

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
emprendimiento previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Creación de una agencia de distracción y
recreación para el adulto mayor en la ciudad de
Ambato”**

AUTORA: Julia Estefanía Sánchez Andrade

TUTOR: Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez

AMBATO – ECUADOR

Agosto 2019



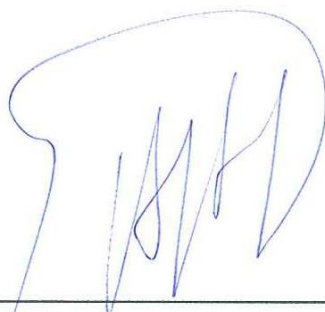
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Creación de una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato**” presentado por la señorita **Julia Estefanía Sánchez Andrade** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 08 de agosto del 2019

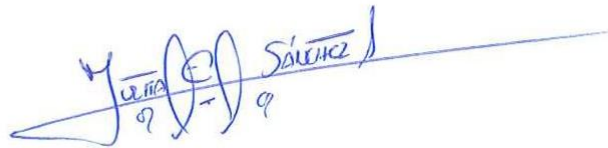


Ing. MBA. Iván Fernando Silva Ordoñez

C.C. 1802490548

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Julia Estefanía Sánchez Andrade**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Julia Estefanía Sánchez Andrade

C.I: 0504002494

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dra. Mg. Jenny Margoth Gamboa Salinas

C.I: 1802289320

PhD. Ing. Víctor Hugo Córdova Aldás

C.I: 1802301562

Ambato, 8 de agosto del 2019

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mi derecho de autor.

A handwritten signature in blue ink, reading "Julia Estefanía Sánchez Andrade". The signature is stylized and includes a horizontal line extending to the right.

Julia Estefanía Sánchez Andrade

C.I: 0504002494

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de emprendimiento al personal que han sido mi fortaleza, mi guía e inspiración, por su confianza por su apoyo constante y el amor infinito.

A Luis Sánchez por ser el padre responsable, amoroso y luchador, el cual mi admiración por ser mi gran ejemplo a seguir con sus sabios consejos.

A Lolita Andrade mi madre la cual está conmigo en todo en momento, la mujer cariñosa, honesta, trabajadora de la cual tengo mucha satisfacción por ser la persona que me ha guiado con paciencia y amor todas las etapas de mi vida.

A mi hija Samantha Espín por ser mi pilar, mi orgullo, lo más importante que tengo la vida.

A mis hermanos Paulina Alencastro y Wladimir Sánchez por ser mis amigos incondicionales, por la confianza y el cariño que nos tenemos.

A mi Esposo Xavier Espín por la ayuda brindada en el lapso de mi proyecto de Emprendimiento.

Julia Sánchez

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primero Dios por sus bendiciones y su amor hacia mí.

Al personal docente de la Facultad de Ciencias Administrativas por sus enseñanzas y por su compromiso como docente en compartir sus conocimientos que son el pilar de mi vida profesional.

Un agradecimiento infinito al Ing. Fernando Silva ya que contribuyó en gran parte a que este proyecto sea eficiente, ya que con sus importantes conocimientos, paciencia y voluntad se pudo realizar este proyecto de Emprendimiento.

A mis Padres por su eterno amor incondicional que a pesar de todas las adversidades estuvieron siempre apoyándome y brindándome su respaldo, por su sacrificio que es lo que impulsaron a que concluya con esta etapa de mi vida.

A mi familia y amigos en general por el apoyo y confianza.

Julia Sánchez

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1 Árbol de problemas	4
1.2Análisis de problemas	4
1.3Análisis de involucrados	6
1.4 Análisis de objetivos	7
1.4.1 Análisis del árbol de objetivos	7
1.5Análisis de alternativas	8
CAPITULO II	10
DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	10
2.1 Nombre del emprendimiento	10
2.2 Localización geográfica	10
2.2.1 Localización geográfica del emprendimiento	10
2.3 Justificación.....	10
2.4 Objetivos	11
2.4.1 Objetivo general	11
2.4.2 Objetivos específicos	11
2.5 Beneficiarios	11

2.5.1 Beneficiarios directos.....	11
2.5.2 Beneficiarios indirectos.....	12
2.6 Resultados a alcanzar	12
CAPITULO III.....	13
ESTUDIO DE MERCADO	13
3.1 Descripción de producto, características y usos.....	13
3.2 Segmentación de mercado.....	16
c) Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	19
3.8 Tabulación, análisis e interpretación de resultados del cuestionario	21
3.4 Estudio de la Demanda.....	35
3.3.1 Demanda en personas.....	35
3.3.2 Demanda en productos	37
3.4 Estudio de la oferta.....	38
3.4.2 Oferta en productos	40
3.5 Mercado potencial para el proyecto	42
3.6 Precios	43
3.7. Canales de comercialización	45
3.9. Estrategias de comercialización	47
3.9.1 Análisis FODA.....	48
3.9.2. Matriz Perfil de capacidad interna (PCI)	49
3.9.3 Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas	50
CAPITULO IV	56
ESTUDIO TÉCNICO	56
4.1 Tamaño del emprendimiento	56
4.1.1 Factores determinantes del tamaño	56
4.1.2 Tamaño óptimo	58
4.2 Localización	60
4.2.1 Macro localización	62
4.2.2 Micro localización.....	62
4.3 Ingeniería del Proyecto	63
4.3.1 Producto – proceso	64
4.3.2 Balance de materiales.....	68

