ, S. (2009). *La vejez, historia y actualidad*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- SEMPLEDES. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*.
- SOLDEVILA, P. (2010). *Contabilidad general*. España: Profit.
- SORIANO, C. (2008). *Instrumentos de análisis del marketing estratégico*. Madrid: Diaz de Santos.
- SORIANO, C. (2009). *LA estrategia básica del marketing*. MADRID: Dias de Santos.
- STEPHEN, R. (2009). *Fundamentos de la administración*. Mexico: Pearson.
- VALENCIA, R. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Madrid: Cengage Learning.
- VARELA, R. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Colombia: McGraw Hill.
- ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad general*. Mexico: McGraw Hill.

LINKOGRAFÍA

www.definicionabc.com/social/recreación.php#ixzz334j6gUr. (2 de Julio de
<http://www.definicionabc.com/social/recreación.php#ixzz334j6gUr>

*www.gesger/53/protiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/53/proce
soadm*. (13 de Junio de 2014). <http://gestiopolis.com>

www.iaam.df.gob.mx. (02 de Julio de 2014).

<http://www.iaam.df.gob.mx/documentos/quienes.html>

*www.pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-
marketing*. (15 de Junio de 2014).

<http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10>

www.rincondelvago.com/empresa-de-servicios. (2 de Julio de 2014).

<http://rincondelvago.com/empresa-de-servicio>

www.rincondelvago.com/empresa-de-servicios. (2 de Julio de 2014).

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de amortización del Préstamo

Plazo: 60 meses

Tasa: 11,20%

PERÍODO	CAPITAL INSOLUTO	INTERES VENCIDO	CAPITAL AMORTIZADO	PAGO MENSUAL
1	36.599,03	\$ 341,59	\$ 457,82	\$ 799,41
2	\$ 36.141,21	\$ 337,32	\$ 462,09	\$ 799,41
3	\$ 35.679,13	\$ 333,01	\$ 466,40	\$ 799,41
4	\$ 35.212,72	\$ 328,65	\$ 470,75	\$ 799,41
5	\$ 34.741,97	\$ 324,26	\$ 475,15	\$ 799,41
6	\$ 34.266,82	\$ 319,82	\$ 479,58	\$ 799,41
7	\$ 33.787,24	\$ 315,35	\$ 484,06	\$ 799,41
8	\$ 33.303,18	\$ 310,83	\$ 488,58	\$ 799,41
9	\$ 32.814,60	\$ 306,27	\$ 493,14	\$ 799,41
10	\$ 32.321,46	\$ 301,67	\$ 497,74	\$ 799,41
11	\$ 31.823,72	\$ 297,02	\$ 502,39	\$ 799,41
12	\$ 31.321,34	\$ 292,33	\$ 507,07	\$ 799,41
13	\$ 30.814,26	\$ 287,60	\$ 511,81	\$ 799,41
14	\$ 30.302,46	\$ 282,82	\$ 516,58	\$ 799,41
15	\$ 29.785,87	\$ 278,00	\$ 521,41	\$ 799,41
16	\$ 29.264,47	\$ 273,14	\$ 526,27	\$ 799,41
17	\$ 28.738,19	\$ 268,22	\$ 531,18	\$ 799,41
18	\$ 28.207,01	\$ 263,27	\$ 536,14	\$ 799,41
19	\$ 27.670,87	\$ 258,26	\$ 541,15	\$ 799,41
20	\$ 27.129,72	\$ 253,21	\$ 546,20	\$ 799,41
21	\$ 26.583,53	\$ 248,11	\$ 551,29	\$ 799,41
22	\$ 26.032,23	\$ 242,97	\$ 556,44	\$ 799,41
23	\$ 25.475,79	\$ 237,77	\$ 561,63	\$ 799,41
24	\$ 24.914,16	\$ 232,53	\$ 566,87	\$ 799,41
25	\$ 24.347,29	\$ 227,24	\$ 572,17	\$ 799,41
26	\$ 23.775,12	\$ 221,90	\$ 577,51	\$ 799,41
27	\$ 23.197,62	\$ 216,51	\$ 582,90	\$ 799,41
28	\$ 22.614,72	\$ 211,07	\$ 588,34	\$ 799,41
29	\$ 22.026,38	\$ 205,58	\$ 593,83	\$ 799,41
30	\$ 21.432,56	\$ 200,04	\$ 599,37	\$ 799,41
31	\$ 20.833,19	\$ 194,44	\$ 604,96	\$ 799,41
32	\$ 20.228,22	\$ 188,80	\$ 610,61	\$ 799,41
33	\$ 19.617,61	\$ 183,10	\$ 616,31	\$ 799,41
34	\$ 19.001,30	\$ 177,35	\$ 622,06	\$ 799,41

