



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**La Universidad Técnica Particular de Loja**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN  
DE UN CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO PARA ADULTOS  
MAYORES “DULZURA”, EN EL SECTOR DE LA PARROQUIA LA  
MERCED, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

MARIANELA QUINTEROS MALDONADO

DIRECTORA DE TESIS:

ING. LAURA CHAMBA

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2011

Ing. Laura Chamba

**DIRECTORA DE TESIS**

**CERTIFICO:**

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la egresada Marianela Quinteros, ha sido cuidadosamente revisado, por lo que he podido constatar que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Escuela de Administración de Empresas, por lo que autorizo su presentación.

Loja, 04 de Mayo del 2011

.....  
Ing. Laura Chamba

**DIRECTORA DE TESIS**

## AGRADECIMIENTOS

Esta tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte de la autora y su directora de tesis, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación citaré y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos de angustia y desesperación.

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradecer hoy y siempre a mi familia porque se que procuran mi bienestar. A mis padres Bolívar y Jenny, mi abuelita Laura, mis hermanos Lorena, Enrique y Adolfo, por el ánimo, apoyo y alegría que me brindan me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

A Neptali, por ser la persona que ha compartido el mayor tiempo a mi lado, porque en su compañía las cosas malas se convierten en buenas, la tristeza se transforma en alegría y la soledad no existe, y sobre todo, por darme cada día ánimo para culminar mi tesis.

De igual manera mi más sincero agradecimiento a mi Directora de tesis Ing. Laura Chamba a quien debo el realizar la ingeniería en una Universidad tan prestigiosa como lo es la Universidad Técnica Particular d Loja.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de mi tesis, con sus altos y bajos y que no necesito nombrar porque tanto ellas como yo sabemos que desde los más profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

## CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Marianela Quinteros Maldonado declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja, y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos de tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....  
Marianela Quinteros

CI 1716116232

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b>	<b>I</b>
---------------	----------

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>3</b>
--------------------------	----------

### **CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL SECTOR**

1. Ubicación	5
1.2 Atractivos Turísticos	7
1.3. Factores Geográficos	7

### **CAPÍTULO 2: CULTURA ORGANIZACIONAL**

2.1 Tipo de Empresa	11
2.2 Misión	11
2.3 Visión	11
2.3.1 Logotipo	11
2.4 Objetivo General	11
2.4.1 Objetivo Específicos	12
2.5 Competencias emprendedoras	14
2.6 Estructura Organizacional	14
2.6.1 Funciones de cada Departamento	16
2.7 Características del Servicio	17

### **CAPÍTULO 3: INVESTIGACION DEL MERCADO**

3.1 Segmentación del Mercado	21
3.2 Investigación y Análisis del Mercado	22
3.2.1 Tamaño de la Muestra	23
3.2.2 Diseño de la Encuesta	24
3.3. Resultados de la Investigación	25
3.4. Análisis de La Demanda	31
3.4.1 Comportamiento histórico de la Demanda	32
3.4.2 Cálculo de la Demanda	32
3.4.3 Demanda actual del Servicio	34
3.5 La Oferta	35
3.5.1 Clasificación de la Oferta	35
3.5.2 Factores que Afectan la Oferta	36
3.5.3 Oferta Actual del Servicio	37
3.5.4 Proyección de la Oferta	38
3.6 Programa de Marketing Eficaz	39
3.6.1 El Producto o Servicio	40
3.6.2 Precio	41

3.6.3 Promoción	42
3.6.4 Plaza	43
3.7. Estrategias Competitivas	44

## **CAPÍTULO 4: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO**

4.1 Inversiones	45
4.2 Ingresos Proyectados	46
4.3 Costos y Gastos Proyectados	48
4.4 Flujo de Efectivo Proyectado	54
4.5 Estados Financieros	55
4.5.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	55
4.6 Indicadores Financieros	56
4.6.1 Punto de Equilibrio	57
4.6.2 Balance General Proyectado	58
4.7 Evaluación de Proyecto	59
4.7.1 Valor Presente Neto VNP	59
4.7.2 Tasa Interna de Retorno	59
4.7.3 Período de Recuperación de la Inversión	62

Conclusiones  
Recomendaciones  
Bibliografía  
Anexos

## RESUMEN EJECUTIVO

Ante un preocupante desinterés en la actualidad por la mayoría de ancianos que se sienten desprotegidos, sin cariño, atención, por parte de sus propias familias, como por el estado, que no ha dado una solución a este problema social, de allí donde nace mi idea de crear un centro de recreación para adultos mayores donde tendrán un trato digno, con respeto y cariño, dicha problemática se ha transformado en una complicación familiar y social en nuestros días, consiente de las necesidades de cómo tratar a los ancianos y que cada vez se convierte en una complicada conciliación con el sistema laboral, considerando el respeto, atención, cariño e integración en la vida, deseo con este proyecto apoyar el servicio de recreación y cuidado de ancianos, satisfacer y superar las expectativas y necesidades del mismo cliente y sus familiares cercanos, puesto que al conocer que la ancianidad es el último periodo de vida ordinaria de un ser humano, la que se debe enfrentar con dignidad, cariño y respeto.

Creación de **“Un Centro de Recreación y Descanso para Adultos Mayores Dulzura; en el sector de la Parroquia la Merced, del Cantón Quito, Provincia de Pichincha”**. Es importante incluir en el día a día al adulto mayor, tanto en su vida social, económica y familiar, puesto que en la actualidad la cultura que tenemos hacia el anciano es dejarlo solo, sin cuidados, desplazados de la sociedad e incluso de la familia, enviándoles a un Hogar para ancianos. Mi deseo es integrar a los ancianos a la vida cotidiana con dignidad, respeto y amor.

“Este centro de recreación y cuidado de ancianos será instalado en el Cantón Quito, Parroquia la Merced Barrio el Curiquingue, donde se ha considerado aspectos: climáticos, de tranquilidad, los atractivos turísticos, además por cuanto conserva su folklore y cultura, comidas típicas sus bebidas autóctonas, que ayudará a mantener un entretenimiento de nuestros clientes, mantiene un clima espectacular que ayuda en el cuidado de las personas de la tercera edad el lugar está rodeado de gente amable, trabajadora y humilde que hacen del sector escogido un sitio de visita y de recogimiento por su tranquilidad, y he considerado que por su ubicación, facilitará el traslado a sitios urbanos cercanos inclusive a la ciudad de Quito”<sup>1</sup>..

Los servicios con los que contará el centro recreacional son: salas de relajación, de descanso, de belleza, juegos, y lugares de sembríos, los mismos que tienen por objeto, dar al anciano una mejor calidad de vida, no sintiéndose inútil y desplazado de la sociedad e incluso de su familia.

En esta investigación la metodología utilizada es la descriptiva-explicativa, considerando esta combinación la más idónea ya que a través de la observación y

---

<sup>1</sup> La ubicación del proyecto puede ser observada en el grafico No. 1 del capítulo 1.

recogida de datos, se quiere estudiar una realidad que resulta insuficientemente conocida.

Para conocer la factibilidad del proyecto se procedió a aplicar una encuesta a los adultos mayores con un rango de edad que va desde los 60 años hasta 91 años en adelante, la aplicación de la encuesta se la realizó en Sangolquí, San Rafael y la Merced por considerarse nuestros clientes potenciales.

La presente investigación se encuentra estructurada por cuatro capítulos. El primero hace referencia al análisis del sector, es decir, la ubicación del proyecto y sus diferentes atractivos turísticos. En el segundo capítulo hace referencia a la cultura organizacional donde se destaca el tipo de empresa, su misión y visión además de las características del servicio, en el capítulo tercero la investigación de mercado donde recalca los clientes potenciales y donde se puede analizar la factibilidad del proyecto. En el cuarto capítulo se analizará la inversión que el proyecto necesitaría.



# CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL SECTOR

## 1.1.Ubicación

GRÁFICO No.1



FUENTE: [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec)  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

El proyecto está cerca de la parroquia de Sangolquí que está a 30 minutos de la parroquia La Merced. Por lo tanto la demanda del proyecto que se analizará más adelante cubrirá a Sangolquí, San Rafael y la Merced.

Cabe indicar que la Merced a pesar de estar cerca de la parroquia de Sangolquí y geográficamente dentro de estos valles, es una parroquia rural del Cantón Quito, además indicar que San Rafael es la cabecera cantonal de Sangolquí.

GRAFICO No. 2



FUENTE: JUNTA PARROQUIAL DE LA MERCED

“La Merced se encuentra ubicada al sur oriente de Quito. Su población es de 8.600 habitantes. El nombre: El 10 de Agosto de 1928 la Sra. María García de Pallares obsequió la Virgen de las Mercedes, una comisión de 10 personas se trasladó a Quito para traerla. El hermano Pedro Morocho y los acompañantes llegaron hasta San Rafael caminando y llevando en anda a la Virgen, la cual se colocó en un nicho de la antigua capilla. La primera fiesta del 24 de Septiembre la hizo la Sra. que obsequió la Virgen de las Mercedes, puso toros e invitó a todos los moradores del barrio y a la gente de ambas haciendas de La Cocha y de La Merced.”<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito,( 2009), Boletín Parroquias Rurales

**“Referentes históricos:** La historia de los habitantes de esta parroquia está relacionada con la historia de Alangasí, cuyos primeros pobladores, según investigaciones arqueológicas, fueron paleo indios ubicados en la región del Ilaló.

El descubrimiento de fuentes de obsidiana en los páramos orientales del Ilaló evidencia que, para los primeros pobladores, el páramo alto era un espacio económico de explotación temporal, y que ellos se adaptaban a la alta montaña. Su organización social era la banda unida por relaciones de parentesco real o imaginario, a partir de ciertas necesidades de sobrevivencia. Si una persona no era pariente, era considerada enemiga. El sistema era patriarcal.

**Actividades productivas:** La Merced es una parroquia cuyas actividades principales son la agricultura y la manufactura.

GRAFICO No. 3



FUENTE: JUNTA PARROQUIAL DE LA MERCED

**Sus fiestas:** Fiesta oficial: 5 de Mayo, Fiestas patronales en honor a la Virgen de las Mercedes: 24 de Septiembre El pase del niño se realiza en las comunidades y familias entre diciembre y febrero. La procesión de semana santa Corpus Christi y el carnaval.

#### **Manifestaciones culturales**

**Danza:** Disfrazados de morenos, grupos de danza en todos los barrios.

**Teatro:** Grupos de Teatro Juveniles

**Música:** Varios grupos de Mariachis. **Artes plásticas:** Alquín, seudónimo del Sr. César Froilán Mejía, artista representativo de pintura a nivel nacional e internacional.

**Artes Plásticas:** Existen numerosos artistas de renombre en esta parroquia, quienes han sido alumnos de la Escuela del Sr. Gonzalo Endara Crow, presentando el maravilloso arte que tiene nuestro Ecuador al mundo.

**Comidas típicas:** Como comidas típicas de esta parroquia, tenemos: Hornado, cuyes, caldo de gallina criolla, choclo, papas.”<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito,( 2009), Boletín Parroquias Rurales

GRAFICO No. 4



FUENTE: JUNTA PARROQUIAL DE LA MERCED

## 1.2. Atractivos turísticos:

“Esta parroquia ofrece a sus visitantes disfrutar de sus aguas termales en las diferentes piscinas que posee. Lugar ubicado a pocos minutos de la capital.

Fundación Nueva Vida. Centro de eventos nacionales e internacionales con todas las comodidades, alimentación, alojamiento para 400 personas, laguna, piscina, canchas deportivas, parqueadero.

- Balneario de aguas termales La Merced: donde disfrutarán de una relajante estadía por sus aguas curativas, por sus piscinas térmicas las mismas que sirven para relajar los músculos y mejorar la circulación que a los adultos mayores les beneficia corporalmente.
- Complejo Turístico Ilaló: Es un lugar de entretenimiento donde cuenta con múltiples piscinas de agua tibia por el clima, hidromasaje, sauna, turco y áreas recreativas.
- Balneario La Cocha: Este balneario a mas de contar con sus cálidas piscinas el atractivo de este lugar es que tiene parques y jardines muy hermosos.
- Mirador El Ilaló, desde este lugar se admira la belleza de los valles de Tumbaco y Los Chillos.<sup>4</sup>

La Parroquia ha tenido varios adelantos en cuanto a infraestructura y vialidad, las obras ejecutadas han sido de gran ayuda para sus habitantes, esto ha permitido potenciar a la Parroquia como destino turístico de gran importancia para la gente que la visita periódicamente.

## 1.3 Factores Geográficos

Los factores a analizar a continuación hacen referencia a Sangolquí, San Rafael y La Merced, que impactan el análisis de este proyecto.

---

<sup>4</sup> Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, (2009), Boletín Parroquias Rurales

#### **a) Factores atractivos:**

Un agradable clima; el contar con todos los servicios básicos, la presencia de colegios y universidades de calidad a un costo accesible, menos congestión vehicular en las parroquias en mención y bajo nivel de delincuencia son los más importantes.

#### **b) Cambios cotidianos del clima**

El clima de estos cantones es muy agradable oscila desde los 16 grados en promedio llegando a marcar los 23 grados, es uno de los principales atractivos que tiene el lugar. El clima es un aliado para el desarrollo de las actividades en el centro, mientras permanezca soleado existirá mayor demanda en el servicio, en los meses de Abril y Octubre, se produce la mayor concentración de lluvia, que lógicamente reducirá la demanda del servicio.

#### **c) Gustos y preferencias**

La principal actividad es la agricultura y la selvicultura. La población de estas parroquias prefiere recrearse con otros tipos de actividades como la cabalgata, las fiestas taurinas típicas del sector, la pelea de gallos, y las actividades en el campo con su familia. La principal actividad es la manufactura y el comercio.

#### **d) Tamaño y crecimiento de la población**

La tasa poblacional en las parroquias de estudio van en crecimiento, debido a la influencia de varios factores atractivos para la gente; situaciones que han ocasionado que las personas que habitan en Quito y otros cantones, abandonen su lugar de origen, con el deseo de radicarse en este sector de los valles. El crecimiento de la población es muy importante puesto que allí se analizara la viabilidad del proyecto.

#### **f) Nivel de ingresos y precios**

Como se puede apreciar en la tabla No.2 en la parroquia la Merced existen algunos barrios no presentan las mismas condiciones, de salubridad, de cobertura de servicios básicos, como de organización. Por eso es importante dar a conocer el nivel socioeconómico, los nombres de los barrios donde habitan personas que poseen un mejor nivel de ingresos y lógicamente tienen otro tipo de preferencias; situaciones particulares que será beneficioso para este proyecto, puesto que se delimitara la posible demanda para los que resulte atractivo visitar el centro.

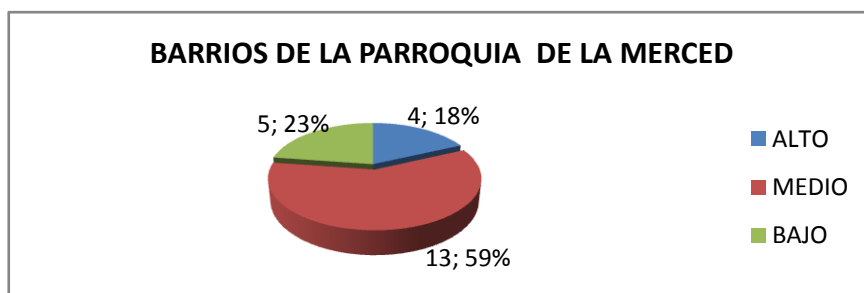
**TABLA No. 2**

**Clasificación de Barrios por el Nivel de Ingresos**

<b>Clase socioeconómica</b>	<b>Barrio</b>	<b>Parroquia</b>
A ( Alta )	La Alcantarilla	La Merced
	El Guangal	La Merced
	Guantugloma	La Merced
	Sarahurco	La Merced
B ( Media )	Bellavista	La Merced
	4 de Octubre	La Merced
	San Marcos	La Merced
	Virgen de Lourdes	La Merced
	Barrio Central	La Merced
	Curiquingue	La Merced
	El Vergel	La Merced
	San José de Billivaro	La Merced
	Las Palmeras	La Merced
	La Cocha	La Merced
	San Francisco	La Merced
	La Floresta	La Merced
	Sector Cashachupa	La Merced
D (Baja)	San Vicente	La Merced
	Santa Ana	La Merced
	Santa Anita	La Merced
	Santa Inés	La Merced
	Santa Rosa	La Merced

FUENTE: ILUSTRE MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

**GRÁFICO No 5**



FUENTE: ILUSTRE MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Como se puede observar, existen 22 barrios que confirman la parroquia La Merced, integrada por 4 barrios de clase alta, 13 barrios de clase media y 5 de clase baja, el nivel socioeconómico de los habitantes es diverso, los que corresponden a segmentos altos y medios, los cuales son potenciales clientes para el proyecto, permitiéndoles su capacidad de pago y así solventar este tipo de servicios, apoyados también en que los gustos y preferencias de estos grupos, van acordes con las exigencias del centro.

## CAPÍTULO 2: CULTURA ORGANIZACIONAL

### 2.1 Tipo de Empresa

El tipo de empresa el cual está dirigido mi proyecto por su actividad es de servicio con fines de lucro, su forma jurídica unipersonal.

Es importante recalcar que este proyecto desea incluir en el día a día al adulto mayor, tanto en su vida social, económica y familiar, puesto que en la actualidad la cultura que tenemos hacia el anciano es dejarlo solo, sin cuidados, desplazados de la sociedad e incluso de la familia, enviándoles en un Hogar para ancianos.

Mi deseo es integrar a los ancianos a la vida cotidiana con dignidad, respeto y amor.

“Este centro de recreación y cuidado de ancianos será instalado en el Cantón Quito, Parroquia la Merced Barrio el Curiquingue, cerca a San Rafael, donde se ha considerado aspectos: climáticos, de tranquilidad, los atractivos turísticos, además por cuanto conserva su folklore y cultura, comidas típicas sus bebidas autóctonas, que ayudara a mantener un entretenimiento de nuestros clientes, mantiene un clima espectacular que ayuda en el cuidado de las personas de la tercera edad el lugar está rodeado de gente amable, trabajadora y humilde que hacen del sector escogido un sitio de visita y de recogimiento por su tranquilidad, y he considerado que por su ubicación, facilitará el traslado a sitios urbanos cercanos inclusive a la ciudad de Quito”<sup>5</sup>.

En el gráfico No. 6 es donde se encuentra el mapa estratégico el cual destaca lo siguiente:

**2.2 Misión.-** Ofrecer servicios de entretenimiento, recreación y cuidado directo al personal de adultos mayores, para mejorar su calidad de vida.