CAPÍTULO V	79
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	79
5.1. Aspectos generales	79
5.2. Diseño Organizacional	79
5.2.1. Niveles Jerárquicos	79
5.2.2. Misión	80
5.2.3 Visión	81
5.2.3 Valores	81
5.3 Estructura Organizativa.....	82
5.5 Manual de funciones	84
CAPITULO VI	90
ESTUDIO FINANCIERO	90
6.1 Inversión en activos tangibles	90
6.2 Inversiones en activos intangibles.....	92
6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo	93
6.3.1 Activo Corriente o Circulante	93
6.3.2 Pasivo circulante	95
6.3.3 Capital de Trabajo	95
6.4 Resumen de las Inversiones	96
6.5 Financiamiento.....	96
6.6 Plan de Inversiones	97
6.7 Presupuesto de Gastos e Ingresos	98
6.7.1 Situación financiera actual	104
6.7.7 Situación financiera proyectada	105
6.7.8 Presupuestos de ingresos.....	107
6.7.4 Estado de resultados proyectados.....	108
6.7.5 Flujo de caja	109
6.8 Punto de equilibrio	109
6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias	110
6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de producción	111
6.8.3 Punto de equilibrio graficado	112
6.9 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	112

6.9.1 Cálculo Tmar1 sin financiamiento	113
6.9.1 Cálculo Tmar1 con financiamiento	113
6.9.3 Cálculo Tmar1 global mixto	113
6.9.4 Cálculo Tmar2 global mixto	114
6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)	114
6.11 Indicadores Financieros	116
6.11.1. Índices de solvencia	116
6.11.2 Índice de liquidez	116
6.11.3 Índice de endeudamiento.....	116
6.11.4. Índice de Apalancamiento.....	117
6.12. Tasa beneficio – costo	117
6.13 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	118
6.14 Tasa interna de retorno (TIR).....	119
6.15.3. Cuadro de sensibilidad	120
CAPITULO VII.....	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	121
7.1 Conclusiones	121
7.2 Recomendaciones.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de involucrados	6
Tabla 2 Segmentación de mercado	17
Tabla 3 Fuentes de información.....	20
Tabla 4 Técnica e instrumento de recopilación de información	20
Tabla 5 ¿Le gusta realizar actividades de distracción y recreación?	21
Tabla 6 ¿Con que frecuencia realiza actividades de distracción y recreación?	22
Tabla 7 ¿Accedería a utilizar los servicios y productos que oferte la agencia?.....	23
Tabla 8 ¿Conoce de alguna agencia de distracción en el Ecuador?.....	24
Tabla 9 ¿De los siguientes servicios señale 3 que más utilizaría?.....	25
Tabla 10 ¿Con que frecuencia utilizaría los servicios que ofrecería la agencia?.....	26
Tabla 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de servicios?.....	27
Tabla 12 ¿Cuál es la forma de pago que usted realizaría ?	28
Tabla 13 ¿Qué promoción le gustaría recibir?	29
Tabla 14 ¿Cómo le gustaría que se publicite los servicios que oferte la agencia?.....	30
Tabla 15 Características que influyan en la decisión de compra	31
Tabla 16 ¿Qué tipo de profesionales le gustaría que se encuentre en la agencia?.....	32
Tabla 17 ¿Cuál es su destino turístico preferido al momento de salir a distraerse?...	33
Tabla 18 ¿Qué tipo de actividad de distracción prefiere?	34
Tabla 19 Mercado objetivo	35
Tabla 20 Proyección de la demanda en personas.....	36
Tabla 21 Resultados pregunta 6	37
Tabla 22 Proyección de la demanda en productos	37
Tabla 23 Oferta en personas.....	39
Tabla 24 Proyección de oferta en personas.....	39
Tabla 25 Resultados pregunta 6	40
Tabla 26 Proyección de la oferta en productos	41
Tabla 27 Demanda potencial insatisfecha.....	42
Tabla 28 Proyección del precio.....	44
Tabla 29 Análisis FODA.....	48
Tabla 30 Escala de calificación.....	51