35	\$ 18.379,24	\$ 171,54	\$ 627,87	\$ 799,41
36	\$ 17.751,37	\$ 165,68	\$ 633,73	\$ 799,41
37	\$ 17.117,65	\$ 159,76	\$ 639,64	\$ 799,41
38	\$ 16.478,00	\$ 153,79	\$ 645,61	\$ 799,41
39	\$ 15.832,39	\$ 147,77	\$ 651,64	\$ 799,41
40	\$ 15.180,75	\$ 141,69	\$ 657,72	\$ 799,41
41	\$ 14.523,03	\$ 135,55	\$ 663,86	\$ 799,41
42	\$ 13.859,18	\$ 129,35	\$ 670,05	\$ 799,41
43	\$ 13.189,12	\$ 123,10	\$ 676,31	\$ 799,41
44	\$ 12.512,81	\$ 116,79	\$ 682,62	\$ 799,41
45	\$ 11.830,19	\$ 110,42	\$ 688,99	\$ 799,41
46	\$ 11.141,20	\$ 103,98	\$ 695,42	\$ 799,41
47	\$ 10.445,78	\$ 97,49	\$ 701,91	\$ 799,41
48	\$ 9.743,87	\$ 90,94	\$ 708,46	\$ 799,41
49	\$ 9.035,40	\$ 84,33	\$ 715,08	\$ 799,41
50	\$ 8.320,32	\$ 77,66	\$ 721,75	\$ 799,41
51	\$ 7.598,57	\$ 70,92	\$ 728,49	\$ 799,41
52	\$ 6.870,09	\$ 64,12	\$ 735,29	\$ 799,41
53	\$ 6.134,80	\$ 57,26	\$ 742,15	\$ 799,41
54	\$ 5.392,65	\$ 50,33	\$ 749,08	\$ 799,41
55	\$ 4.643,58	\$ 43,34	\$ 756,07	\$ 799,41
56	\$ 3.887,51	\$ 36,28	\$ 763,12	\$ 799,41
57	\$ 3.124,39	\$ 29,16	\$ 770,25	\$ 799,41
58	\$ 2.354,14	\$ 21,97	\$ 777,43	\$ 799,41
59	\$ 1.576,71	\$ 14,72	\$ 784,69	\$ 799,41
60	\$ 792,01	\$ 7,39	\$ 792,01	\$ 799,41
TOTALES		\$ 11.365,38	\$ 36.599,03	\$ 47.964,41

Anexo 2: Saldo activos en libros

ACTIVO OPERACIÓN	VALOR	VALOR RESIDUAL	% DEPREC. ANUAL	DEPREC. AÑO 1	DEPREC. AÑO2	DEPREC. AÑO 3	DEPREC. AÑO 4	DEPREC. AÑO 5	VENTA A.	SALDO LIBROS
Muebles de oficina	3.500,00	350,00	10%	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00		1.925,00
Equipos computación	3.300,00	330,00	33.33%	989,90	989,90	989,90			-330	0,3
Reinversión Equipo computación	3.843,13	384,31	33.33%				1.152,82	1.152,82		1.537,48
SUB TOTAL	10.643,13	1.064,31		1.304,90	1.304,90	1.304,90	1.467,82	1.467,82	-330	3.462,79
ACTIVO F. ADMINISTRATIVOS										
Adecuación instalaciones	10.000,00	-----	10%	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	0	5.000,00
Equipos de operación	8.046,00	804,60	10%	724,14	724,14	724,14	724,14	724,14		4.425,30
Muebles de operación	12.500,00	1.250,00	10%	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00		6.875,00
SUB TOTAL	30.546,00	2.054,60		2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14	2.849,14	0	16.300,30
TOTAL	41.189,13	3.118,91		4.154,04	4.154,04	4.154,04	4.316,96	4.316,96	-330	19.763,09

Anexo 3: Proformas



facilita tu vida

Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago



Tranquilidad asegurada

Fecha: 02 Julio 2014 Nombre: Graciela López

Dirección: San Antonio

Tel. oficina: _____ Tel. casa: 2933356

Cédula: 1002018119 Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
1	Congelador Whirpool WHER2535F		800,00
1	Refrigerador Whirpool XD 181 x 62 x 75 blanco		350,00
1	Televisor Led Riviera 32 pulgadas		700,00
Total			1.850,00
Inicial			
Saldo a financiar			
Interés			
Cuotas			
Total a pagar			

Vendedor: Teresa Rivera

Aimacón: _____

Vigencia: _____

Total

Inicial

Saldo a financiar

Interés

Cuotas

Total a pagar



regalos en todas tus compras

PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

Llama gratis





Cotización

El presente documento no constituye comprobante de pago



Fecha: 02 Julio 2014 Nombre: Graciela López
 Dirección: San Antonio
 Telf oficina: _____ Telf casa: 2933356
 Cedula: 1002078119 Crédito Contado Tarjeta de Crédito

Artículo	Marca / Modelo	Precio Oferta	Precio Contado
1	Cocina Industrial SIH	750,00	700,00
1	Cocina y quemadores ZINDURAMA	380,00	350,00
1	Extractor de olores		400,00
1	Licudadora KitchenAid 1,75 litros, 5 velocidades		250,00
Total			1.700,00
Inicial			
Saldo a financiar			
Interés			
Cuotas			
Total a pagar			