**2.3 Visión.-** Ser el centro líder en el mercado nacional con finalidad social en atender las necesidades recreativas del adulto mayor

**2.3.1 Logotipo:** Siente y vive tu felicidad

### 2.4 Objetivo General

- Elaborar el estudio de factibilidad, para la creación e implementación de **“un centro de recreación y descanso para adultos mayores “DULZURA”, en el sector de la parroquia la Merced, del cantón Quito, provincia de Pichincha.”**

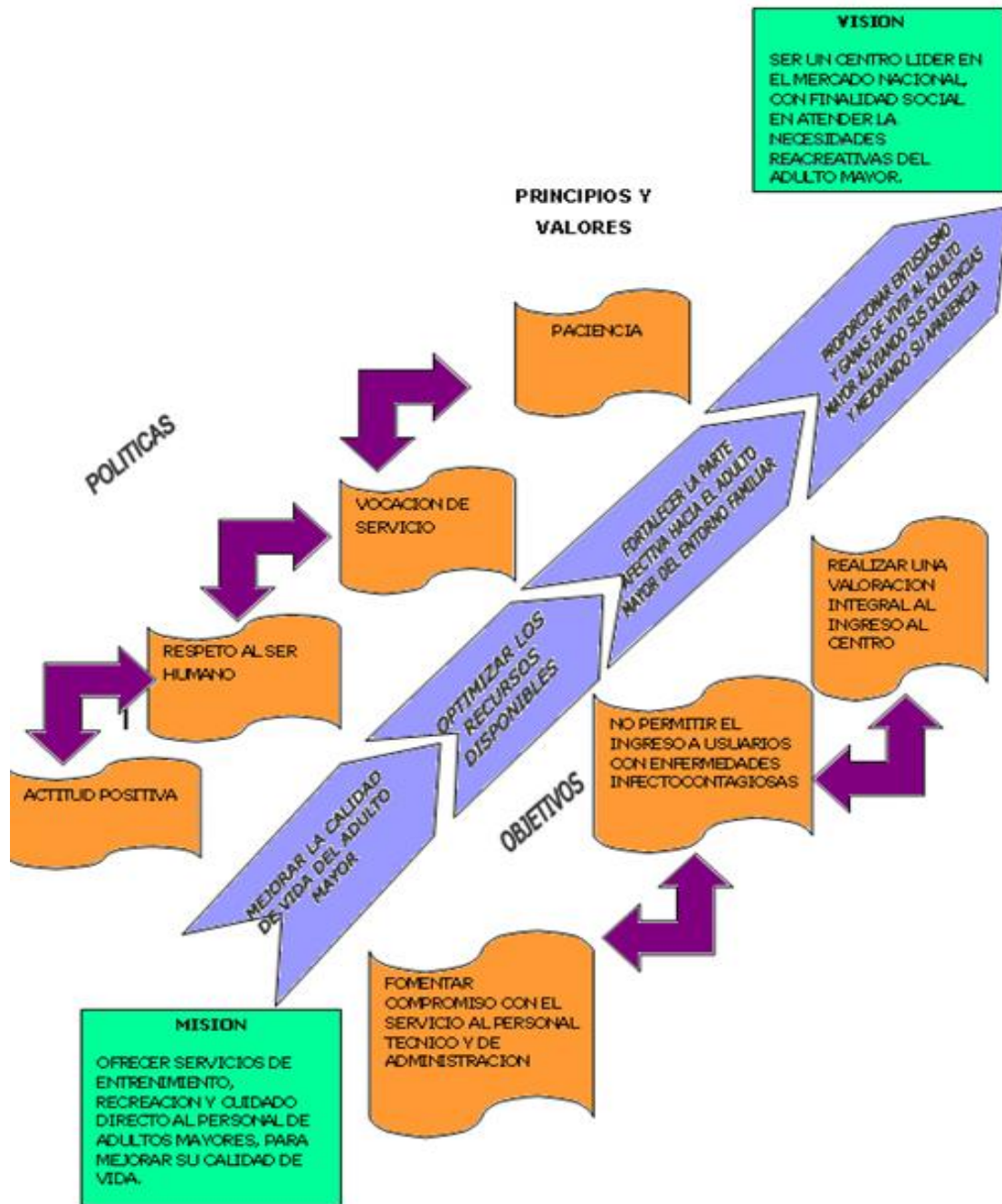
---

<sup>5</sup> La ubicación del proyecto puede ser observada en el gráfico No. 1 del capítulo 1.

#### **2.4.1. Objetivos Específicos:**

- Conocer la gran Importancia que tienen las empresas en el país, para su desarrollo económico y social
- Analizar la factibilidad de este proyecto de recreación y descanso para adultos mayores “Dulzura”.
- Diseñar una estrategia de marketing que permita encontrar un proceso apropiado, productos o servicios de buena calidad, precios competitivos y publicidad estratégica acorde con el tipo de negocio.
- Conocer el marco legal que rige la constitución de una empresa de servicio para recreación y cuidado de adultos mayores.
- Conocer el marco tributario y administrativo para un manejo eficiente con las entidades de control del estado.
- Otorgar al anciano una vida digna, dándoles charlas motivacionales sobre su autoestima.
- Impartir asesoría y capacitación permanentes para que el anciano no se sienta desplazado de la sociedad.
- Impulsar programas que permitan a los ancianos a desarrollar actividades ocupacionales, preferentemente vocacionales.
- Estimular la formación de agrupaciones de voluntariado, orientadas a la protección del anciano y supervisar su funcionamiento.
- Mejorar la calidad de vida del adulto mayor para así fortalecer la parte afectiva de su entorno familiar.

GRÁFICO No 6  
 “MAPA ESTRATÉGICO”<sup>6</sup>



FUENTE: ESQUEMA DE PLANIFICACIÓN EWSTRATÉGICA DE FRANCIS SALAZAR  
 ELABORADO POR: INVESTIGADORA

<sup>6</sup> Explicación del gráfico se encuentra desde el tema 2.2



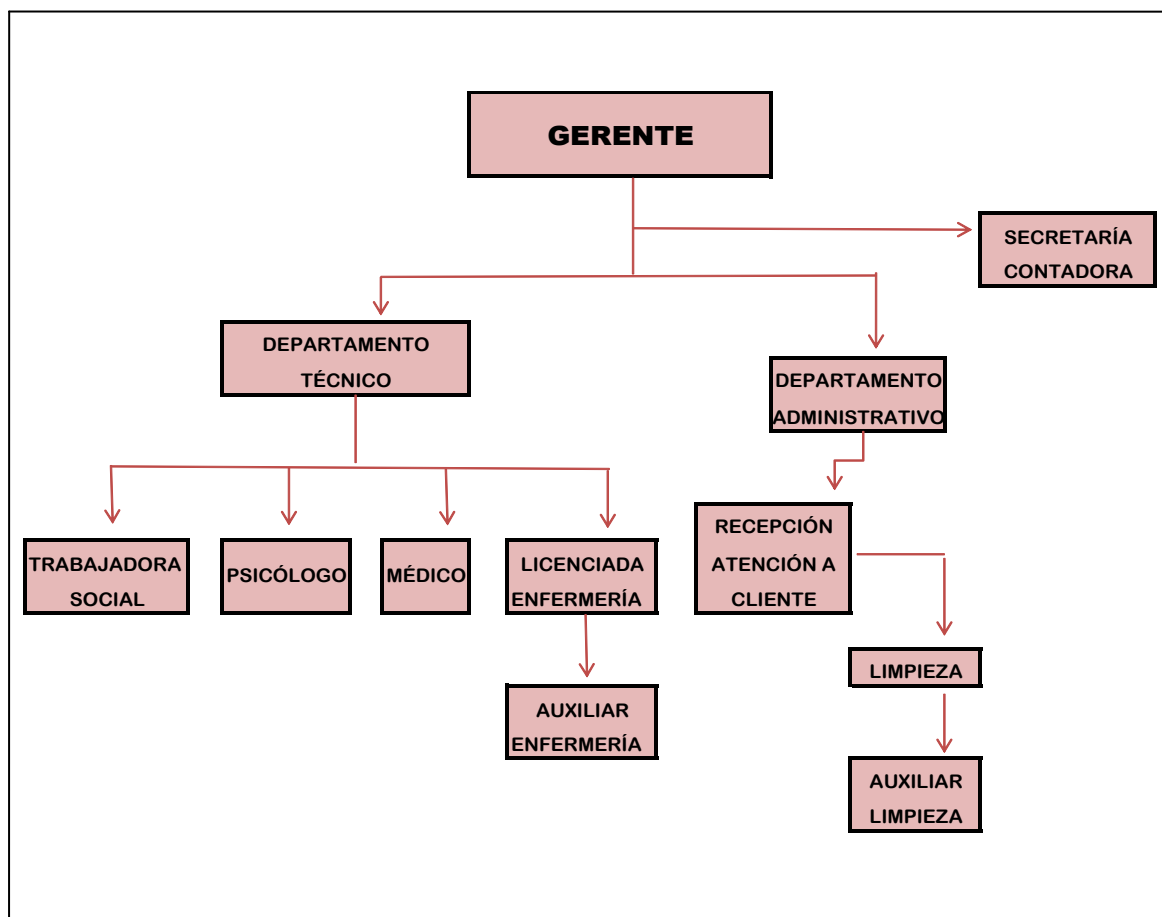
## 2.5 Políticas, Valores y Principios

Al ser personas de la tercera edad necesitan un trato especial y para ello el personal que trabajará en el centro requiere:

- Actitud positiva
- Respeto al ser humano
- Vocación al servicio
- Paciencia
- 

## 2.6. Estructura Organizacional

GRAFICO No 7 Estructura Orgánica



FUENTE: INVESTIGADORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

En este organigrama podemos observar la estructura organizacional del centro de recreación para adultos mayores comprende 6 niveles jerárquicos, las funciones de cada departamento se indican más adelante.

El proyecto necesitará del siguiente personal para su correcto funcionamiento:

- 1 Gerente
- 1 Secretaria
- 1 Contadora
- 1 Tesorero
- 3 Trabajadoras Sociales (Consultas: martes y jueves )
- 3 Psicólogos
- 3 Médicos ( Que realizará consultas esporádicas )
- 3 Licenciadas de Enfermería
- 5 Auxiliares de Enfermería
- 4 Terapistas Estético y Corporal
- 3 Auxiliares de Servicios Generales
- 3 Empleado en Atención al Cliente para el cumplimiento de su misión y responsabilidades.

Requerimiento de equipos y materiales:

- 2 Computadores
- 2 Impresoras
- 1 Fax
- 1 Sumadora
- 1 Teléfono celular
- 4 Teléfonos internos con extensiones
- 2 Equipos de sonidos
- 1 Cocina
- 1 Refrigeradora
- 2 Microondas
- 1 Waflera
- 2 Licuadoras
- 2 Cafeteras
- 2 Juegos de vajilla de 12 piezas

- 2 Vehículos Landlex (automático, para usuarios dependientes)
- 6 Sillas de ruedas
- 4 Andadores
- 6 Bastones
- 2 Camillas
- 2 Equipos masajeadores
- 1 Equipo para tratamiento facial
- 2 Equipos de gimnasia pasiva
- 3 Esterilizadores
- 2 Tinas de hidroterapia
- 1 Cabina de sauna infrarroja con oxígeno V-2
- 2 Máquinas tragamonedas
- 4 Juegos de rompecabezas
- 3 Juegos de ajedrez
- 1 Fútbolín

#### **Muebles y Enseres**

- 1 Mesa de billar
- 1 Mesa de ping pong
- 3 Mesas para jugar naipes
- 6 Sillones
- 4 Mesas para cafetería
- 4 Mesas redondas para cafetería ( uso de clientes autovalentes)
- 60 Sillas
- 10 Bancas para Iglesia
- 5 Escritorios

### **Adecuaciones e instalaciones:**

- 2 Vallas de publicidad
- 1 Alfombra antideslizante
- 1000 Volantes

## **2.6.1. Funciones de cada departamento**

### **a) Procesos Gobernantes**

- La Gerencia. La gerencia o administración se encargará de que el personal y clientes estén satisfechos con el servicio, además de su cuidado y de su correcto funcionamiento del centro cumpliendo con nuestra misión y visión.
- Seleccionar al personal, capacitarlo y supervisarlos.
- Dirigir el centro para permanecer en el mercado.
- Liderar estrategias para llegar a ser al mejor centro de recreación para adultos mayores.
- Validar que el personal esté capacitado y actualizado.

### **b) Secretaría / Contabilidad**

- Secretaria/contadora: Esta área llevará el control de egresos e ingresos del centro y administrar la nómina.
- El Voluntariado. Se aceptara gestión de labor social, o pasantías que mejora el cuidado del adulto mayor y la calidad del servicio.

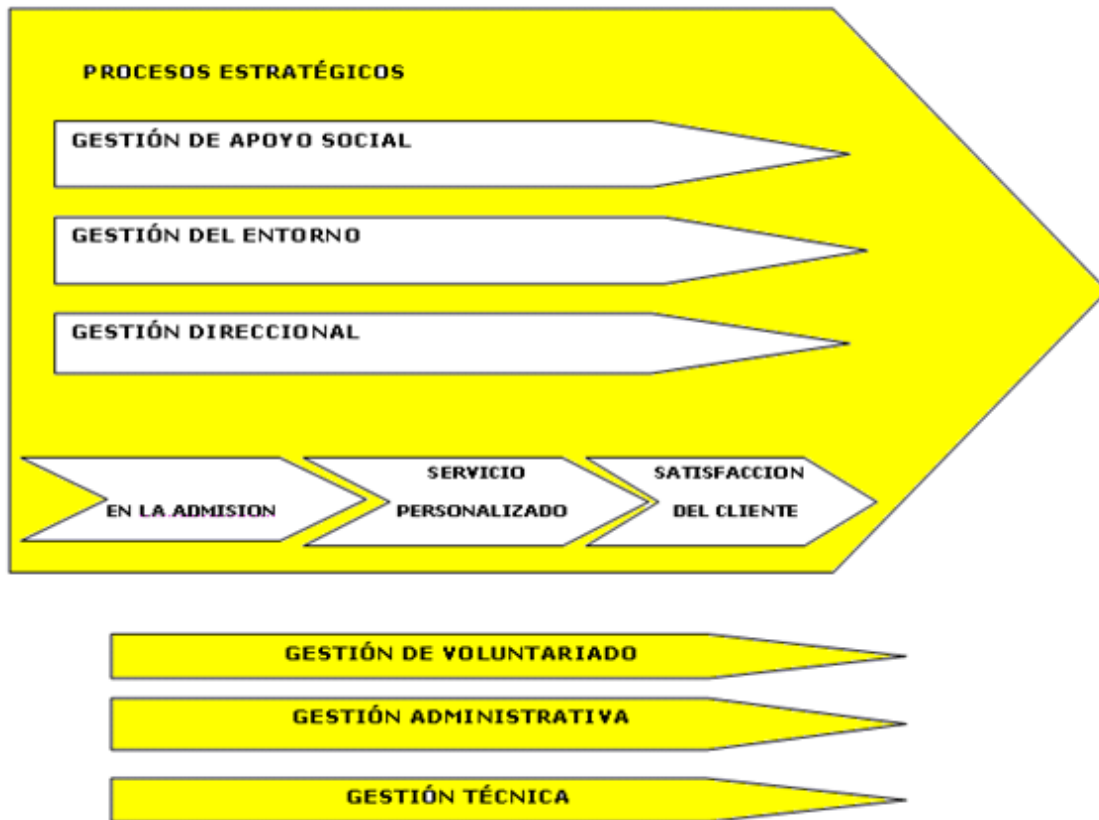
### **c) Departamento Técnico: conformado por:**

- Trabajo Social y Psicólogos: Quienes harán un análisis del cliente para el ingreso al centro de recreación.
- Medicina General, Salud Mental, Nutrición, terapia estética y corporal, enfermera quienes se encargaran del cuidado directo del adulto mayor.

### **d) Departamento Administrativo**

- Servicio al cliente: Esta área se encargará de la atención, recepción e información del cliente, es decir nuestra cara por lo que aquí necesito a personas con mucha empatía, carismáticas y sobre todo con mucha paciencia.
- Servicio de limpieza: quienes se encargaran de la limpieza del centro recreacional.

GRÁFICO No 8 Cadena de Valor



FUENTE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FRANCIS SALAZAR  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

En la cadena de valor podemos ver que las diferentes estrategias que conforman el proceso tienen como objetivo la diferenciación del centro para que este sea superior a otros hogares o centros similares para ancianos, con diversos, exclusivos que lo hacen único para el cliente, obteniendo su satisfacción y con ello buscar la mejora continua de la empresa.

### 2.7 Características del Servicio.

Partiendo de un proyecto de servicio el mismo que se basa en atención transitoria al adulto mayor, tanto auto valente (que puede valerse por sí mismo) como dependiente (que tiene limitaciones). Para el ingreso de los usuarios, adultos mayores, se deben someter a una valoración geriátrica integral compuesta por un médico, un psicólogo y una trabajadora social, los mismos que después de la evaluación, decidirán los que se encuentren idóneos para el ingreso.

El servicio no se constituye en un Hogar de reposo y/o albergue, como los sustitutos cercanos, sino un lugar donde se brindará atención de recreación, entretenimiento, relajación, de carácter temporal (del día).

El ingreso será aceptado únicamente para el personal de adultos mayores, no será permitido el ingreso para el personal de otras edades.

El centro de recreación atenderá en un horario flexible de 09:00 a.m. hasta las 18:00 horas, desde el día martes hasta el día Domingo inclusive.

Los servicios que brindará el centro, para atender los gustos del cliente son los siguientes:

- **Salón de juegos:** billar, ping-pong, dardos, rompecabezas, fútbolín, mesas para jugar naipes, pistolas de aire, máquinas tragamonedas, lanzar monedas.
- **Salas de terapia y estética corporal :**

#### Tratamientos faciales.-

Flacidez, manchas, tratamiento anti-edad, limpieza facial con profunda hidratación, Arrugas, nutrición facial, peeling, ojeras, velos de colágeno.

#### Tratamiento anti-estrés.-

- Masajes energéticos con piedras calientes, Aromaterapia, masajes antiestrés, baño de novia.
- Electroterapia.- corrientes eléctricas en el cuerpo humano con fines terapéuticos.- masajes reductores de peso, relajante muscular.
- Fango terapia.- interactúa con la dermis, receptor de tóxicos.
- Hidromasajes. Piscina para el adulto mayor auto valente
- Hidroterapia.- piscina para el adulto mayor dependiente, dotado de aletas para manos y pies, bicicleta bajo el agua, para fortalecer musculatura.
- Música terapia. Tratamiento para la depresión.
- Bar - Cafetería- pista de baile.
- Sala de lectura- biblioteca
- Salón de belleza
- Pantalla gigante con servicio de cable.
- Comedor
- Capilla
- Senderos para caminar
- Espacios para criar conejos, pericos, palomas, cuyes.
- Árboles frutales, jardines.
- Orquideario.
- Talleres ocupacionales.

### **Servicios Complementarios y/o sustitutos.**

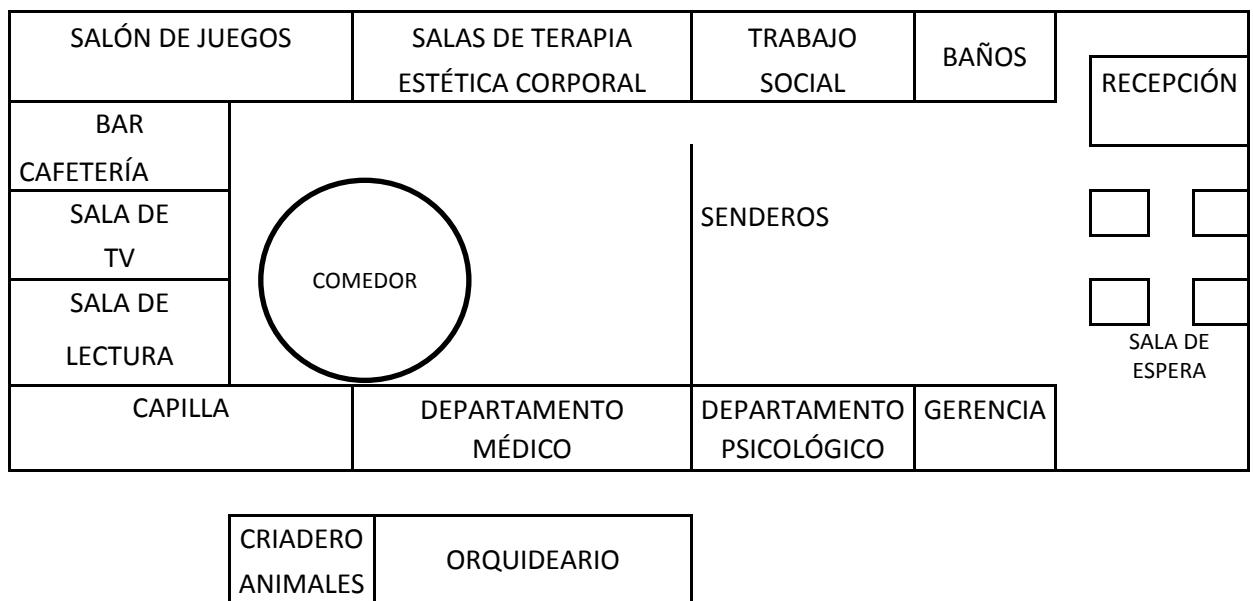
Los servicios complementarios que proporcionarán valor agregado a las modalidades ofrecidas son los siguientes:

- 1) Servicio de transporte. Existirá recorrido de 2 busetas de propiedad del centro, una se dirigirá al norte de Sangolquí y la otra al sur, puerta a puerta, esto se debe a que en este lugar existe mayor movimiento comercial por ende el lugar es el más poblado del sector del centro recreacional.
- 2) Tratamiento preventivo y curativo médico – psicológico. Los profesionales médicos realizarán las valoraciones a los usuarios los días Martes y Jueves.
- 3) Reuniones de integración y reinserción familiar con la participación permanente de la trabajadora Social y representantes de los usuarios-adultos mayores.
- 4) Mensajería.- Se atenderá en los trámites administrativos que requieran los usuarios.
- 5) Cuidado directo a adultos mayores dependientes: baño, masajes, hidratación de la piel, sala de belleza a adultos mayores con “senectud”<sup>7</sup> avanzada, cuadripléjicos, artritis reumatoide deformante (manos y pies).
- 6) Paseos.- se programará salidas a lugares turísticos como las cascadas de Vilatuña, Cóndor Machay, la Villa Carmen, el parque Eduardo Kingman para que se diviertan.

---

<sup>7</sup> Ancianidad, último período de la vida del hombre. Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno

## Distribución del centro recreacional





## CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

### 3.1. Segmento del Mercado

El adulto mayor se encuentra desprotegido, minimizado y rechazado en nuestra sociedad, ya sea porque ya no representan una fuerza productiva para la sociedad ó porque no se ha creado, innovado y desarrollado criterios y políticas públicas gubernamentales y estatales que posibiliten implementar actividades ocupacionales ó recreativas que ocupen su tiempo libre, se les ofrezca una oportunidad, tal vez la última, de sentirse útiles y no sean una carga adicional para la familia.

Esta situación incide en la necesidad imprescindible de definir los objetivos del estudio de mercado para éste sector poblacional, con la finalidad de posicionar en forma adecuada y cristalizar las soluciones inmediatas que el adulto mayor requiere.

Los Objetivos del estudio de mercado para este centro en, la parroquia La Merced son los siguientes:

- Conocer si el proyecto es un aporte para la sociedad.- Intentar satisfacer las necesidades ocupacionales y recreativas del adulto mayor en la parroquia la Merced, para que se sienta útil para la sociedad.
- Para efectos de este propósito es necesario apoyarse en la promoción del servicio para difundir y hacer conocer sus modalidades; actualmente existe en el mercado de la Parroquia La Merced y en la parroquia de Sangolquí, el canal de televisión 40 llamado “identidad “, la radio super “K”, las revistas y publicaciones denominadas la zona real, infórmate valle e inti del valle, que constituirán los canales de comunicación para este tipo de servicio.
- Confirmar la factibilidad de la creación del centro de recreación para el adulto mayor en La Parroquia La Merced.- Para lograrlo se requiere aprovechar de las oportunidades que presente el mercado, el mismo que de la Parroquia de la Merced y la de Sangolquí no dispone y menos aún ofrece a la comunidad, un centro de recreación para el adulto mayor, dotado además de algunas diferenciaciones tales como: atención temporal, atención a adultos mayores dependientes, identificación con la naturaleza y otras actividades adicionales que hagan llamativo y atractivo al centro.

Además, para confirmar la factibilidad de la creación, hay que aprovechar la influencia del **entorno del mercado** de la zona, como es el apoyo que se puede obtener de las autoridades municipales del cantón Rumiñahui y de la Ilustre Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito, para su implantación, por constituirse en una labor con

finalidad social y pública en algunos casos; variables que se convierten en una fortaleza y oportunidad de este proyecto.

- Conocer sus preferencias, sus características, su localización en el mercado.- De esta manera alcanzar a mejorar la calidad de vida del usuario-adulto mayor, desarrollando actividades que le proporcionen entusiasmo. Es importante por ejemplo conocer que la mayoría de ellos pasan la mayor parte de su tiempo encerrados en una habitación pequeña, sin desarrollar actividad alguna, enfatizando que sienten la necesidad de alguna compañía, porque un gran porcentaje se encuentra en estado de viudez y muchas veces en una situación solitaria, lo cual les convierte en que sean caprichosos, ó que les falte interés por la vida.
- Conocer si es sustentable en el tiempo, y si con la implantación del mismo, generaría rentabilidad.-Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos I.N.E.C. se evidencia que en el último Censo de población y vivienda en el año 2001, en el cantón Rumiñahui lo que se refiere a Sangolquí y San Rafael, la población de la tercera edad alcanzó un total de 5.071 personas, de ellas 2.761 son mujeres y 2.310 son hombres, y de La Merced un total de 483 personas divididas en 204 hombres y 279 mujeres. Este mercado consumidor, si visita con frecuencia el centro y presenta fidelidad a la empresa, generará ingresos de operación que sustentará el proyecto en el tiempo, lastimosamente el INEC no mantiene una tasa de crecimiento real y es por eso que el gobierno actual planifica realizar un nuevo censo en el 2010 o 2011, para establecer parámetros normales de análisis.
- Ratificar la real posibilidad de colocar el servicio en el mercado.
- Conocer los canales de comercialización que se usan en el mercado.
- Determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse.
- Conocer la composición, características, y ubicación de los potenciales consumidores

Para poder rectificar la vialidad del estudio de mercado se adjunta anexo No.1 (pág. 65), el estudio realizado para el proyecto por medio de encuestas como su respectivo resultado.

### **3.2 Investigación y Análisis de Mercado**

A fin de que los integrantes de la población del mercado meta tengan la posibilidad de figurar en la muestra determinada, existen varios métodos, el aleatorio o probabilístico y el no aleatorio o de juicio. En este contexto, y con el propósito de que los elementos de la muestra reflejen más exactamente las características de la población, se ha utilizado el muestreo estratificado.

TABLA No 3

POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y SEXO, SEGÚN PARROQUIAS							
GRUPOS DE EDAD SEXO							
PARROQUIAS	60 - 79 AÑOS		80 Y MAS AÑOS		TOTAL		
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
<b>CANTON RUMIÑAHUI</b>							
SANGOLQUI-SAN RAFAEL	1852	2135	458	626	2310	2761	5071
<b>CANTON QUITO</b>							
LA MERCED	164	226	40	53	204	279	483
<b>TOTAL</b>	2016	2361	498	679	2514	3040	<b>5554</b>

FUENTE: CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2001; INEC

ELABORADO POR: INVESTIGADORA

### 3.2.1. Tamaño de la muestra:

Del total de adultos mayores (5554) que habitan en las parroquias San Rafael, Sangolquí y La Merced, se tomó a 359 adultos mayores para elaborar una encuesta estructurada con preguntas abiertas y cerradas. Para analizar el número de participantes de la encuesta se empleó la siguiente fórmula<sup>8</sup>, tomando en cuenta que el universo lo constituyeron 5554 habitantes de nuestra población, considerando un margen de error del 5 % y un nivel de confianza de 1.96

FORMULA:

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

**Donde:**

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

δ = Varianza

Z = Nivel de confianza

E = Nivel de error

N = 5554

δ<sup>2</sup> = 0.25

Z = 1.96

E = 0.05

Aplicando la fórmula obtenemos:

<sup>8</sup> Posso, Miguel Ángel, (2001).” Metodología para el trabajo de grado”. Edición, Ibarra-Ecuador.

$$n = \frac{(5554)(0,25)(1,96*1,96)}{(0,05*0,05)(5554-1)+0,25(1,96*1,96)}$$

$$n = \frac{5334,0616}{13,8825+0,9604}$$

$$n = \frac{5334,0616}{14,8429}$$

$$n = 359,36$$

$$n = \boxed{359}$$

### 3.2.2. Diseño de la Encuesta

La encuesta es una de las técnicas más utilizadas en investigación de mercados. La principal ventaja de la encuesta es que puede reunir, en poco tiempo, una gran cantidad de información.

Otra ventaja de esta técnica es su posibilidad de aplicación a cualquier persona sean cual fuese sus características culturales, sociales, etc.

La aplicación de una encuesta a la muestra busca medir actitudes y comportamientos esperados del mercado. Para ello, es conveniente aplicar lo que se denomina técnica estructurada, que consiste en facilitar respuestas breves, simples, específicas y con opciones limitadas.

Por lo expuesto, en consideración a las variables del mercado consumidor y del mercado competidor, se han elaborado las preguntas estructuradas y semiestructuradas, que permitirán levantar la información primaria, cuyo posterior procesamiento permita precisar los aspectos de carácter técnico y financiero, así como las estrategias de comercialización de los servicios.

La aplicación de la encuesta se la realizó en Sangolquí, San Rafael y La Merced por considerarles nuestros clientes potenciales

**TABLA No 4**

<b>PARRÓQUIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>NUMERO DE ENCUESTAS APLICADAS</b>
SANGOLQUÍ	50%	180
SAN RAFAEL	30%	108
LA MERCED	20%	71
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>359</b>

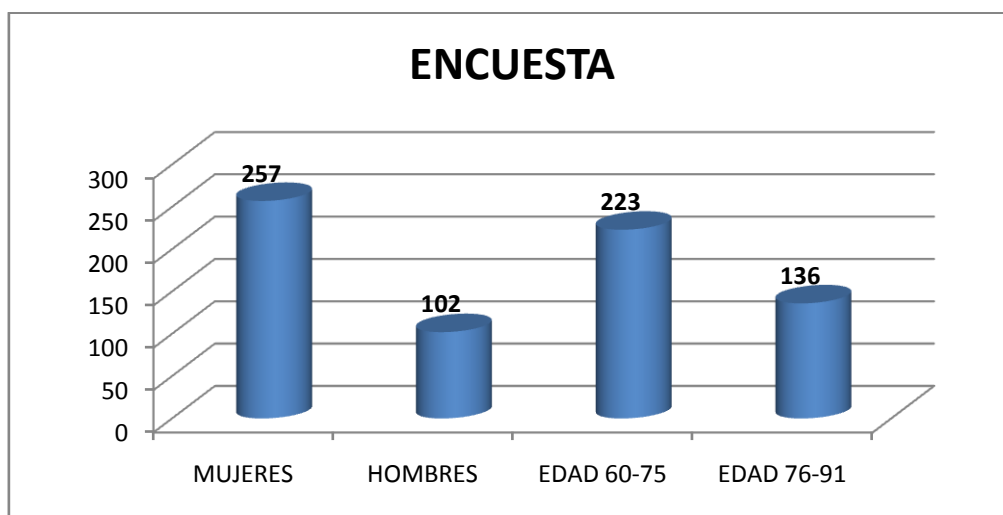
FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

### **3.3. Resultados de la Investigación**

#### **a) Análisis de la Información**

La encuesta se aplicó a 359 adultos mayores que van desde los 60 hasta 91 años en adelante, los cuales en su mayoría 223 personas están en un rango de los 60 a 75 años de edad representan el 62% del total del número de encuestados, quedando 136 personas encuestadas que están dentro de los 76 y 91 años en adelante, el total de encuestados los conforman 257 mujeres y 102 varones.

**GRÁFICO No 9**



FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Donde la mayoría de los adultos mayores están dispuestos a asistir a un centro de recreación y descanso donde tengan servicios adicionales como transporte de puerta a puerta, clases de baile, alimentación entre otros. Los días que estarían asistiendo en su preferencia serían viernes y sábado para ello el centro se abriría de martes a domingo. El lugar donde se encuentra ubicado el centro es de mucho interés para los potenciales

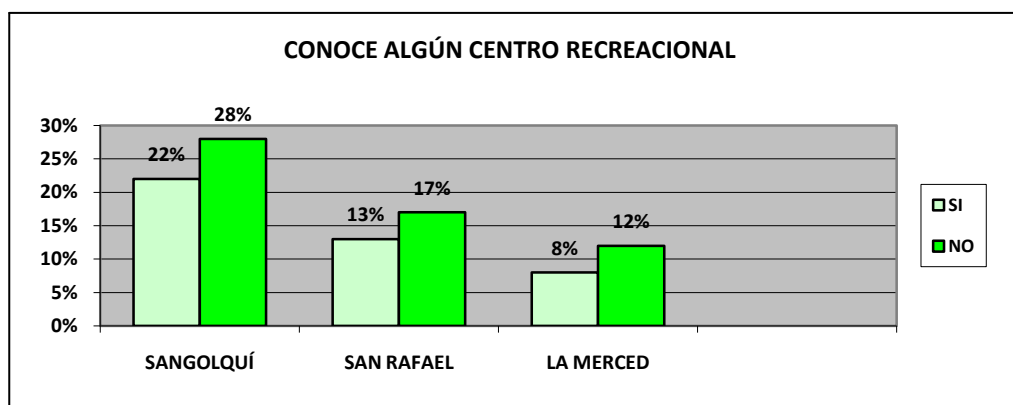
clientes, puesto que el clima es muy agradable, cálido y tranquilo ya que cuenta sin el movimiento de la ciudad.

El valor que el cliente estaría de acuerdo a pagar por este servicio esta estandarizado y este sería de \$5 por lo que se analiza la creación de paquetes con diferentes servicios acordes a la comodidad del adulto mayor, e incluso paquetes abiertos que incluyan los servicios que el adulto mayor escoja.

### **Pregunta 1.- ¿Conoce usted algún centro recreacional en el valle?**

El 43% de los adultos mayores encuestados en las diferentes parroquias manifestaron conocer de la existencia de algún centro de recreación para personas de la tercera edad ubicados en el Valle.

**GRÁFICO No 10**



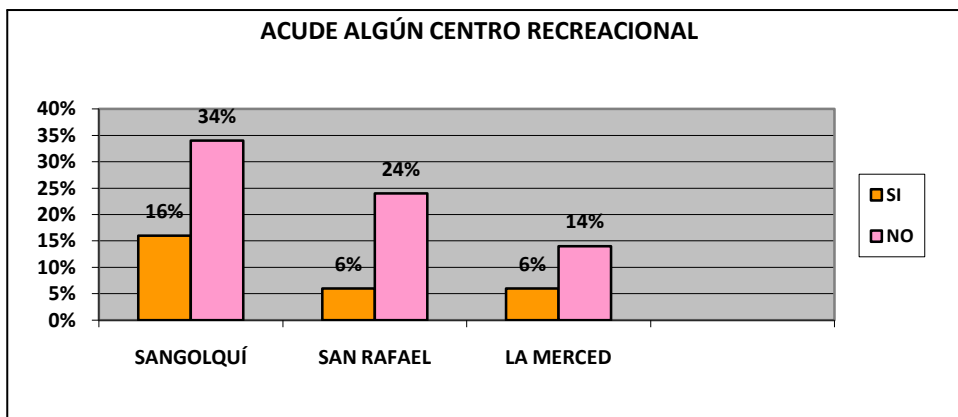
FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Quiere decir que a los restantes adultos mayores necesitarían mayor información de la existencia de un centro de recreación y descanso, para ello se requiere de un incremento en la publicidad y dar a conocer los valores más convenientes para el acceso a este tipo de servicios.

### **Pregunta 2.- ¿Acude usted ha algún centro de recreación para la tercera edad? Sí, Cuántas veces?**

El 28% de la muestra asegura que asisten a un centro de recreación, dividiéndose este porcentaje en el 16% en Sangolquí, San Rafael y La Merced 6% cada uno, el 72% representa a adultos mayores que no asiste o participa en actividades recreativas, este porcentaje es el centro de análisis que en principio se consideraría como la demanda potencial, que estaría basándose para el estudio, el cual se centra como meta conseguir y captar este 72%.

GRÁFICO No11

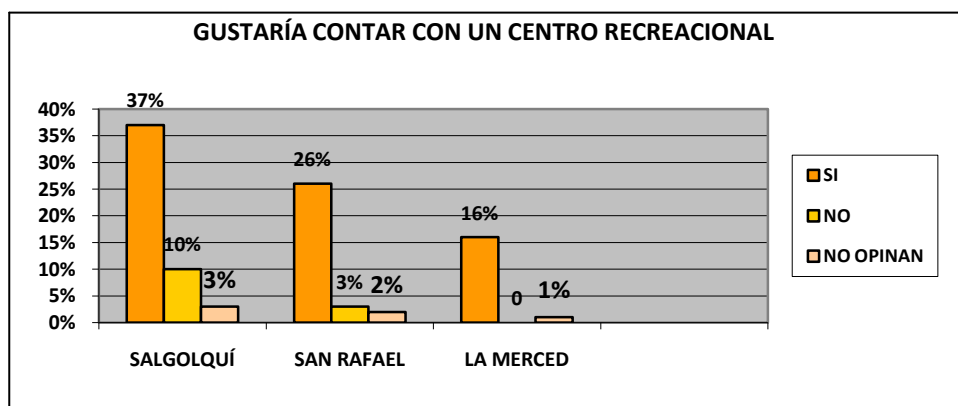


FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

**Pregunta 3.- ¿Le gustaría contar con un centro de recreación para personas de la tercera edad en La Merced, con servicios adicionales a más de los habituales como son: Charlas psicológicas, turismo local, clases de baile, salón de lectura, alimentación, transporte de puerta a puerta, entre otros?**

El 79% de los adultos mayores encuestados, desearon contar con un centro de recreación diferenciado donde se les proporcione charlas psicológicas, paseos turísticos, clases de baile y transporte puerta a puerta, ya que los centros actuales no cuentan con estos servicios adicionales por el mismo e incluso menor valor de lo que actualmente están pagando

GRÁFICO No 12



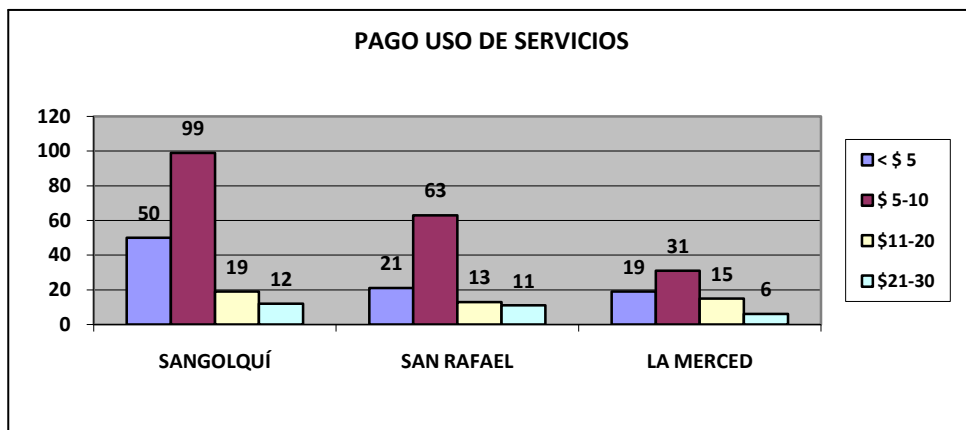
FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Estos servicios adicionales hacen que el centro sea diferente que la competencia por lo que se tendría valores agregados desde un inicio. Con esta clase de prestaciones adicionales hace que el centro sea diferente de los competidores, haciendo atractivo la visita para los adultos mayores.