Vendedor: Tereza Rivera
 Almacén: _____
 Vigencia: _____



PRECIOS Y CUOTAS INCLUYEN I.V.A. SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO



Zona Tecnológica ECC

Electronic Computer Center

Ruc: 1707136535001

Proforma

Ciente Graciela López		<table border="1"> <tr> <td>Fecha</td> <td>Proforma #</td> </tr> <tr> <td>27/06/2014</td> <td>85867</td> </tr> </table>		Fecha	Proforma #	27/06/2014	85867		
Fecha	Proforma #								
27/06/2014	85867								
<table border="1"> <tr> <td>R.U.C.</td> <td>REP</td> <td>Validez de la Oferta</td> </tr> <tr> <td>100207811-9</td> <td>TD</td> <td></td> </tr> </table>		R.U.C.	REP	Validez de la Oferta	100207811-9	TD			
R.U.C.	REP	Validez de la Oferta							
100207811-9	TD								
Cantidad	Item	Descripcion	Valor Unitario	Total					
2	PCE145HEW01	Comp. HP 600 G1 -E1Z54LT#ABM MT /Ci5-4570 3.2GHZ /DDR-4GB/DD 500GB/DVDRW/teclado y mouse PS2/W8.1 professional 64 bits Monitor HP LED 18.5" LV1911 Monitor #A5V72A8-ABA	1,144.00	2,288.00T					
Favor enviar su orden de compra para reservar su mercaderia Todo pago debe ser a nombre de: Zona Tecnologica No se incluye valores de flete fuera de la ciudad de Quito o Guayaquil. Salida la mercaderia no se Aceptan Devoluciones			Subtotal	USD 2,288.00					
			IVA (12.0%)	USD 274.56					
			Total	USD 2,562.56					
QUITO: Av. Edmundo Carvajal OE 4-58 y Av. Brasil PBX:3318668 Email: info@zonatecnologicaecc.com Guayaquil telf: 045102347 Email:ventas.gye@zonatecnologicaecc.com - gerencia.gye@zonatecnologicaecc.com www.zonatecnologicaecc.com									

Anexo 4: Proforma de publicidad cadena radial América

Ibarra, Julio del 2014

Señores

López Yépez Graciela

Ciudad.-

La Gran Cadena Radial AMÉRICA está compuesta por 6 estaciones radiales: América 104.5 FM Stereo en Quito; América 89.1 FM Stereo en Ibarra; América 89.7 FM Stereo en Tulcán y América 93.3 FM Stereo en Guayaquil, las seis estaciones con programación tropicalísima y bordeando siempre los primeros lugares así como también con una programación informativa de 06hoo a 09hoo de lunes a viernes y un micro informativo a la hora en punto, con las seis estaciones cubrimos el centro norte del Ecuador, la costa ecuatoriana y el sur de Colombia. Además contamos con programación tropical y locución las veinticuatro horas del día en las seis estaciones, de igual manera nuestra cadena de radios se escucha en todo el mundo a través de nuestra página Web: www.americaestereo.com y las publicidades de nuestros clientes llegan a los continentes.

Nuestro target esta entre los 12 a 50 años con cobertura masiva.

PROPUESTA PUBLICITARIA

La cadena radial América con su estación matriz en IBARRA, AMÉRICA 89.1 FM Stereo presenta la siguiente propuesta publicitaria:

DERECHOS: 5 cuñas diaria de 30 segundos

DIAS: L-V

PERÍODO: UN MES O MAS

VALOR TOTAL: 350 dólares + IVA

DERECHOS: 10 cuñas diaria de 30 segundos

DIAS: L-V

PERÍODO: UN MES O MAS

VALOR TOTAL: 450 dólares + IVA

Anexo 5: Proforma de publicidad diario el Norte

Ibarra, 20 de Julio de 2014

Señora

López Yépez Graciela

Presente

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos diario El Norte, así como el deseo permanente de éxito en sus actividades diarias.

La presente tiene el propósito de poner a su consideración las tarifas vigentes de nuestro medio de comunicación regional diario "El Norte", conforme se detalla a continuación.

- **COTIZACIÓN PARA EL MES DE MAYO DE 2014**

PUBLICIDAD LUNES A VIERNES

VALOR UNITARIO

(PAGINA DETERMINADA INTERIOR)

Espacio	b/n (x día)	Valor al mes (20 días)	Sub total	Iva	Valor total
8.3 X 12.1 cm. (1/8 pág.)	55,50	20	1.110,00	133,20	1243,20

PUBLICIDAD SÁBADO - DOMINGO

VALOR UNITARIO

(PAGINA DETERMINADA INTERIOR)

Espacio	b/n (x día)	Valor al mes (8 días)	Sub total	IVA	valor total
8.3 x 12.1 cm. (1/8 pág.)	60,00	8	480,00	57,60	537,60

CONDICIONES GENERALES

- Cotización válida por 30 días.
- La publicidad en full color tendrá un incremento del 100% a los precios indicados

Atentamente,

Verónica Salazar

DIARIO EL NORTE

TELF. 2955495 / 2643873.

vsalazar@elnorte.ec