**Pregunta 4.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el uso de todos los servicios en el centro recreacional?**

Dentro de estos resultados se valida que las personas de la tercera edad no tienen los suficientes recursos para pagar este servicio, contando con el mínimo valor de USD 5 por día, dentro de este pago se incluirá todos los servicios con los que el centro cuenta para atender todas las exigencias del cliente, brindándoles también la facilidad de poder pagar a crédito. Adicionalmente se daría un mejor servicio a los familiares que deseen compartir con sus seres queridos y este costo estaría en el rango de \$ 5 a \$ 10 con lo que sería atractivo para el cliente, de igual manera aplicando facilidad de pago, con la creación de promociones como por ejemplo por 5 visitas al mes lleva 1 gratis.

**GRÁFICO No 13**



FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

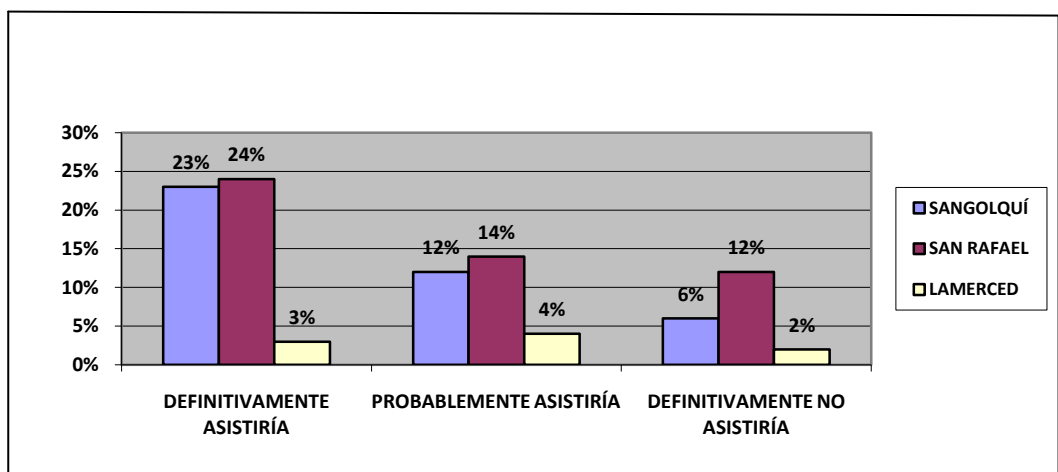
Colocando así diferentes paquetes para la satisfacción del cliente como de un paquete que encierre masajes corporales, más una terapia de belleza y acceso al orquideario, u otros paquetes abiertos donde el cliente escoja lo que desea.

**Pregunta 5.- ¿Qué tan probable es que usted acudiera al centro de recreación?**

El aceptable 41% de adultos mayores encuestados indican acudir al centro de recreación y el 50% estaría con la probabilidad de asistir al centro, dentro de este porcentaje se escoge el 21% para hacer el análisis de nuestros potenciales clientes.



GRÁFICO No 14



FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

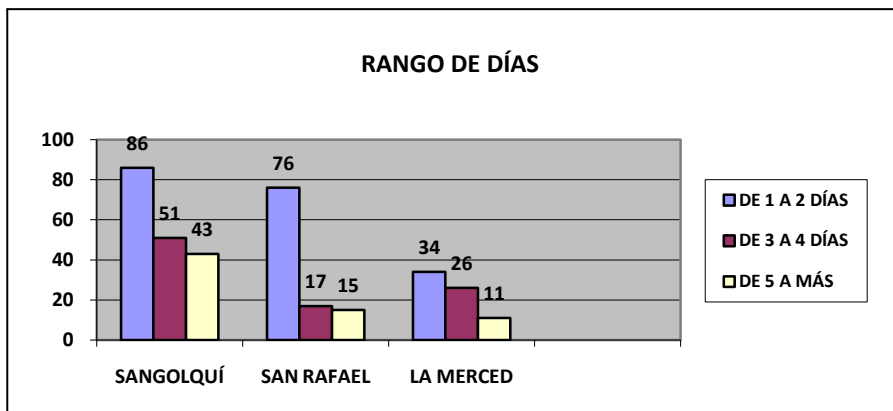
**Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia visitaría usted el centro recreacional, cuántos y que días le gustaría usted visitarlo?**

La mayoría de los encuestados (71%) indica que su visita al centro recreacional será con una frecuencia semanal.

Las visitas que los adultos mayores estarían dispuestos para asistir van desde una a dos días en la semana especialmente viernes y sábado y con esto validamos el análisis de visitas anuales en el capítulo 4 escogiendo el rango menor.

De esta información podemos establecer que el Centro de Recreación debe prestar atención al público los 7 días de la semana y que entre los días jueves a domingo se necesitará contar con la totalidad del personal debido a que estos días el Centro de Recreación se encontrará con la mayor afluencia de usuarios.

GRÁFICO No 15



FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Además se determinó que los días que la gente prefiere acudir al Centro de Recreación son:

**El 31% el día sábado**

**El 23% el día viernes con mayor aceptación**

El 20% el día domingo

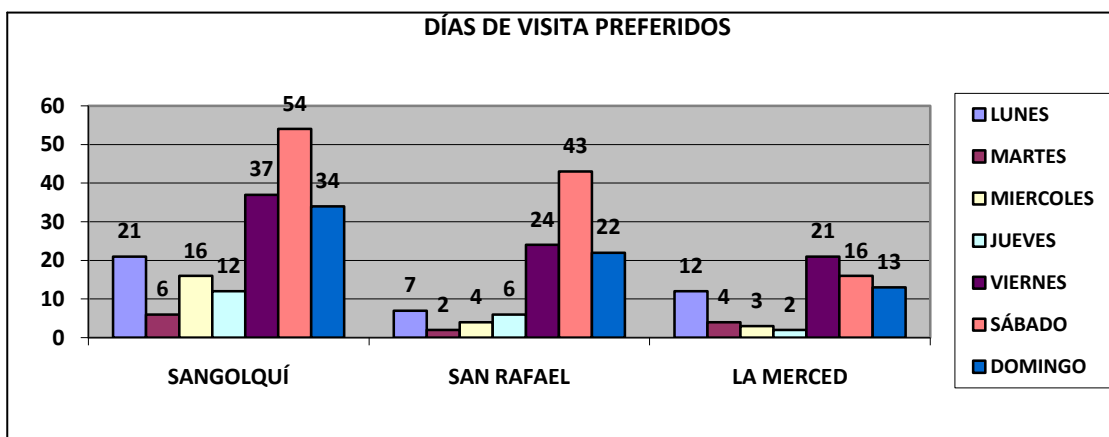
El 5.5% el día jueves

El 6% el día miércoles

El 11% el día lunes

El 3.5% el día martes

GRÁFICO No 16



FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

### 3.4. Análisis de La Demanda

La demanda para este proyecto es la cantidad de personas de la tercera edad que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un determinado precio.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”<sup>9</sup>.

La demanda se refiere a las cantidades de un producto o un servicio que el consumidor está dispuesto a comprar a los posibles precios del mercado”<sup>10</sup>.

#### **Sistema Común de Ponderación para Respuestas de Intención de Compra de los Servicios**

Para el análisis de la demanda se considerara los siguientes clientes potenciales del proyecto:

- La Merced
- Sangolquí
- San Rafael

“**Demanda:** Curva ó tabla que muestra qué cantidad de un bien ó servicio será demandada a diferentes precios posibles.”<sup>11</sup>

“La demanda de la empresa es la participación de la compañía en la demanda de mercado”<sup>12</sup>.

La oferta y demanda se han incrementado, la viabilidad mejora, la ciudad progresa, ajustándose obligadamente a las preferencias y comportamiento del consumidor que cada vez se torna más exigente.

---

<sup>9</sup> Baca Urbina, Gabriel, (2003:17), Evaluación de Proyectos.

<sup>10</sup> Fischer, Laura, (2004:180) Mercadotecnia.

<sup>11</sup> Kinnear Thomas/James R. Taylor, (2005),” Investigación de mercados Un enfoque aplicado”, Quinta edición, Mc Graw Hill.

<sup>12</sup> Idem

### 3.4.1. Comportamiento histórico de la demanda

TABLA No. 5 POBLACIÓN ADULTO MAYOR.

AÑOS	PROBLACIÓN ADULTO MAYOR EN CLIENTES POTENCIALES	PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO
2001	5554	4.09%
2002	5781	4.09%
2003	6017	4.09%
2004	6263	4.09%
2005	6519	4.09%
2006	6785	4.09%
2007	7063	4.09%
2008	7351	4.09%
2009	7652	4.09%

FUENTE: MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI Y DEL INEC 2001  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

En el período 2001 – 2007 la población del adulto mayor en la parroquia de Sangolquí, San Rafael y La Merced presentan un crecimiento progresivo, esta tendencia es razonable, lógicamente como indicamos anteriormente, porque la ciudad ha avanzado en infraestructura y medios con el paso de los años, ha acogido a familias de la ciudad de Quito, que han optado por habitar en este lugar por las características de la parroquia, así como también, por prestar todas las facilidades y servicios que la comunidad requiere.

Según información obtenida del Ilustre Municipio de Rumiñahui, la tasa de crecimiento poblacional en el cantón es de 4.09 %, porcentaje que es aplicado para el cálculo de la proyección de la demanda, basado en los datos del censo poblacional y vivienda elaborado en el 2001.

### 3.4.2. Cálculo de la Demanda

Según información proporcionada por el INEC, la proyección de la población por sobre los 65 años, hasta el año 2009 asciende a 7652 personas que representa el universo de este proyecto, el cuál fue multiplicado por el índice de aceptación real del 62%, que es la suma los porcentajes de la pregunta 5, esto se estima que los que los que acudirán de acuerdo al 41% +21% aproximado que podríamos captar de las personas que probablemente acudirían al centro , obteniendo un resultado de 4744 personas de la tercera edad que comprarían el servicio recreacional en un año.

TABLA No 6		
DEMANDA AÑO 2010		
PERSONAS	PORCENTAJE	RESULTADO
7.652	62%	4.744

FUENTE: Jeffrey L.,Pope Investigación de Mercado, Pág., 163.  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Luego de haber realizado la escala de intención de compra se obtuvo que del universo de 7652 personas que realmente comprarían el servicio recreacional serían de 4744 personas al año, y para determinar el número de veces que éstas 4744 personas acudirían al año se procedió de la siguiente manera:

Tomando los resultados de la pregunta No. 7 de la encuesta que indaga acerca del rango de visita de los potenciales usuarios del Centro de Recreación es decir que las personas que manifestaron acudir, por lo que el rango de 1 a 2 se seleccionan los rangos menores (1/3/5) para con ello sacar el número de veces que los adultos mayores acudirían por año, siendo este 129.792 veces.

TABLA No 7

VECES POR AÑO QUE ACUDIRÍAN LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD						
RANGO DE VISITA	Nº DE VECES QUE ACUDIRÍA AL MES	MESES	Nº VECES POR AÑO	% DE ACEPTACIÓN DE ASISTENCIA	Nº PERSONAS QUE ACUDIRÍAN	Nº DE VECES QUE LAS PERSONAS ACUDIRÍAN
DE 1 A 2 DIAS	1	12	12	55%	2.609	31.308
DE 3 A 4 DIAS	3	12	36	26%	1.234	44.424
DE 5 A MAS	5	12	60	19%	901	54.060
<b>TOTALES</b>				<b>100%</b>	<b>4.744</b>	<b>129.792</b>

FUENTE: Jeffrey L.,Pope Investigación de Mercado, Pág., 163.  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

De la pregunta No. 4 de la encuesta se obtuvo que el 55% de las personas cuentan con un promedio de 5 dólares de presupuesto diario por persona de la tercera edad para acudir al centro recreacional, este resultado se va utilizar para obtener el valor de la demanda para el año base y luego poder proyectar para los siguientes años, y está calculado de la siguiente manera:

Los 5 dólares de presupuesto se multiplican para el número de veces que las personas están dispuestos a visitar el Centro Recreacional en el año, obteniendo un promedio de ingresos anuales que se verifica en el siguiente análisis.

**TABLA No 8**  
**VOLUMETRIZACIÓN DEL MERCADO Y OBTENCIÓN DE LA DEMANDA AÑO BASE**

<b>NÚMERO DE VECES DE VISITA</b>	<b>PRECIO POR VISITA INSTALACIONES</b>	<b>TOTALES</b>
31.308	5	156.540,00
44.424	5	222.120,00
54.060	5	270.300,00
	<b>TOTALES</b>	<b>648.960,00</b>

FUENTE: Jeffrey L.,Pope Investigación de Mercado, Pág., 165  
 ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Finalmente se obtiene 648.960,00 dólares, valor que servirá como base para proyectar la demanda para los siguientes años del mismo.

### **3.4.3. Demanda actual del servicio.**

La población del adulto mayor en Sangolquí, San Rafael y La Merced según los datos obtenidos del I.N.E.C. 2001 asciende a un total de 7652 personas comprendidas desde los 65 años hasta 95 años y más. Considerando la tasa de crecimiento poblacional del cantón que es 4.09%, la demanda actual del servicio es de:

**TABLA No 9**

<b>AÑOS</b>	<b>PROBLACIÓN ADULTO MAYOR EN CLIENTES POTENCIALES</b>	<b>PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO</b>
2009	7652	4.09%
2010	7965	4.09%
2011	8291	4.09%
2012	8630	4.09%
2013	8983	4.09%
2014	9350	4.09%
2015	9732	4.09%

FUENTE: INVESTIGADORA  
 ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Esta población de 7652 es un estimado hasta el 2009 ya que el último censo realizado en el país fue en el 2001 por lo que no existen datos reales del INEC, lo que nos proporcionan es un aproximado por el porcentaje de crecimiento demográfico.

Esta población desatendida por naturaleza, requiere de soluciones inmediatas; que esperan una solución inmediata a los problemas presentados para atención a las personas de la tercera edad.

### 3.5. La Oferta

“La función de la oferta o curva de la oferta, de un bien o servicio, muestra su relación entre su precio de mercado y la cantidad de ese bien, que los productores o inversionistas están dispuestos a producir o prestar estos servicios y vender, manteniendo el resto constante”<sup>13</sup>

La presencia de la competencia o de empresas que presten iguales características incidirá significativamente en las expectativas del servicio. Se presentan barreras de entrada para la conformación de una empresa, que impiden la consolidación del proyecto.

En el estudio realizado, existen empresas que prestan servicios similares en el sector, algunas de ellas son constituidas como Hogares de albergue y reposo, otras empresas están conformadas como salas de relajamiento de la modalidad “ S.P.A” pero abierto al público de toda edad, y no disponen de salas de juegos y recreación, la información de la competencia se obtuvo por investigación de campo, recorriendo los lugares físicos y entrevistándose con los propietarios.

#### 3.5.1. Clasificación de la oferta

1) “**Monopolio.-** Es el único vendedor de un determinado bien ó servicio en el mercado, al que no es posible la entrada de otros competidores.”<sup>14</sup>

2) “**Oligopolio.-** Mercado en el que hay un número reducido de productores. Se caracteriza por la interdependencia mutua entre los productores.”<sup>15</sup>

3) “**Competencia perfecta.-** Mercado con muchos compradores y vendedores, en el cual ningún comprador ó vendedor individual ejerce influencia (decisiva sobre el precio). Es decir compradores y vendedores son aceptadores de precios y existe un perfecto conocimiento de las condiciones generales del mercado.”<sup>16</sup>

El proyecto de estudio corresponde a un oligopolio, por cuanto el mercado se encuentra o unos cuantos productores, o prestadores de servicios, quienes determinan la oferta y el

---

<sup>13</sup> Samuelson Nordhaus, Economía, (2005:190), Décima Octava Edición, Mc Graw Hill.

<sup>14</sup> Karl E. Case/Ray C. Fair,( 2007:80), Principios de microeconomía, Pearson Educación, Octava edición,

<sup>15</sup> Idem.

<sup>16</sup> Idem.

precio, existen centros de la modalidad S.P.A. En el mercado y Hogares de reposo, que ofrecen servicios similares pero no integrados.

**a) Innovación.-** Es importante en este tipo de empresa, prestar servicios con equipos diferenciados como en la sala de terapia, tinas de hidromasaje dotadas de pinzas para levantar una camilla, las mesas de cafetería diseñadas para adultos mayores dependientes, una bicicleta bajo el agua para fortalecer las piernas, representan iniciativas que marcarán ventajas para la competencia.

Servicios innovadores como la atención temporal a un adulto mayor dependiente y el aceptar construir relaciones afectivas con personas del sexo opuesto al interior del centro, son factores atractivos para los usuarios. (Adultos mayores).

Los Hogares que se encuentran en el sector, no disponen de este tipo de equipos, ni de servicios para ofrecer al público.

#### **b) Ingreso de nuevos competidores**

La naturaleza propia y la personalidad del adulto mayor como, sus caprichos por ciertas preferencias, posesivos por sus pertenencias y objetos personales, territoriales al extremo cuando se intenta cambiarles de su lugar habitual, el olor característico que poseen de la ropa y de su cuerpo, el seguimiento de las dietas que consumen, el hecho de servirles en la boca por parte del cuidador, su aspecto físico a veces deteriorado, sus limitaciones para abotonarse y vestirse (dependientes), las complicaciones para el cuidador al transportarlo de un lugar a otro por su peso e inmovilidad (dependientes), agresividad en ocasiones cuando se sienten amenazados, impedimento en masticar ó digerir los alimentos, son barreras de entrada para que otras empresas incursionen en este tipo de empresa, a ciertas personas emprendedoras de negocios, no les agradaría mantener contacto permanente con este tipo de usuarios (adultos mayores), por lo antes indicado.

#### **3.5.2. Factores que afectan a la oferta**

Se cuenta con la presencia en el sector de Hogares de albergue permanentes y de centros de recreación para todo tipo de edad, pero no prestan los mismos servicios de este centro.

#### **c) Conocimiento del manejo de la empresa.**

Como citamos anteriormente, para emprender este tipo de empresa, hay que tener vocación y poseer gran sentido de humanidad para compartir actividades con ellos, aparte de que hay que contar con los conocimientos necesarios y técnicos para el cuidado directo y manejo de los segmentos del mercado, en este caso de los adultos mayores.



#### **d) Capacidad de inversión fija**

El proyecto requiere de financiamiento para afrontar los requerimientos de la inversión fija, los equipos son identificados y listados en el estudio de ingeniería del proyecto y por ende es prioritario contar en el centro con equipos para terapia, equipos informáticos, equipos médicos.

Es fundamental también el mobiliario, como mesas, sillas, perchas, vitrinas, cómodas, escritorios, sillones.

Para la administración y calidad en el servicio se necesitará electrodomésticos, equipos de comunicaciones, equipos de oficina.

Para la atención al usuario, vehículos pequeños tipo “Landlex”, sillas de ruedas, muletas, bastones, utensilios de cocina.

#### **e) Precio de servicios relacionados**

En el mercado de Sangolquí, la única institución que presta cuidado y atención temporal al adulto mayor es el “Hogar la Esperanza”, (institución militar), no existe en el sector, otro organismo recreacional diseñado específicamente para este segmento de mercado. Los S. P. A (centros de relajamiento) que prestan sus servicios en la parroquia, no disponen del mobiliario para juegos recreativos, se dedican exclusivamente a tratar terapias corporales. El Hogar “La Esperanza” recauda diariamente \$ 5 dólares por cada uno de los usuarios en tránsito y el S.P.A. privilegio recauda como mínimo \$ 15 dólares por una limpieza facial ó un masaje.

Como ya se comentará más adelante, la estrategia a aplicarse en los precios, será la de valor por paquete, donde el usuario pagaría por un grupo de servicios, más barato que si comprase en forma individual

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

Únicamente, los datos históricos de la creación de Hogares es lo que se dispone como información en el Municipio del cantón Rumiñahui, todos ubicados en el sector urbano y la mayoría de carácter privado, se registran 8 Hogares de albergue desde 1993.

El tema de estudio, es una innovación a implantar e implementar en el sector, ya que no existen en la Merced pero si en Sangolquí, y San Rafael.

#### **3.5.3. Oferta Actual del servicio**

Los Hogares y los S.P.A. que se encuentran en el sector, se asientan en el área urbana. Según información del municipio del cantón Rumiñahui, la oferta actual (competencia) a pesar de no prestar los servicios integrados ni diferenciados como este proyecto de estudio, se detalla a continuación:

**CUADRO No.1**

**OFERTA ACTUAL**

**CENTROS DE CIUDADO**

HOGAR	TIPO	SC.	DIRECCION	FONO	CAPACIDAD	PARROQUIA
San Ignacio de Loyola	Estatal	Urbano	Cashapamba		31	Sangolquí
San Rafael	Privado	Urbano	Av. Progreso 1976	2861964	20	San Rafael
Hogar La Esperanza	Militar	Urbano	Av. Gral. Aurelio Naranjo y Av. Gral. Enríquez	2861 874	105 Planta 35 Tránsito	San Rafael
Ancianato Vilcabamba	Privado	Urbano	Av. Progreso junto a exfab. del Progreso	2861758	24	Sangolquí
Hogar Brazos Abiertos	Privado	Urbano	Av.Mariana de Jesus s/n	2864730	50	
Hogar Copitos de Nieve	Privado	Urbano	Pje. Galo González y Av. San Lu	n/d	n/d	San Rafael
San Fernando del Valle	Privado	Urbano	Quito s/n y Av Mariana de Jesús	2861619	8	Conocoto
Hogar Ghandy	Privado	Urbano	Av. Luis Cordero	2863948	25	Conocoto
S.P.A Stampa	Privado	Urbano	Urb. Playa Chica	n/d	n/d	San Rafael
S.P.A Privilegie	Privado	Urbano	Urb. San Jose( Club de Of. Ejer	n/d	n/d	Sangolquí

FUENTE: INVESTIGADORA

ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Al momento, son atendidos 400 adultos mayores, en los 8 centros de albergue, según información obtenida por investigación de campo, siendo que se coloca un estimado de 34 personas en los lugares que no quisieron otorgar información.

### 3.5.4. Proyección de la Oferta

TABLA No 10

AÑOS	POBLACION DE CANTONES	% POBLACIÓN ADULTO MAYOR	POBLACION ADULTO MAYOR OFERTA-
2009	400	4.09%	16
2010	416	4.09%	17
2011	433	4.09%	18
2012	451	4.09%	18
2013	469	4.09%	19
2014	488	4.09%	20
2015	508	4.09%	22

FUENTE: INVESTIGADORA

ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Se estima este porcentaje (4.09%) para la proyección de la oferta, porque de acuerdo a información obtenida del Municipio del cantón Rumiñahui, el 4.09% de la población (potenciales consumidores del servicio) del adulto mayor.

Para establecer la demanda insatisfecha se debe establecer un programa de demanda “Una tabla que muestra cuanto de un determinado producto o servicio, estaría dispuesto a comprar una familia a diferentes precios”<sup>17</sup>

### **Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Demanda insatisfecha: Demanda – Oferta

AÑOS	PROBLACIÓN DEMANDA	PROBLACIÓN OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	7652	400	7252
2010	7965	416	7549
2011	8291	433	7858
2012	8630	451	8179
2013	8983	469	8514
2014	9350	488	8862
2015	9732	508	9224

FUENTE: INVESTIGADORA  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

Como se puede observar el proyecto es atractivo por el volumen de usuarios que no son atendidos.

### **3.6. Programa de Marketing Eficaz.**

Un programa de marketing eficaz “fusiona todos los elementos de la mezcla del marketing en un programa coordinado, diseñado para alcanzar los objetivos del marketing de la empresa”.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Karl E. Case/Ray C. Fair,( 2007), Principios de microeconomía, Pearson Educación, Octava edición,

<sup>18</sup> Kotler Philip/Gary Armstrong,(2007), Fundamentos de Marketing, Sexta edición Pearson educación.

CUADRO No.2

LAS 4 PS DE LAS MEZCLA DE MARKETING.		
<b>PRODUCTO</b>		<b>PRECIO</b>
Variedad de productos o servicios de calidad, diseño, características, marca envase servicio		Precio de lista de descuentos, complementos, periodos de pago, condiciones de crédito.
	<b>CLIENTES META</b>	
	<b>POSICIONAMIENTO BUSCADO.</b>	
<b>PROMOCION</b>		<b>PLAZA</b>
Publicidad, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas.		Canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte, logística.

FUENTE: LIBRO DE FUNDAMENTOS DE MARKETING DE PHILIP KOTLER  
ELABORADO POR: INVESTIGADORA

### 3.6.1. El producto o Servicio

El servicio se basa en atención transitoria al adulto mayor, tanto auto valente (que puede valerse por sí mismo) como dependiente (que tiene limitaciones). Para el ingreso de los usuarios, adultos mayores, se deben someter a una valoración geriátrica integral compuesta por un médico, un psicólogo y una trabajadora social, los mismos que después de la evaluación, decidirán los que se encuentren idóneos para el ingreso.

El servicio no se constituye en un Hogar de reposo y albergue, su diferenciación esta en brindar atención de recreación, entretenimiento, relajación, de carácter temporal (del día).

El ingreso será aceptado únicamente para el personal de adultos mayores, no será permitido el ingreso para el personal de otras edades.

Para tal efecto analizaré la parte comercial “El objetivo de la investigación del análisis comercial es la estimación del nivel de ventas y rentabilidad del producto o servicio. Dos importantes técnicas empleadas a propósito son las pruebas de mercadeo y el mercado de prueba simulada, que generalmente se lleva a cabo en un ambiente de laboratorio.”<sup>19</sup>

El canal que se utilizará en el servicio es un canal directo (productor–consumidor), centralizado en el espacio físico en que se ubicará el centro.

<sup>19</sup> Kinnear Thomas/James R. Taylor, (2005:389),” Investigación de mercados Un enfoque aplicado”, Quinta edición, Mc Graw Hill.

Se establecerá un contacto personal, entre el cuidador y el adulto mayor.

### **Estrategias de Servicio**

- Capacitar a los miembros de la empresa en dar una atención personalizada, respetuosa y amable con los usuarios, como filosofía de la corporación.
- Proporcionar a los empleados un sistema de recompensas por su buen desempeño en el servicio, el mejor empleado del mes, percibe una contribución económica ó un día de vacaciones.
- Proponerse metas en la organización como una “campana cero defectos y 100 % de satisfacción” ó “un servicio libre de fallas ¡Haga lo correcto la 1era. vez!, para que se cumpla es importante otorgar empowerment a los empleados, delegar funciones, trabajar en equipo, a fin de que tomen decisiones en casos de contingencia.
- Hacer un mapa de la evidencia física del servicio. En vista de que a los usuarios les agrada valerse por sí mismos y no depender de ningún empleado para que le asista porque se siente inútil, a la entrada del centro se debe elaborar un mapa ó esquema del servicio, donde se muestre la ubicación de las instalaciones, leer las instrucciones, obstáculos, puntos de interacción con empleados, se agrega fotografías para mejorar la apreciación.
- Fomentar el servicio al cliente, la persona encargada de recepción y todos los miembros, deben construir buenas relaciones con el usuario, el buen servicio incluye responder preguntas, seguimiento de llamadas, tomar pedidos, manejo de reclamaciones, regularmente gratuitas.
- El horario de atención será flexible en el centro, se atenderá al público desde las 09:00 hasta las 18:00 horas, desde el día Martes hasta el día Domingo.
- La diferenciación como parte del posicionamiento estratégico, seremos los únicos que ofreceremos el servicio de baño y cuidado directo al adulto mayor dependiente y la posibilidad de aceptar relaciones afectivas entre 2 personas del sexo opuesto.

### **3.6.2. Precios**

#### **Análisis del precio en el Servicio.**

“El precio de un bien o servicio, que tiene oferta fija, queda determinado exclusivamente por lo que las empresas y familias están dispuestas a pagar por el bien”<sup>20</sup>

Determinar un precio razonable en la prestación de este tipo de servicio, es muy importante, porque hay que considerar, las insuficientes pensiones que impiden a los

---

<sup>20</sup> Karl E. Case/ Ray C. Fair, (2007:234), Principios de Microeconomía: Octava edición

jubilados alcanzar una calidad de vida digna, el incremento de precios de los últimos meses, alcanzando en marzo del 2008 una variación de precios de 6.56% (inflación) y la forma de pago, contribuyendo en ocasiones entre varios hijos para satisfacer las necesidades de su ser querido (adulto mayor), por lo que en base a estrategias de mejora de servicios, de precios bajos, alcanzaremos satisfacer al cliente desprotegido.

### **Estrategias de Precios.**

Como se observará en la encuesta, se planteó a los familiares un precio para el ingreso a las salas de juegos y otro precio para el ingreso a las salas de terapia, investigación donde podemos apreciar que la reacción del público ante el precio es muy importante. Pero la calidad del servicio es mucho más relevante. Con este antecedente, se deduce que la estrategia más adecuada para el cobro de las salas de recreación es el precio por paquete porque “significa un precio y vender servicios en conjunto en vez de individualmente, los paquetes simplifican al cliente y al empresario la compra y el pago.

Es decir pagaría un solo precio por el paquete de obtener los servicios de talleres ocupacionales, almuerzo, salas de juegos, visita al parque ecológico, visitar la Iglesia, otras más.

Por otro lado, la estrategia más adecuada para el cobro de las salas de terapia, es la fijación de precios complementarios, porque en este caso, se ofrece un “servicio base que se relaciona con otros servicios periféricos necesarios para continuar utilizando el servicio.

Es decir pagaría inicialmente con un precio gancho el servicio de limpieza facial con hidratación, para luego relacionarlo con el tratamiento facial que son 5 sesiones con un costo más alto.

### **3.6.3. Promoción**

Para efectos de este propósito es necesario que la empresa, se apoye en la promoción del servicio para difundir y hacer conocer sus modalidades y cualidades como servicio.

#### **Estrategia de promoción**

Las estrategias de promoción a aplicarse son las siguientes:

- Recompensas para los clientes. Como incentivo para estimular a los consumidores del servicio, se concederá la primera visita a las salas de juegos y recreación gratis (después de la valoración) para que superen el temor de los precios altos y conozcan el centro.
- Promoción en ventas. Se destaca también el cobro de precios por paquete porque pagan un precio menor que si los pagarían individualmente en el caso de las salas de recreación.

- La publicidad se apoyará en los medios de comunicación disponibles en el sector como el canal 40 “identidad”, la radio super “k”, el periódico revista inti del valle, la revista infórmate valle para informar los servicios ofrecidos a la comunidad.
- Otra herramienta de difusión, será los trípticos que se distribuirán en los centros comerciales (River Mall, San Luís, Todo Hogar), en los hospitales y en todos los lugares donde se tome contacto con los familiares y los adultos mayores.
- La creación de una buena imagen del centro, se construirá con buenas relaciones con el público (relaciones públicas) con el adulto mayor, atender con una impecable presentación, reaccionar ante sus requerimientos con compromiso y vocación de servicio es un importante medio de promoción.

#### **3.6.4. Plaza**

##### **Estrategias de plaza**

El centro estará ubicado en el Parroquia la Merced, Barrio el Curiquingue, dentro del área rural, en una calle empedrada, paralela a la avenida principal, donde se encuentra el estadio de la Merced, permitiendo el fácil acceso de cualquier tipo de vehículo hasta las instalaciones.

A 700 metros de las instalaciones transitan buses urbanos, bicicletas, taxis que facilitarían la movilización de los usuarios (adultos mayores) al centro recreacional.

Se contratará el servicio de 2 busetas pequeñas que realizarán el recorrido al norte y al sur de Sangolquí que permitirán una entrega confiable y segura de los usuarios en el centro de la ciudad, y en su domicilio.

La distribución física del interior del centro está diseñada con senderos de cemento, lo suficientemente anchos para que transiten los usuarios con sillas de ruedas ó conduciendo vehículos pequeños tipo “Landlex”, para los adultos mayores dependientes especialmente, el piso será plano, dotado de rampas, evitando construir en las vías, gradas u obstáculos que dificulten el libre tránsito de los usuarios ó caídas que atenten contra la salud. Los símbolos y señales en los comedores, vías interiores, salas de juego comunican reglas de comportamiento y prestan mayor funcionalidad.

No se requiere almacenar gran cantidad de inventarios para ningún tipo de existencia, en vista de disponer muy cerca del centro, el mercado de Sangolquí donde se comprará los víveres a diario para el comedor.

### **3.7. Estrategias Competitivas**

Las estrategias competitivas que se aplicaran en el CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO PARA ADULTOS MAYORES “DULZURA”, Ha surgido por la necesidad de sus dueños de ser independientes económicamente, entregar atención profesional a los ancianos y generar fuentes de empleos adicionales a los habitantes de la Parroquia la Merced, Sangolquí y San Rafael, como manera de contribuir al desarrollo económico del mismo.

Fue a partir del año 2009 cuando se crea la necesidad de este estudio para la factibilidad con el objetivo de crear UN CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO PARA ADULTOS MAYORES “DULZURA”

Considero que se debe destacar que los socios con la creación de esta empresa buscan brindar un servicio de mejor calidad y atención personalizada, que el que ofrecían las empresas establecidas en ese momento.

Con estos antecedentes, las estrategias competitivas de un buen servicio de calidad y atención oportuna acompañada de precios que a la empresa puedan:

- Reducir los costos operativos.
- Relaciona la empresa con su entorno.
- Garantiza su éxito continuo.
- Protección de la empresa de las sorpresas.
- Establecer su posición competitiva.
- Mantener la empresa al ritmo de las complejas tendencias del mercado
- Reorientar la empresa hacia una producción de servicios observando mayor valor agregado.
- Reducción del daño al ambiente.



## CAPÍTULO 4: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

### 4.1 Inversiones

La inversión del proyecto requiere realizar el estudio de factibilidad para tener un desarrollo normal en su funcionamiento económico, administrativo y operativo.

En los siguientes cuadros se explica la inversión que necesita el proyecto:

**TABLA No 11**

INVERSIONES	
EQUIPOS DE COMPUTACION	3.000,00
EQUIPO MEDICO	25.000,00
MUEBLES Y ENSERES	2.000,00
TERRENO	50.000,00
EDIFICIO	19.000,00
ADECUACIONES	10.000,00
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>109.000,00</b>

Estas inversiones fijas garantizan la operación del proyecto las cuales se han analizado las más óptimas para el inicio del mismo. Teniendo así equipos de computación, equipo médico, muebles y enseres los cuales son necesarios para el funcionamiento y servicio mejorado del centro. Otras inversiones fijas son terreno, edificio y adecuaciones, las cuales determinan el aspecto físico del centro recreacional el cual deberá ser cómodo, cálido y acogedor.

**TABLA No 12**

GASTOS DIFERIDOS	VALOR EN US.
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.000,00
GASTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO	600,00
GASTO DE SELECCIÓN DE PERSONAL	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.600,00</b>

Estas inversiones diferidas necesita el proyecto para que sea colocado en marcha. Los cuales se han tomado principalmente gastos de constitución que son los valores que se necesitarán para crear legalmente del centro, gastos de investigación del mercado, los

cuales nos sirvieron para análisis y validación de que el centro pueda ser rentable y gastos de selección de personal los mismo que prestaran servicio al cliente durante la etapa preliminar mientras se culminan algunas obras definitivas.

**TABLA No 13**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>VALOR EN US.</b>
GASTOS DE PERSONAL	9.000,00
GASTOS INSUMOS	1.000,00
SERVICIOS BASICOS	1.000,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	2.000,00
MISCELANEOS	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>14.000,00</b>

Estos gastos forman parte de la inversión orientada a financiar los egresos correspondientes a adquisición de insumos, pagos de servicios básicos, pagos de personal entre otros que prácticamente es la razón de ser del proyecto

**TABLA No 14**

<b>ITEMS</b>	<b>RESUMEN INVERSIONES</b>
INVERSION FIJA	<b>109.000,00</b>
GASTOS DIFERIDOS	<b>2.600,00</b>
CAPITAL DE TRABAJO	<b>14.000,00</b>
INVENTARIO INSUMOS	<b>3.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>128.600,00</b>

En la tabla de resumen de las inversiones tenemos los totales de inversión fija por un valor de \$ 109.000,00, en gastos diferidos un valor de \$2.600,00, capital de trabajo \$14.000,00 y por último en inventario de insumos \$3.000,00. Obteniendo así un total \$ 128.600,00.

#### **4.2 Ingresos Proyectados**

Para los ingresos proyectados en el proyecto se tomará los datos del estudio de mercado con un incremento anual del 3% del análisis correspondiente.

**TABLA No 15**

<b>VECES POR AÑO QUE ACUDIRÍAN LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD</b>						
<b>RANGO DE VISITA</b>	<b>N° DE VECES QUE ACUDIRÍA AL MES</b>	<b>MESES</b>	<b>N° VECES POR AÑO</b>	<b>% DE ACEPTACIÓN DE ASISTENCIA</b>	<b>N° PERSONAS QUE ACUDIRÍAN</b>	<b>N° DE VECES QUE LAS PERSONAS ACUDIRÍAN</b>
DE 1 A 2 DIAS	1	12	12	55%	2.609	31.308
DE 3 A 4 DIAS	3	12	36	26%	1.234	44.424
DE 5 A MAS	5	12	60	19%	901	54.060
<b>TOTALES</b>				<b>100%</b>	<b>4.744</b>	<b>129.792</b>

La tabla nos indica el número de veces que acudiría el cliente escogiendo el promedio de rango de visitas y aceptando el promedio de asistencia al centro, lograría un total de visitar de 129.792.

**TABLA No 16**

<b>NÚMERO DE VECES DE VISITA</b>	<b>PRECIO POR VISITA INSTALACIONES</b>	<b>TOTALES</b>
31.308	5	156.540,00
44.424	5	222.120,00
54.060	5	270.300,00
<b>TOTALES</b>		<b>648.960,00</b>

Sí a este número de visitas se le multiplica por el valor de un paquete mínimo de \$ 5, sumaría un total de \$ 648.960,00.

**TABLA No 17**

**PRESUPUESTO DE INGRESOS**

DETALLE	REFERENCIA	PRECIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VISITAS</b>							
AÑO 1	129.792	5,00	648.960,00				
AÑO 2	130.181	5,50		715.995,50			
AÑO 3	130.572	6,00			783.432,00		
AÑO 4	130.964	6,50				851.266,00	
AÑO 5	131.357	7,00					919.499,00
<b>ALIMENTACION</b>							
AÑO 1	25.968	2,50	64.920,00				
AÑO 2	26.036	2,80		72.900,80			
AÑO 3	26.114	3,00			78.342,00		
AÑO 4	26.193	3,20				83.817,60	
AÑO 5	26.271	3,50					91.948,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>713.880,00</b>	<b>788.896,30</b>	<b>861.774,00</b>	<b>935.083,60</b>	<b>1.011.447,50</b>

Tomando la referencia de partida por un inicio de 129.792 visitas realizando un incremento anual de 3% por los 5 primeros años y colocando el precio base de \$5 con un incremento de \$ 0.50 anuales igual por los 5 primeros años.

En la alimentación el centro dará una alimentación al cliente sea esta desayuno o almuerzo, tomando en cuenta que no todos los clientes desearán este servicio se opta por la quinta parte del total de las visitas que desde el primer año acuden, optando así un incremento de \$0.20 a \$0.30 ctvs. anuales. Obteniendo así un total de \$1.011.447,50

### **4.3 Costos y Gastos Proyectados**

Los costos y gastos que están inmersos en el proyecto, son los que se utilizarán en el desarrollo del centro por lo tanto al ser una empresa de servicios los costos están como parte de los gastos de administración y ventas, presento el análisis correspondiente.

**TABLA No 18****PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS Y GASTOS</b>					
SUELDOS	217.092,00	238.801,20	262.681,32	288.949,45	317.844,40
GASTOS OPERATIVOS CENTRO DE RECREACION	194.688,00	214.798,65	235.029,60	255.379,80	275.849,70
COSTOS ALIMENTOS	45.444,00	51.030,56	54.839,40	58.672,32	64.363,95
MISCELANEOS	7.138,80	7.888,96	8.617,74	9.350,84	10.114,48
DEPRECIACIONES	7.450,00	7.450,00	7.450,00	7.450,00	7.450,00
AMORTIZACIONES	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>472.332,80</b>	<b>520.489,37</b>	<b>569.138,06</b>	<b>620.322,41</b>	<b>676.142,52</b>
GASTOS FINANCIEROS					
<b>INTERESES PRESTAMO</b>	<b>1.228,07</b>	<b>1.011,43</b>	<b>767,32</b>	<b>492,24</b>	<b>182,27</b>
<b>TOTAL GENERAL COSTOS GASTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS</b>	<b>473.560,87</b>	<b>521.500,81</b>	<b>569.905,38</b>	<b>620.814,65</b>	<b>676.324,80</b>

Se puede observar que en la tabla los gastos detallados desde el primer hasta el quinto año son estándares, y no sufren grandes modificaciones o aumentos, así consta como por ejemplo en los sueldos donde existe un incremento del 10% anual. De la tabla de presupuesto de ingresos escogemos el número de las visitas sacando el 30% para obtener los gastos operativos. De igual forma para los costos de alimentación se escoge el valor sacando el 70%.

**TABLA No 19****RESUMEN**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS FIJOS</b>	225.062,00	246.771,20	270.651,32	296.919,45	325.814,40
<b>COSTOS VARIABLES</b>	248.498,87	274.729,61	299.254,06	323.895,19	350.510,40
<b>TOTALES</b>	<b>473.560,87</b>	<b>521.500,81</b>	<b>569.905,38</b>	<b>620.814,65</b>	<b>676.324,80</b>

En resumen se obtiene para costos fijos la suma de sueldos, depreciaciones y amortizaciones. Para costos variables se resta el total de costos y gastos menos costos fijos, y así da como resultado los valores de cada año.

**TABLA No 20**

**ANEXO 1**

<b>GASTOS EN SUELDOS DEL PERSONAL DEL CENTRO DE RECREACIÓN Y DESCANSO EN EL PRIMER AÑO</b>										
<b>CARGO</b>			<b>SUELDO UNIFICADO</b>		<b>13 SUELDO</b>	<b>14 SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>F. RESERVA</b>	<b>A.</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
			<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>					<b>PATRONAL ANUAL</b>	
GERENTE	1	1.000,00	1.000,00	12.000,00	1.000,00	240,00	500,00	-	1.458,00	15.198,00
SECRETARIA	1	400,00	400,00	4.800,00	400,00	240,00	200,00	-	583,20	6.223,20
CONTADOR	1	500,00	500,00	6.000,00	500,00	240,00	250,00	-	729,00	7.719,00
TESORERO	1	400,00	400,00	4.800,00	400,00	240,00	200,00	-	583,20	6.223,20
TRABAJADORES SOCIALES	3	500,00	1.500,00	18.000,00	1.500,00	720,00	750,00	-	2.187,00	23.157,00
PSICOLOGO	3	500,00	1.500,00	18.000,00	1.500,00	720,00	750,00	-	2.187,00	23.157,00
MEDICOS GENERALES	3	600,00	1.800,00	21.600,00	1.800,00	720,00	900,00	-	2.624,40	27.644,40
ENFERMERAS	3	400,00	1.200,00	14.400,00	1.200,00	720,00	600,00	-	1.749,60	18.669,60
AUXILIAR DE ENFERMERIA	5	320,00	960,00	11.520,00	960,00	1.200,00	480,00	-	1.399,68	15.559,68
TERAPISTA ESTETICO	2	400,00	1.200,00	14.400,00	1.200,00	480,00	600,00	-	1.749,60	18.429,60
TERAPISTA OCUPACIONAL	2	500,00	1.500,00	18.000,00	1.500,00	480,00	750,00	-	2.187,00	22.917,00
ATENCIONAL CLIENTE	3	400,00	1.200,00	14.400,00	1.200,00	720,00	600,00	-	1.749,60	18.669,60
SERVICIOS GENERALES	4	280,00	840,00	10.080,00	840,00	960,00	420,00	-	1.224,72	13.524,72
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>6.200,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>168.000,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>7.680,00</b>	<b>7.000,00</b>		<b>20.412,00</b>	<b>217.092,00</b>

**TABLA No 21**

<b>RESUMEN DE SUELDOS POR AÑOS</b>	<b>INCREMENTO DEL 10% SOBRE LA BASE</b>
AÑO 1	217.092,00
AÑO 2	238.801,20
AÑO 3	262.681,32
AÑO 4	288.949,45
AÑO 5	317.844,40

En esta tabla se resume los valores de los 5 primeros años de los sueldos correspondientes a cada empleado con un incremento del 10% anual.

**TABLA No 22**

<b>TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO</b>	
<b>CALCULO DEL PAGO DE CAPITAL E INTERESES</b>	
CAPITAL A FINANCIAR	11.000,00
TIPO DE INTERES NOMINAL ANUAL	12
PLAZO ANUAL	5
PERIODICIDAD	12
PERIODOS MENSUALES	60
PAGO MENSUAL *	110,00
	0,45
	244,69

$$R = (\text{CAPITAL} * \text{TASA INTERES}) / ((1 - (1 - \text{TASA INTERES})^N)$$

La amortización del préstamo corresponde a un valor de \$11.000, el cual se le tomó por 5 años saliendo un valor mensual de \$244.69, como se puede observar en la tabla a continuación el detalle mensual del pago mensual, de su interés, las cuotas de amortización y saldo de deuda:

**TABLA No 23**

PERIODOS DE PAGO	PAGO MENSUAL	INTERES 1% SOBRE SALDO	CUOTA DE AMORTIZACION CAPITAL	SALDO PRESTAMO	PERIODOS ANUALES PRINCIPAL	PERIODOS ANUALES INTERES	PERIODOS ANUALES	TOTALES
AL MOMENTO DE LA OPERACIÓN				11.000,00				
1	244,69	110,00	134,69	10.865,31				
2	244,69	108,65	136,04	10.729,28	1.708,19	1.228,07	1	2.936,27
3	244,69	107,29	137,40	10.591,88				
4	244,69	105,92	138,77	10.453,11	1.924,83	1.011,43	2	2.936,27
5	244,69	104,53	140,16	10.312,95				
6	244,69	103,13	141,56	10.171,39	2.168,95	767,32	3	2.936,27
7	244,69	101,71	142,98	10.028,42				
8	244,69	100,28	144,40	9.884,01	2.444,03	492,24	4	2.936,27
9	244,69	98,84	145,85	9.738,16				
10	244,69	97,38	147,31	9.590,86	2.753,99	182,27	5	2.936,27
11	244,69	95,91	148,78	9.442,08				
12	244,69	94,42	150,27	9.291,81				
13	244,69	92,92	151,77	9.140,04	AMORTIZACION DEL PRESTAMO		ACUMULADO	
14	244,69	91,40	153,29	8.986,75	PRESTAMO	11.000,00	11.000,00	
15	244,69	89,87	154,82	8.831,93	PRIMER PAGO	1.708,19	9.291,81	
16	244,69	88,32	156,37	8.675,56	SEGUNDO PAGO	1.924,83	7.366,97	
17	244,69	86,76	157,93	8.517,62	TERCER PAGO	2.168,95	5.198,02	
18	244,69	85,18	159,51	8.358,11	CUARTO PAGO	2.444,03	2.753,99	
19	244,69	83,58	161,11	8.197,00	QUINTO PAGO	2.753,99	0,00	
20	244,69	81,97	162,72	8.034,28				
21	244,69	80,34	164,35	7.869,94				
22	244,69	78,70	165,99	7.703,95				
23	244,69	77,04	167,65	7.536,30				
24	244,69	75,36	169,33	7.366,97				
25	244,69	73,67	171,02	7.195,95				
26	244,69	71,96	172,73	7.023,22				
27	244,69	70,23	174,46	6.848,77				
28	244,69	68,49	176,20	6.672,57				



29	244,69	66,73	177,96	6.494,60				
30	244,69	64,95	179,74	6.314,86				
31	244,69	63,15	181,54	6.133,32				
32	244,69	61,33	183,36	5.949,96				
33	244,69	59,50	185,19	5.764,78				
34	244,69	57,65	187,04	5.577,73				
35	244,69	55,78	188,91	5.388,82				
36	244,69	53,89	190,80	5.198,02				
37	244,69	51,98	192,71	5.005,31				
38	244,69	50,05	194,64	4.810,68				
39	244,69	48,11	196,58	4.614,09				
40	244,69	46,14	198,55	4.415,55				
41	244,69	44,16	200,53	4.215,01				
42	244,69	42,15	202,54	4.012,47				
43	244,69	40,12	204,56	3.807,91				
44	244,69	38,08	206,61	3.601,30				
45	244,69	36,01	208,68	3.392,62				
46	244,69	33,93	210,76	3.181,86				
47	244,69	31,82	212,87	2.968,99				
48	244,69	29,69	215,00	2.753,99				
49	244,69	27,54	217,15	2.536,84				
50	244,69	25,37	219,32	2.317,52				
51	244,69	23,18	221,51	2.096,01				
52	244,69	20,96	223,73	1.872,28				
53	244,69	18,72	225,97	1.646,31				
54	244,69	16,46	228,23	1.418,09				
55	244,69	14,18	230,51	1.187,58				
56	244,69	11,88	232,81	954,77				
57	244,69	9,55	235,14	719,63				
58	244,69	7,20	237,49	482,13				
59	244,69	4,82	239,87	242,27				
60	244,69	2,42	242,27	0,00				
<b>TOTALES</b>	<b>14.681,34</b>	<b>3.681,34</b>	<b>11.000,00</b>					

#### 4.4 Flujo de Efectivo Proyectado

El análisis anual de los años proyectados del proyecto, aquí se analizan los ingresos, los costos y gastos que afectan en este estudio, los cuales se adjunta en el siguiente cuadro:

**TABLA No 24**

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES	40.000,00					
INSUMOS	3.000,00					
GASTOS DIFERIDOS	2.600,00					
TERRENO	50.000,00					
EDIFICIOS	19.000,00					
CAPITAL DE TRABAJO	14.000,00					
INGRESOS DEL PERIODO		713.880,00	788.896,30	861.774,00	935.083,60	1.011.447,50
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>713.880,00</b>	<b>788.896,30</b>	<b>861.774,00</b>	<b>935.083,60</b>	<b>1.011.447,50</b>
COSTOS Y GASTOS DEL PERIODO		472.332,80	520.489,37	569.138,06	620.322,41	676.142,52
GASTOS FINANCIEROS		1.228,07	1.011,43	767,32	492,24	182,27
AMORTIZACION PRESTAMO		1.708,19	1.924,83	2.168,95	2.444,03	2.753,99
IMPUESTOS						
15% TRABAJADORES		-	36.047,87	40.109,32	43.780,29	47.140,34
25% IMPUESTO A LA RENTA		-	51.067,81	56.821,54	62.022,08	66.782,15
INVERSIONES						
SISTEMAS COMPUTARIZADOS		4.000,00	-	-	-	8.000,00
MUEBLES Y ENSERES		4.000,00				10.000,00
EQUIPOS		15.000,00				25.000,00
DIVIDENDOS		-	50.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
TOTAL EGRESOS		498.269,07	660.541,32	769.005,19	829.061,05	936.001,29
MAS DEPRE Y AMORTIZACION		7.970,00	7.970,00	7.970,00	7.970,00	7.970,00
<b>FLUJO NETO</b>	<b>128.600,00</b>	<b>223.580,93</b>	<b>136.324,98</b>	<b>100.738,81</b>	<b>113.992,55</b>	<b>83.416,21</b>
FLUJO ACUMULADO	14.000,00	237.580,93	373.905,91	474.644,72	588.637,26	672.053,48

Se observa que en el flujo neto se presenta los ingresos líquidos registrados período por período, con un incremento del 30% en ingresos, costos y gastos, en los valores correspondientes al sueldo tiene un incremento anual de 10%. Los valores para determinar el flujo neto se toma del total de ingresos menos el total de egresos y más las depreciaciones y amortizaciones. Las inversiones que se detallan en el inicio del proyecto suman un total de flujo neto de \$128.600,00.

## 4.5 Estados Financieros

Voy analizar la factibilidad del proyecto, con el Balance General y el Estado de pérdidas y ganancias, el cual se observa que es beneficioso al proyecto.

**TABLA No 25**

<b>BALANCE GENERAL INICIAL</b>	
<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 0</b>
CORRIENTE	
Caja	14.000,00
Inventario Insumos	3.000,00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>17.000,00</b>
ACTIVO NO CORRIENTE	
Propiedad planta y equipo	109.000,00
Activos Diferidos	2.600,00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	111.600,00
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>128.600,00</b>
TOTAL PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por Pagar	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	-
PASIVO NO CORRIENTE	
OBLIGACIONES POR PAGAR A BANCOS	
Obligaciones por pagar a Bancos	11.000,00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11.000,00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE Y NO CORRIENTE</b>	<b>11.000,00</b>
PATRIMONIO	
Capital Social	117.600,00
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>117.600,00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>128.600,00</b>

Contando con un total de pasivo y patrimonio de 128.600,00, dividido en pasivo corriente y no corriente por \$11.000,00 y un total patrimonio de \$ 117.600,00

### 4.5.1 Estado de Resultados o de Ganancias y Pérdidas

A continuación informo detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable del proyecto:

**TABLA No 26**

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	713.880,00	788.896,30	861.774,00	935.083,60	1.011.447,50
COSTOS Y GASTOS	472.332,80	520.489,37	569.138,06	620.322,41	676.142,52
UTILIDAD OPERATIVA	241.547,20	268.406,93	292.635,94	314.761,19	335.304,98
GASTOS FINANCIEROS	1.228,07	1.011,43	767,32	492,24	182,27
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	240.319,13	267.395,49	291.868,62	314.268,95	335.122,70
15% TRABAJADORES	36.047,87	40.109,32	43.780,29	47.140,34	50.268,41
BASE IMPUESTO A LA RENTA	204.271,26	227.286,17	248.088,33	267.128,61	284.854,30
25% IMPUESTO A LA RENTA	51.067,81	56.821,54	62.022,08	66.782,15	71.213,57
<b>UTILIDADES DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>153.203,44</b>	<b>170.464,63</b>	<b>186.066,25</b>	<b>200.346,46</b>	<b>213.640,72</b>
UTILIDADES ACUMULADAS	153.203,44	273.668,07	359.734,32	460.080,78	573.721,50
DIVIDENDOS	50.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
<b>UTILIDADES ACUMULADAS NETAS</b>	<b>103.203,44</b>	<b>173.668,07</b>	<b>259.734,32</b>	<b>360.080,78</b>	<b>473.721,50</b>

Con un resultado de las utilidades acumuladas menos los dividendos neto de Utilidades Acumuladas por \$103.203,44 y así de cada período.

#### 4.6 Indicadores Financieros y Puntos de Equilibrio

Determino los aspectos de la situación financiera y las obligaciones del centro de recreación, para manejar sus activos, pasivos y resultados a largo plazo en la siguiente tabla:

**TABLA No 27**

**INDICADORES FINANCIEROS BASICOS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	103.465,24	179.975,04	271.842,34	377.714,77	453.571,50
RENTABILIDAD OPERATIVA	34%	34%	34%	34%	33%
RENTABILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	21%	22%	22%	21%	21%
RELACIÓN ACTIVOS FIJOS PASIVO A LARGO PLAZO	1.363%	1.611%	2.129%	3.730%	0%

#### 4.6.1 Puntos de Equilibrio

“El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de la utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas”<sup>21</sup>

**TABLA No 28**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO PRIMER AÑO</b>					
<b>DATOS:</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	713.880,00	788.896,30	861.774,00	935.083,60	1.011.447,50
COSTOS VARIABLES	248.498,87	274.729,61	299.254,06	323.895,19	350.510,40
MARGEN DE CONTRIBUCION	465.381,13	514.166,69	562.519,94	611.188,41	660.937,10
COSTOS FIJOS	225062	246771,2	270651,32	296919,45	325814,3972
RESULTADOS	240.319,13	267.395,49	291.868,62	314.268,95	335.122,70
PUNTO DE EQUILIBRIO      CF=  1- (CV/VENTAS)					
	225.062,00	274.729,61	299.254,06	323.895,19	350.510,40
	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	345.238,02	421.523,16	458.453,73	495.541,28	536.394,26
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL EN VALORES MONETARIOS</b>	345.238,02	421.523,16	458.453,73	495.541,28	536.394,26
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO =</b>					
<b>PRUEBA:</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	345.238,02	421.523,16	458.453,73	495.541,28	536.394,26
COSTOS VARIABLES	120.176,02	146.793,55	159.199,67	171.646,08	185.883,86
MARGEN DE CONTRIBUCION	225.062,00	274.729,61	299.254,06	323.895,19	350.510,40
COSTOS FIJOS	225.062,00	274.729,61	299.254,06	323.895,19	350.510,40
<b>DIFERENCIA</b>	-	-	-	-	-

<sup>21</sup> Gutiérrez Narulanda Luis Fernando,(2002), Finanzas practicas para países en desarrollo, editorial norma.

## 4.6.2 Balance General Proyectado

En el documento contable informo la situación financiera de la empresa, presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital, obteniendo el equilibrio contable.

**TABLA No 29**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
Caja	237.580,92	373.905,91	474.644,72	588.637,26	672.053,48
Inventario Insumos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>240.580,92</b>	<b>376.905,91</b>	<b>477.644,72</b>	<b>591.637,26</b>	<b>675.053,48</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
Propiedad planta y equipo	132.000,00	132.000,00	132.000,00	132.000,00	175.000,00
Depreciación acumulada	-7.450,00	-14.900,00	22.350,00	-29.800,00	-37.250,00
Activos Diferidos	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00	2.600,00
Amortización acumulada	-520,00	-1.040,00	-1.560,00	-2.080,00	-2.600,00
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>126.630,00</b>	<b>118.660,00</b>	<b>110.690,00</b>	<b>102.720,00</b>	<b>137.750,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>367.210,92</b>	<b>495.565,91</b>	<b>588.334,72</b>	<b>694.357,26</b>	<b>812.803,48</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
Cuentas por Pagar Dividendos	50.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
15% trabajadores por pagar	36.047,87	40.109,32	43.780,29	47.140,34	50.268,41
25% Impuesto a la Renta	51.067,81	56.821,54	62.022,08	66.782,15	71.213,57
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>137.115,68</b>	<b>196.930,87</b>	<b>205.802,38</b>	<b>213.922,50</b>	<b>221.481,98</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>					
<b>OBLIGACIONES POR PAGAR A BANCOS</b>					
Obligaciones por pagar a Bancos	9.291,80	7.366,97	5.198,02	2.753,99	-
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>9.291,80</b>	<b>7.366,97</b>	<b>5.198,02</b>	<b>2.753,99</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE Y NO CORRIENTE</b>	<b>146.407,48</b>	<b>204.297,84</b>	<b>211.000,40</b>	<b>216.676,49</b>	<b>221.481,98</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	117.600,00	117.600,00	117.600,00	117.600,00	117.600,00
RESULTADOS	103.203,44	173.668,07	259.734,32	360.080,78	473.721,50
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>220.803,44</b>	<b>291.268,07</b>	<b>377.334,32</b>	<b>477.680,78</b>	<b>591.321,50</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>367.210,93</b>	<b>495.565,91</b>	<b>588.334,71</b>	<b>694.357,26</b>	<b>812.803,48</b>
DIFERENCIA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Obteniendo así de activo fijo \$ 367.210,92 el que corresponde a activo corriente \$240.580,92 más activos no corrientes \$ 126.630 y así también total pasivo y

patrimonio \$ 367.210,92 que da por la suma del corriente \$ 146.407,48 más el patrimonio \$ 220.803,44. Así la diferencia del balance estaría en equilibrio, contando con cada período..

## 4.7 Evaluación del Proyecto

### 4.7.1 Valor Presente Neto (VPN)

“Se puede definir como el valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de remoto requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos inversión inicial, valuada también en ese momento. La regla es aceptar toda inversión cuyo valor actual neto (VPN) se mayor que cero, expresado matemáticamente de la siguiente forma.”<sup>22</sup>

$$VPN = \sum_{j=1}^n \frac{F}{(1+K)^j} - F_0 > 0$$

VALOR ACTUAL NETO

$F_0 =$  INVERSIÓN INICIAL  
 $F_j =$  FLUJOS NETOS POR PÉRIODO

### 4.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno es un método para la evaluación de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares. También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial. Matemáticamente se expresa, como la tasa K requerida para que la siguiente expresión sea cero”<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Gutiérrez Narulanda Luis Fernando,(2002), Finanzas practicas para países en desarrollo, editorial norma.

<sup>23</sup> Gutiérrez Narulanda Luis Fernando,(2002), Finanzas practicas para países en desarrollo, editorial norma.

**TABLA No 30**

CALCULO DE TIR DEL PROYECTO							
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
FLUJO DE CAJA	128.600,00	223.580,93	136.324,98	100.738,81	113.992,55	83.416,21	
FLUJO NETO NORMAL		223.580,93	136.324,98	100.738,81	113.992,55	83.416,21	
FACTOR DE ACTUALIZACION		1,16	1,345600	1,560896	1,810639	2,100342	
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>		192.742,18	101.311,67	64.539,09	62.957,07	39.715,55	461.265,55
TASA		16%					

**TABLA No 31**

CÁLCULO DEL TIR	
PERIODO 0	-128.600,00
PERIODO 1	192.742,18
PERIODO 2	101.311,67
PERIODO 3	64.539,09
PERIODO 4	62.957,07
PERIODO 5	39.715,55
<b>TIR</b>	<b>1,07</b>

Como puede observar el TIR de este proyecto compensa el costo de oportunidad del dinero y adicional produce un rendimiento adicional, esto quiere decir que el proyecto resulta muy rentable y llamativo.

Presento a continuación el valor presente neto que corresponde a la diferencia entre los valores presentes de los ingresos y el valor de presente de los egresos.

**TABLA No 32**

CÁLCULO DEL VAN	
AÑO 0	-128.600,00
AÑO 1	192.742,18
AÑO 2	101.311,67
AÑO 3	64.539,09
AÑO 4	62.957,07
AÑO 5	39.715,55
<b>VAN</b>	<b>332.665,55</b>

El criterio de decisión para el VPN en este proyecto es conveniente puesto que el valor es mayor que cero.



Como se puede observar los resultados del TIR y del VAN son aceptables para la aceptación del proyecto.

### Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico la TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable

Donde:

- $p$  = inversión inicial.
- FNE = Flujo neto de efectivo del periodo  $n$ , o beneficio neto después de [impuesto](#) más [depreciación](#).
- VS = Valor de salvamento al final de periodo  $n$ .
- TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento que se aplica para llevar a valor presente los FNE y el VS.  
 $i$  = Cuando se calcula la TIR, el VPN se hace cero y se desconoce la tasa de descuento que es el parámetro que se debe calcular. Por eso la TMAR ya no se utiliza en el [cálculo](#) de la TIR. Así la (1) en la segunda ecuación viene a ser la TIR.

Recuérdese que los criterios de aceptación al usar estas técnicas son:

Técnica	Aceptación	Rechazo
VPN	$\geq 0$	$< 0$
TIR	$\geq \text{TMAR}$	$< \text{TMAR}$

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de Inflación} + \text{Premio al Riesgo}$$

$$\text{Tasa de Inflación} = 3.57\%$$

$$\text{Premio al riesgo} = 4\%$$

$$\text{TMAR} = 3.57 + 4$$

$$\text{TMAR} = 7.57\%$$

## Relación Beneficio – Costo

“Es la relación que se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficio se divide por el valor actual de la corriente de costos”<sup>24</sup>. Se aceptan proyectos con una relación mayor que 1. En este ejemplo se suma la tasa del 16%

$$BC = \text{VALOR ACTUAL NETO} / \text{INVERSIÓN}$$

**TABLA No 33**

RELACION BENEFICIO COSTO	VAN	INVERSION	RELACION
PERIODO 1	192.742,18	128.600,00	150%
PERIODO 2	101.311,67	128.600,00	79%
PERIODO 3	64.539,09	128.600,00	50%
PERIODO 4	62.957,07	128.600,00	49%
PERIODO 5	39.715,55	128.600,00	31%

### 4.7.3 Período de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo que la inversión inicial va hacer recuperada considerando el valor actual neto.

**TABLA No 34**

RECUPERACION DE LA INVERSION		
		SALDO
INVERION INICIAL	128.600,00	128.600,00
VALORES FLUJO RECUPERADOS		
PERIODO 1	-192.742,18	- 64.142,18
PERIODO 2	-101.311,67	- 165.453,85
PERIODO 3	-64.539,09	- 229.992,94
PERIODO 4	-62.957,07	- 292.950,01
PERIODO 5	-39.715,55	- 332.665,55

<sup>24</sup> Gutiérrez Narulanda Luis Fernando, (2002), Finanzas practicas para países en desarrollo, editorial norma.

RECUPERACION PRIMER PERIODO	192.742,18
MESES	12
MENSUAL	16.061,85
MESES A RECUPERAR	8,01

La recuperación del primer período \$ 192.742,18 para los 12 meses que tiene el año se obtiene un mensual de \$16.061'85 por lo que como se puede observar el proyecto si va de acuerdo a lo planificado se puede recuperarse en 8 meses.

## CONCLUSIONES.

- La ubicación de centro se encuentra en un sitio estratégico ya que se encuentra en el centro de varios cantones que lo rodean, donde existe un sin número de barrios tradicionales y un alto crecimiento de nuevos conjuntos residenciales de clases sociales medias y altas.
- El centro de recreación tiene una alta probabilidad de ser por de más rentable, puesto que al encontrarse rodeado de una alta población ya existente y otra por establecerse dentro del corto tiempo en los nuevos y grandes proyectos de vivienda que están por culminarse y otros en proyecto.
- Debido al privilegiado clima con el que cuenta la zona, en su mayoría los nuevos planes de vivienda están siendo adquiridos por motivos de salud por personas de la tercera edad, lo cual esto beneficia de manera directa al proyecto como nuevos clientes potenciales.
- Se a podido verificar que los centros que se encuentran en toda la zona que es muy amplia son escasamente nueve y los cuales no se les podría calificar como directa competencia ya que están exclusivamente dedicados como Hogar y cuidado de ancianos y no como centro de esparcimiento y recreación.
- El estudio fue realizado de manera general dirigido hacia personas de los sesenta años en adelante, razón por la cual se a podido confirmar que especialmente las personas entre sesenta y setenta y cinco años son aun entes que son autosuficientes y no necesitan un cuidado especial pero ellos si necesitan y desean un lugar donde poder dirigirse para su esparcimiento con retorno a sus domicilios.
- Con este proyecto se ha podido validar y evidenciar que el adulto mayor no solamente necesita cuidado si no también y principalmente sentirse como un ente útil a la sociedad, puesto que desean seguir viviendo con un propósito. Además que en nuestra cultura no se da importancia a lo que le pueda suceder y mucho menos lo que pueda sentir el adulto mayor, solamente lo que actualmente se realiza es excluirlo.
- Conocimiento de que existe un centro donde se le puede dar cuidado y dedicación a adultos mayores, con servicios adicionales como el de alimentación transporte puerta a puerta, clases de baile entre otros los que son muy atractivos y hacen que el centro de recreación se beneficie con estos valores agrados.
- El clima es un atractivo muy importante en la zona, puesto que en la mayoría de su tiempo durante el año se encuentra cálido y esto beneficia al adulto mayor en la circulación de la sangre y es recomendado por la mayor parte de médicos geriátricos.
- La población ecuatoriana manifiesta un acelerado proceso de urbanización, lo cual influye sobre los hábitos y estructura del consumo de la población, situación que se debe tener en cuenta en los procesos de producción de los bienes y servicios.
- A pesar de que en los últimos años hemos entrado en un período de consumismo el cual en las actuales generaciones ha impedido el ahorro, no es así para el segmento

al cual esta dirigido el proyecto, por el contrario ha tenido la costumbre del ahorro pensando en su vejez y al llegar a este grupo ellos deciden en su mayoría como disfrutar de su dinero al final de su vida.

- Al encontrarse en una hermoso valle con un clima muy amigable es obvio que su geografía es de fácil acceso, con esto me refiero a que los adultos mayores no tienen que enfrentar ascensos ni descensos pronunciados que impidan su fácil caminar y desplazamiento.
- La cobertura de crédito por parte del Banco Nacional de Fomento o instituciones del estado, es muy limitada; cubre un porcentaje muy bajo para el desarrollo de este tipo de proyectos sociales, es ahí donde la empresa privada invade ese campo y suple la falencia de estos organismos y da los servicios que el adulto mayor lo requiere, para el proyecto esta falencia de los organismos del Estado se transforma en un beneficio.
- La participación de profesionales es significativa en esta actividad de servicio a los ancianos, puesto que estas personas necesitan cuidados y atenciones especiales, tanto en salud como en su relación interpersonal.
- Nuestra cultura debe enfocarse a un cambio para mejorar la actitud con respecto al trato de los adultos mayores, darles un lugar en la sociedad para que así no se sientan desplazados y no tengan como en la actualidad que defenderse por si solos y recurrir a los ahorros de su vida para poder tener una vejez digna.
- En la actualidad el único lugar que se conoce, realiza el proyecto que quiero implantar y es de manera parcial es el I.E.S.S., pero por su capacidad y demanda no se da abasto y quedan una gran cantidad de pensionistas sin el servicio que requieren y ellos optan por buscar un ente privado que les de estos servicios.
- Los adultos mayores están dispuestos a asistir semanalmente en su mayoría los días viernes y sábado
- El centro recreación se encuentra ubicado en un lugar donde existe un clima cálido durante la mayor parte del año, esto es beneficioso puesto hace agradable la estadía del anciano.
- La rentabilidad del proyecto es apropiada ya que el análisis contable indica que se recuperará lo invertido en un máximo de un año.
- Al aperturarse el proyecto se lo promocionará su ingreso de manera gratuita, que como se sabe el adulto mayor se transforma psicológicamente en un niño e ira a conocerlo y al ver todos los servicios que se presta se transformará en un cliente potencial.

## RECOMENDACIONES.

A riesgo de ser reiterativa, pero debido a los muchos problemas que afectan a la actividad de cuidado a los ancianos en general, se plantea las siguientes recomendaciones:

- Es necesario introducir el concepto de prioridades de servicios en la formulación y aplicación de la política social y así poder incluir nuevamente y poco a poco al adulto mayor en la sociedad, además de integrarle en las familias.
- Se valida que actualmente ya se está tomando importancia a este tema con el municipio de Quito con el proyecto 60 y un piquito, para con ello dar a conocer estos lugares de recreación e integración
- Promocionar de manera más efectiva los créditos que otorga la Corporación Financiera Nacional para inversión en empresas que pueden ser de carácter recreativo.
- Se debe impulsar una política social, clara y definida con objetivos y estrategias de mediano y largo plazo en la que participen activamente desde su formulación hasta su implementación todos los sectores involucrados en el desarrollo de este tipo de proyectos sociales
- Desde el punto de vista de la demanda, es necesario profundizar el análisis sobre los hábitos de consumo de este servicio por parte de la población, características de la problemática familiar actual, este análisis servirá para reorientar las políticas de servicio, respecto a las variedades de nuevos requerimientos o necesidades del sector.
- Expandir y difundir el beneficio de los centros para el adulto mayor para que empresas privadas y públicas puedan invertir en este tipo de servicios.
- Los involucrados del proyecto deberán mirar y cumplir con las estrategias planteadas, cumplir con los procesos, tener una tecnología adecuada y un recurso humano que conozca de este tipo de atención a las personas de la tercera edad.
- Mantener en la empresa procesos de apoyo a la gestión gerencial en sus procesos operativos, pueda mejorarlos mediante una evaluación educativa que sirva de base para investigación y mejoras de los procesos y de los servicios, con el desarrollo de un conjunto de acciones que ayudaran a cumplir con las metas propuestas.
- Y sobre todo la recomendación más importante es pensar en nosotros mismos cuando tengamos esta edad y concientizarnos si deseamos un trato igual del que proporcionamos a nuestros abuelos o ancianos que nos rodean, que el llegar a

tener esta edad tengamos el deseo de seguir viviendo y no como hoy muertos en vida.

- Brindar al adulto mayor un nuevo estilo de vida, impartiendo información donde puede dirigirse cuando desee un nuevo caminar hacia el ocaso de la vida en programas sociales o de comunidad difundidos en radio, en televisión, revistas, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel,(2003), Evaluación de Proyectos.
- Boletín del Banco Central del Ecuador, A Marzo del 2009
- Boletín INEC (2010)
- Centro de Empresas y Negocios “Santiago Innova” – Municipalidad de Santiago Chile disponible en: <http://www.innva.cl> [Acceso el día 23 de enero de 2010]
- Charles T Hongren,(2006), “Contabilidad de Costos,” Decima segunda edición.
- Constitución Política en la Sección Quinta de los Grupos Vulnerables, Art. 47
- Costales Gavilanes Bolívar,(2007), Diseño, elaboración y evaluación de proyectos.
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno
- El Financiero, Primer Periódico Económico del Ecuador, Publicación de la semana del 5 al 9 de Abril del 2010.
- Fischer, Laura (2004:180) Mercadotecnia
- Kotler Philip/Gary Armstrong , (2007), Fundamentos de Marketing,: Sexta edición Pearson educación
- Revista Criterios de la Cámara de Comercio, (2008), González de Viteri, Moru, Quito
- Gerencia Siglo XXI,2008, Fascículo Coleccionable, Módulo I.
- Gutiérrez Narulanda Luis Fernando,(2002), Finanzas practicas para países en desarrollo, editorial norma.
- Ilustre Municipio de Rumiñahui,(2005), planificación estratégica hasta el 2015
- Ilustre Municipio del Distrito Metropolitano de Quito,(2009) Boletín Parroquias Rurales
- Informe Departamento de Geriatria del Ministerio de Bienestar Social
- Karl E. Case/Ray C. Fair,(2007), Principios de microeconomía, Pearson Educación, Octava edición
- Montufar, Cesar, Constituyente, Revista Criterios Cámara de Comercio de Quito, # 102, Febrero 2007.
- Pedro Zapata, (2008), Contabilidad General, Sexta edición
- Pinto M., Mauricio, Bases para un Ecuador Productivo, Política Industrial 19-12-2007 disponible en: [http:// www.cip.org.ec](http://www.cip.org.ec) [Acceso el día 08 de marzo del 2010]
- Plan estratégico participativo del Cantón Rumiñahui,(2000-2015) ,Gobierno del Cantón Rumiñahui,
- Pope, Jeffrey L.,(2008), Investigación de Mercados,



- Posso, Miguel Ángel (2001) “Metodología para el trabajo degradado” Edición Ibarra-Ecuador
- Rosillo Jorge,(2008), Formulación y evaluación de proyectos de inversión para empresas manufactureras y de servicios.
- Samuelson Nordhaus, Economía, (2005), Decima Octava Edición, Mc Graw Hill.
- Kinnear Thomas /James R.,(2005), Investigación de mercados, un enfoque aplicado, Quinta edición, Mc Graw Hill.
- Warren Carl S., (2008), Contabilidad administrativa, Sexta edición, Soluciones empresariales,

## ANEXO No 1

### MODELO DE LA ENCUESTA

Buenos días / buenas tardes mi nombre es MARIANELA QUINTEROS ,soy estudiante egresado de la Universidad Particular de Loja, estoy realizando mi proyecto de tesis para graduarme como Ingeniero en ADMINISTRACION DE EMPRESAS, quisiera contar con su colaboración para responder esta encuesta, que será utilizada para el estudio de mercado. Gracias.

NOMBRE: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

DATOS DE CLASIFICACION	
EDAD	SEXO
DE 60 A 65 AÑOS	MASCULINO
DE 65 A 70 AÑOS	FEMENINO
DE 71 A 75 AÑOS	
DE 76 A 80 AÑOS	
DE 81 A 85 AÑOS	
DE 86 A 90 AÑOS	
DE 91 EN ADELANTE	

1.- ¿Conoce usted algún centro recreacional en el valle?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2.- ¿Acude usted ha algún centro de recreación para la tercera edad?  
Si, Cuantas veces?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

3.- ¿Le gustaría contar con un centro de recreación para personas de la tercera

edad en La Merced, con servicios adicionales a más de los habituales como son: Charlas psicológicas, turismo local, clases de baile, salón de lectura, alimentación, transporte de puerta a puerta, entre otros?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

4.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el uso de todos los servicios en el centro recreacional?

MINIMO \$5	<input type="checkbox"/>	MAXIMO \$10	<input type="checkbox"/>
MINIMO \$ 11	<input type="checkbox"/>	MAXIMO \$20	<input type="checkbox"/>
MINIMO \$ 21	<input type="checkbox"/>	MAXIMO \$30	<input type="checkbox"/>
MAS DE	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

5.- ¿Qué tan probable es que usted acudiera al centro de recreación?

Usted diría que:

Definitivamente Asistiría	<input type="checkbox"/>
Probablemente Asistiría	<input type="checkbox"/>
Definitivamente no Asistiría	<input type="checkbox"/>

6.- Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia visitaría usted el centro recreacional, cuántos y que días le gustaría usted visitarlo?

DIARIA	<input type="checkbox"/>	SEMANAL	<input type="checkbox"/>	MENSUAL	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------

1 A 2DIAS	L	M	M	J	V	S	D
3 A 4 DIAS	L	M	M	J	V	S	D
5 O MAS DIAS	L	M	M	J	V	S	D

Muchas Gracias!!!.....

## ANEXO No 2

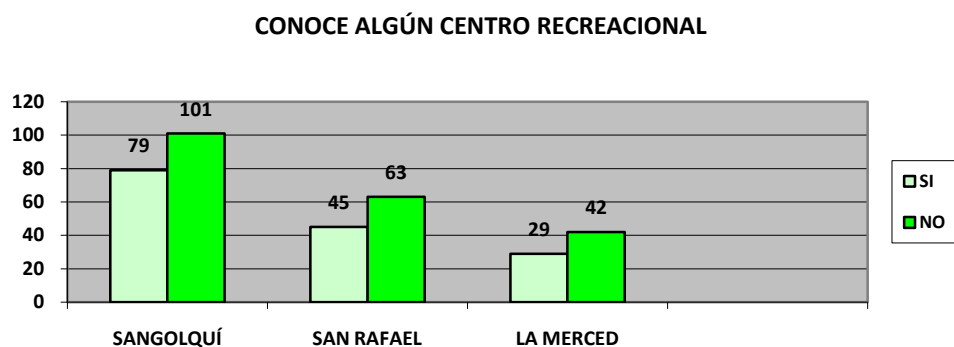
### Tablas y Gráficos de la Encuesta

TABLA No 1

	SI		NO		TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	79	22%	101	28%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	45	13%	63	17%	108	30%
<b>LA MERCED</b>	29	8%	42	12%	71	20%
<b>TOTAL</b>	153	43%	206	57%	<b>359</b>	<b>100%</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO No 1



**Pregunta 2.- ¿Acude usted ha algún centro de recreación para la tercera edad?  
Sí, Cuántas veces?**

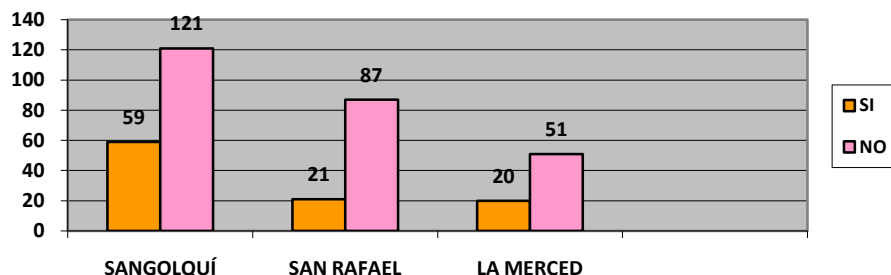
TABLA No 2

	SI		NO		TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	59	16%	121	34%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	21	6%	87	24%	108	30%
<b>LA MERCED</b>	20	6%	51	14%	71	20%
<b>TOTAL</b>	100	28%	259	72%	<b>359</b>	<b>100%</b>

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO No 2

ACUDE ALGÚN CENTRO RECREACIONAL



Pregunta 3.- ¿Gustaría contar con un centro de recreación para personas de la tercera edad en La Merced, con servicios adicionales a más de los habituales como son: Charlas psicológicas, turismo local, clases de baile, salón de lectura, alimentación, transporte de puerta a puerta, entre otros?

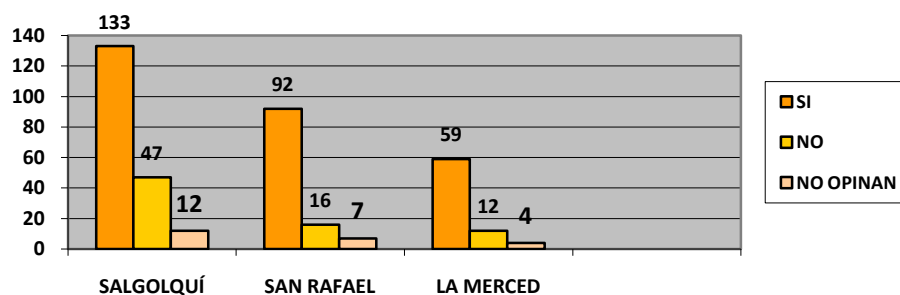
TABLA No 3

	SI		NO		NO OPINA		TOTAL	
SANGOLQUÍ	133	37%	35	10%	12	3%	180	50%
SAN RAFAEL	92	26%	9	3%	7	2%	108	31%
LA MERCED	59	16%	8	2%	4	1%	71	19%
TOTAL	284	79%	52	15%	23	6%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO No 3

GUSTARÍA CONTAR CON UN CENTRO RECREACIONAL



Pregunta 4.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el uso de todos los servicios en el centro recreacional?

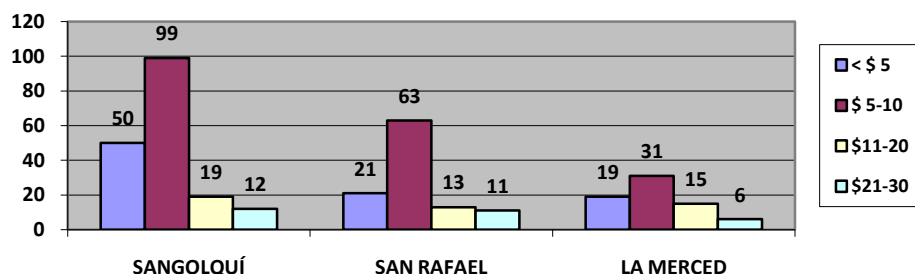
**TABLA No 4**

	< \$ 5	%	\$ 5-10	%	\$11-20	%	\$21-30	%	TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	50	14%	99	28%	19	5%	12	3%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	21	6%	63	18%	13	3%	11	3%	108	30%
<b>LA MERCED</b>	19	5%	31	9%	15	4%	6	2%	71	20%
<b>TOTAL</b>	90	25%	193	55%	47	12%	29	8%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

**GRÁFICO No 4**

**PAGO USO DE SERVICIOS**



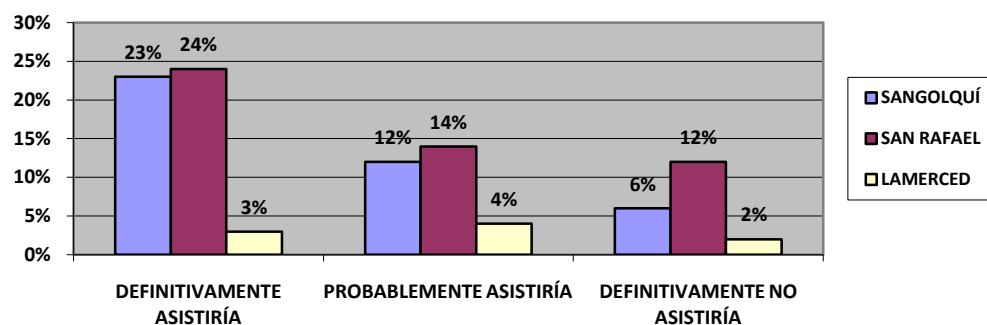
**Pregunta 5.- ¿Qué tan probable es que usted acudiera al centro de recreación?**

**TABLA No 5**

	DEFINITIVAMENTE ASISTIRÍA		PROBABLEMENTE ASISTIRÍA		PUEDA QUE SI ASISTIRÍA O PUEDA QUE NO		PROBABLEMENTE NO ASISTIRÍA		DEFINITIVAMENTE NO ASISTIRÍA		TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	82	23%	41	11%	27	8%	18	5%	12	3%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	44	12%	19	5%	17	5%	14	4%	14	4%	108	30%
<b>LA MERCED</b>	23	6%	17	5%	13	4%	11	3%	7	2%	71	20%
<b>TOTAL</b>	149	41%	77	21%	57	17%	43	12%	33	9%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO No 5



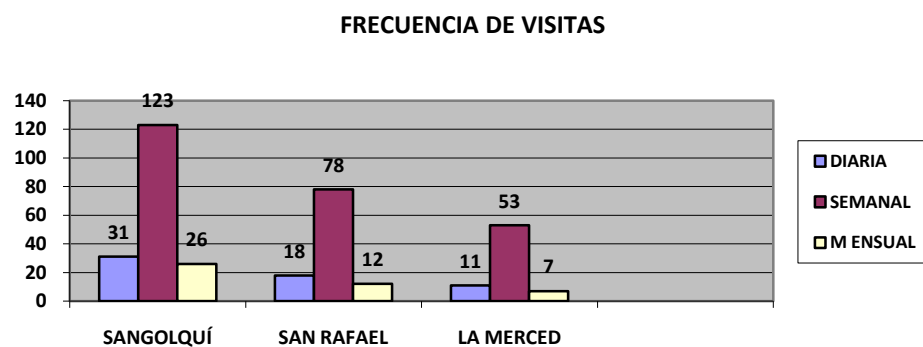
Pregunta 6.- ¿Con qué frecuencia visitaría usted el centro recreacional, cuántos y en qué días le gustaría usted visitar el centro recreacional?

TABLA No 6

	DIARIA		SEMANAL		M ENSUAL		TOTAL	
SANGOLQUÍ	31	9%	123	34%	26	7%	180	50%
SAN RAFAEL	18	5%	78	22%	12	3%	108	30%
LA MERCED	11	3%	53	15%	7	2%	71	20%
TOTAL	60	17%	254	71%	45	12%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

GRÁFICO No 6



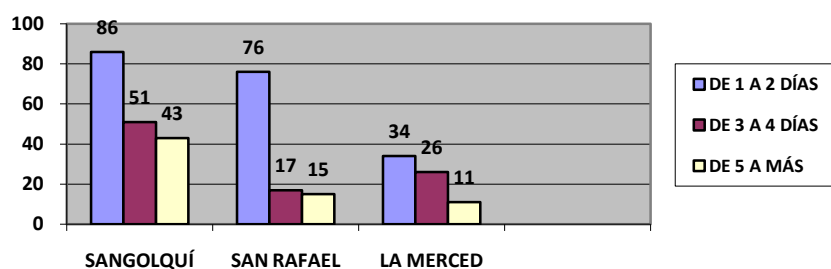
**TABLA No 7**

	DE 1 A 2 DÍAS		DE 3 A 4 DÍAS		DE 5 A MÁS		TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	86	24%	51	14%	43	12%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	76	22%	17	5%	15	4%	108	31%
<b>LA MERCED</b>	34	9%	26	7%	11	3%	71	19%
<b>TOTAL</b>	196	55%	94	26%	69	19%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

**GRÁFICO No 7**

**RANGO DE DÍAS**



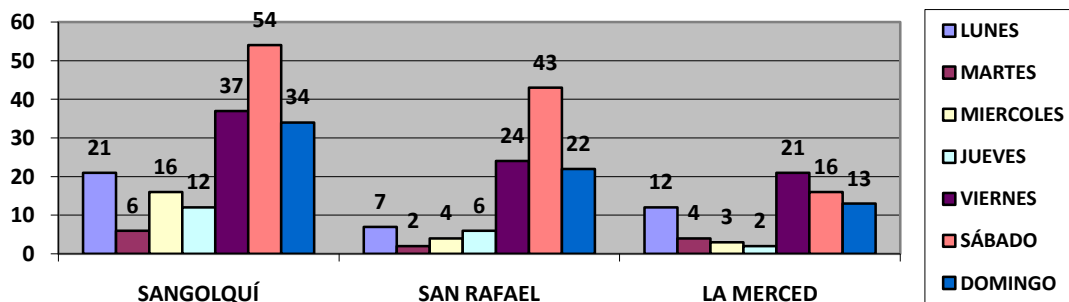
**TABLA No 8**

	LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SÁBADO		DOMINGO		TOTAL	
<b>SANGOLQUÍ</b>	21	6%	6	2%	16	4%	12	3%	37	10%	54	15%	34	10%	180	50%
<b>SAN RAFAEL</b>	7	2%	2	1%	4	1%	6	2%	24	7%	43	11%	22	7%	108	31%
<b>LA MERCED</b>	12	3%	4	1%	3	1%	2	1%	21	6%	16	4%	13	3%	71	19%
<b>TOTAL</b>	40	11%	12	3%	23	6%	20	5%	82	23%	113	31%	69	20%	359	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORA  
ELABORADO POR: ENCUESTA APLICADA

**GRÁFICO No 8**

**DÍAS DE VISITA PREFERIDOS**





# ANEXO No 3

## Datos del INEC del Censo 2001

CENSO 2001		DATOS DEFINITIVOS										POBLACION										PICHINCHA			
CUADRO No. - 33		POBLACION POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO, SEGUN PARROQUIAS																							
PARROQUIAS	GRUPOS DE EDAD Y SEXO																								
	TOTAL			0 - 4 AÑOS		5 - 9 AÑOS		10 - 19 AÑOS		20 - 39 AÑOS		40 - 59 AÑOS		60 - 79 AÑOS		80 Y MAS AÑOS									
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES								
<b>CANTON: QUITO</b>	1,839,853	892,570	947,283	90,139	87,973	92,487	90,043	182,539	145,430	301,653	327,244	155,968	171,397	26,898	97,608	12,286	17,588								
QUITO	1,399,378	674,962	724,416	67,528	65,098	68,114	66,355	135,282	138,717	232,808	254,590	119,414	133,968	42,763	24,224	9,051	13,436								
PERIFERIA	13,801	6,915	6,886	836	848	868	832	1,644	1,556	2,031	2,070	1,005	1,044	444	431	87	105								
PARROQUIAS RURALES:	426,674	210,693	215,981	22,375	22,027	23,503	22,956	45,613	45,127	66,814	70,376	35,549	36,382	13,691	48,953	3,148	4,047								
<b>ALAGUAS</b>	17,322	8,405	8,917	824	802	839	875	1,794	1,845	2,628	2,892	1,599	1,684	368	664	153	175								
Cabecera Parroquial	2,924	1,411	1,513	137	136	121	161	299	291	470	500	267	274	99	113	19	28								
Resto de la Parroquia	14,398	6,994	7,404	687	666	718	714	1,495	1,554	2,158	2,392	1,332	1,390	470	541	134	147								
<b>AMAGUÑA</b>	23,584	11,864	11,720	1,212	1,161	1,305	1,207	2,663	2,379	3,962	3,967	1,783	1,829	777	884	162	213								
Cabecera Parroquial	6,747	3,288	3,459	318	307	344	355	631	644	1,134	1,193	552	577	240	297	69	86								
Resto de la Parroquia	16,837	8,576	8,261	894	854	961	932	2,032	1,735	2,828	2,774	1,231	1,252	537	587	93	127								
<b>ATAHUALPA (HABASPAMBA)</b>	1,866	956	910	95	80	109	94	177	163	236	253	176	159	129	122	35	31								
Cabecera Parroquial	921	478	443	35	38	50	37	84	70	120	134	103	80	69	73	17	11								
Resto de la Parroquia	945	478	467	60	50	59	57	93	93	116	119	73	79	59	49	18	20								
<b>CALACALI</b>	3,626	1,838	1,788	169	175	197	187	394	346	526	525	301	290	198	185	53	80								
Cabecera Parroquial	2,348	1,155	1,193	107	107	125	118	251	227	349	390	174	188	113	113	34	50								
Resto de la Parroquia	1,278	683	595	62	68	72	69	143	119	177	135	127	102	85	72	19	30								
<b>CALDERON (CARAPUNGO)</b>	84,848	41,530	43,318	4,403	4,364	4,732	4,430	9,279	9,296	13,308	14,142	7,146	7,487	2,142	2,710	520	689								
Cabecera Parroquial	82,578	40,434	42,144	4,266	4,225	4,575	4,263	9,009	9,016	12,998	14,016	7,006	7,318	2,069	2,630	511	676								
Resto de la Parroquia	2,270	1,096	1,174	137	139	157	167	270	280	310	326	140	169	73	80	9	13								
<b>COMOCOTO</b>	53,137	25,627	27,510	2,411	2,414	2,734	2,616	5,442	5,713	7,917	9,213	5,058	5,283	1,601	1,799	344	472								
Cabecera Parroquial	42,458	20,463	21,995	1,905	1,811	2,109	2,067	4,259	4,448	6,457	7,422	4,153	4,363	1,306	1,485	274	399								
Resto de la Parroquia	10,679	5,164	5,515	506	603	625	549	1,183	1,265	1,520	1,791	905	920	295	314	70	73								
<b>CUMBAYA</b>	21,978	10,135	10,943	898	916	923	1,000	2,103	2,233	3,307	3,630	2,169	2,233	619	717	116	214								
Cabecera Parroquial	19,568	9,413	10,155	819	834	842	913	1,952	2,073	3,064	3,380	2,025	2,089	582	669	109	197								
Resto de la Parroquia	1,510	722	788	79	82	81	87	151	160	223	250	144	144	37	48	7	17								
<b>CHAVEZPAMBA</b>	865	453	412	40	37	52	54	98	75	105	98	80	70	62	63	16	15								
Cabecera Parroquial	321	169	152	14	14	17	18	34	22	48	39	28	29	25	23	3	7								
Resto de la Parroquia	544	284	260	26	23	35	36	64	53	57	59	52	41	37	40	13	8								
<b>CHECA (CHILPA)</b>	7,333	3,625	3,708	449	433	488	513	802	785	1,186	1,257	455	444	215	214	50	62								
Cabecera Parroquial	3,437	1,690	1,747	231	238	208	230	332	355	623	642	181	173	92	88	23	21								
Resto de la Parroquia	3,896	1,935	1,961	218	195	280	283	470	430	563	615	274	271	123	126	27	41								
<b>EL QUINCHE</b>	12,870	6,473	6,397	798	739	782	745	1,275	1,319	2,318	2,221	815	827	382	399	103	151								
Cabecera Parroquial	5,616	2,804	2,812	336	334	307	294	510	543	1,138	1,074	322	351	144	151	47	65								
Resto de la Parroquia	7,254	3,669	3,585	462	405	475	451	765	776	1,180	1,147	493	476	238	244	56	86								
<b>GUALA</b>	2,321	1,117	1,004	97	114	128	118	248	192	304	253	184	165	129	115	27	47								
Cabecera Parroquial	210	105	105	13	11	10	13	14	22	25	21	20	19	19	15	4	4								
Resto de la Parroquia	1,911	1,012	899	84	103	118	105	234	170	279	232	164	146	110	100	23	43								
<b>GUANGUPOLO</b>	2,284	1,122	1,152	135	122	138	154	275	265	353	363	148	163	64	80	19	15								
Cabecera Parroquial	1,465	730	735	78	72	86	97	182	155	234	246	96	105	41	49	13	11								
Resto de la Parroquia	819	402	417	57	40	52	57	93	110	119	117	52	58	23	31	6	4								
<b>GUAYLLABAMBA</b>	12,227	6,142	6,085	707	619	672	623	1,215	1,254	2,162	2,103	880	881	411	411	95	134								
Cabecera Parroquial	7,048	3,474	3,574	404	352	362	335	657	724	1,273	1,278	494	522	230	239	54	84								
Resto de la Parroquia	5,179	2,668	2,511	303	267	310	288	558	530	889	825	386	359	181	172	41	50								
<b>LA MERCED</b>	5,744	2,841	2,903	322	341	350	321	668	621	847	891	440	450	164	224	40	53								
Cabecera Parroquial	1,838	924	914	85	89	103	76	204	165	309	323	151	161	60	80	12	20								
Resto de la Parroquia	3,906	1,917	1,989	237	252	257	245	464	456	538	568	289	289	104	144	28	33								

CUADRO No. - 33 POBLACION POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO, SEGUN PARROQUIAS

PARROQUIAS	GRUPOS DE EDAD Y SEXO																
	TOTAL		0 - 4 AÑOS		5 - 9 AÑOS		10 - 19 AÑOS		20 - 39 AÑOS		40 - 59 AÑOS		60 - 79 AÑOS		80 Y MAS AÑOS		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
<b>CANTON: RUMINAHUI</b>	65,882	32,275	33,607	3,111	3,024	3,374	3,340	6,591	6,485	10,561	11,402	5,070	6,090	2,200	2,521	540	745
SANGOLQUI	56,794	27,743	29,051	2,405	2,544	2,858	2,855	5,653	5,577	9,133	9,916	5,184	5,398	1,852	2,135	458	626
PERIFERIA	5,768	2,868	2,900	316	308	323	313	584	569	968	960	448	457	136	222	53	71
PARROQUIAS RURALES:	3,320	1,664	1,656	190	172	193	172	354	339	540	526	246	235	112	164	29	48
<b>COTOCHOA</b>	2,843	1,422	1,421	162	142	153	135	297	298	471	449	224	217	91	137	24	43
Cabecera Parroquial	1,507	756	751	92	69	79	68	159	160	247	245	125	120	42	66	12	23
Resto de la Parroquia	1,336	666	670	70	73	74	67	138	138	224	204	99	97	49	71	12	20
<b>RUMIAMBIA</b>	477	242	235	28	30	40	37	57	41	69	77	22	18	21	27	5	5
Cabecera Parroquial	25	11	14	2	1	1	-	1	4	3	4	1	3	3	2	-	-
Resto de la Parroquia	452	231	221	26	29	39	37	56	37	66	73	21	15	18	25	5	5