Tabla 31 Ponderación Matriz PCI.....	51
Tabla 32 Ponderación Matriz POAM	52
Tabla 33 Matriz FODA	53
Tabla 34 Plan de acción	54
Tabla 35 Tamaño óptimo	59
Tabla 36 Valoración del impacto	60
Tabla 37 Método de puntos ponderados	61
Tabla 38 Actividades del tour ecológico.....	64
Tabla 39 Actividades del tour de pintura artístico	65
Tabla 40 Actividades del tour cultural	67
Tabla 41 Insumos para vehículos	69
Tabla 42 Insumos para alimentación.....	69
Tabla 43 Insumos para actividades de distracción.....	69
Tabla 44 Materiales indirectos	70
Tabla 45 Servicios básicos	71
Tabla 46 Simbología ASME	72
Tabla 47 Diagrama de flujo vertical tour ecológico.....	73
Tabla 48 Diagrama de flujo vertical pintura artística.....	74
Tabla 49 Diagrama de flujo vertical tour cultural	75
Tabla 50 Capacidad de generación de paquetes bienes y servicios	76
Tabla 51 Gráfico de referencias	77
Tabla 52 Niveles jerárquicos de la agencia.....	80
Tabla 53 Matriz axiológica	81
Tabla 54 Manual de funciones Gerente General.....	84
Tabla 55 Manual de funciones Chofer	85
Tabla 56 Manual de funciones Cocinero	86
Tabla 57 Manual de funciones Enfermera	87
Tabla 58 Manual de funciones Fisioterapeuta.....	88
Tabla 59 Manual de funciones Personal Servicio al cliente	89
Tabla 55 Equipo de recreación.....	90
Tabla 56 Equipo de computo	90
Tabla 57 Muebles y enseres	91

Tabla 58 Vehículo	91
Tabla 59 Total activos fijos.....	91
Tabla 60 Total activos diferido	92
Tabla 61 Total Activo circulante.....	94
Tabla 67 Financiamiento.....	97
Tabla 68 Cuadro comparativo instituciones financieras	97
Tabla 69 Financiamiento.....	98
Tabla 70 Personal de contacto directo e indirecto	99
Tabla 71 Insumos de transporte	99
Tabla 72 Insumos de distracción.....	99
Tabla 73 Insumos de alimentación.....	100
Tabla 67 Materiales indirectos	100
Tabla 68 Gasto arriendo	100
Tabla 69 Depreciación	101
Tabla 70 Amortización.....	101
Tabla 71 Mantenimiento maquinaria y equipo	101
Tabla 72 Totales gastos operacionales	102
Tabla 73 Totales Sueldo personal administrativo	102
Tabla 74 Suministros de oficina.....	102
Tabla 75 Servicios básicos	103
Tabla 76 Total gastos administrativos.....	103
Tabla 77 Gastos financieros	103
Tabla 78 Total gastos	104
Tabla 79 Presupuesto de ingresos	107
Tabla 80 Costos fijos y costos variables	110
Tabla 82 TMAR 1 Global	113
Tabla 83 TMAR 2 Global	114
Tabla 84 Cuadro comparativo de sensibilidad.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas.....	4
Gráfico 2 Árbol de objetivos.....	7
Gráfico 3 Actividades de distracción y recreación para los adultos mayores.....	14
Gráfico 4 Interior y exterior de la buseta que se utilizará para brindar el servicio	16
Gráfico 5 ¿Le gusta realizar actividades de distracción y recreación?	21
Gráfico 6 ¿Con que frecuencia realiza actividades de distracción y recreación?	22
Gráfico 7 Si se creará una agencia	23
Gráfico 8 ¿Conoce de alguna agencia de distracción en el Ecuador?.....	24
Gráfico 9 ¿De los siguientes servicios señale 3 que más utilizaría?	25
Gráfico 10 ¿Con que frecuencia utilizaría los servicios que ofrecería la agencia?....	26
Gráfico 11 ¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de servicios?	27
Gráfico 12 ¿Cuál es la forma de pago que usted realizaría al adquirir?	28
Gráfico 13 Por la contratación de los servicios en la agencia ¿Qué promoción?	29
Gráfico 14 ¿Cómo le gustaría que se publicite los servicios que oferte la agencia? .	30
Gráfico 15 Características que influyan en la decisión de compra	31
Gráfico 16 ¿Qué tipo de profesionales le gustaría que se encuentre en la agencia?..	32
Gráfico 17 ¿Cuál es su destino turístico preferido al momento de salir a distraerse?	33
Gráfico 18 ¿Qué tipo de actividad de distracción prefiere?.....	34
Gráfico 19 Demanda proyectada en personas	36
Gráfico 20 Demanda proyectada en productos	38
Gráfico 21 Oferta proyectada en personas	40
Gráfico 22 Proyección de la oferta en productos	41
Gráfico 23 Demanda Potencial Insatisfecha	43
Gráfico 24 Proyección del precio por paquete de servicio	44
Gráfico 25 Canal de distribución directo	47
Gráfico 26 DPI Real.....	59
Gráfico 27 Macro localización: Provincia de Tungurahua	62
Gráfico 28 Micro localización	63
Gráfico 29 Layout de la agencia	78
Gráfico 30 Organigrama estructural.....	82

Gráfico 31 Organigrama funcional	83
Gráfico 32 Punto de equilibrio	112

RESUMEN EJECUTIVO

La agencia para la distracción y recreación del adulto mayor busca generar servicios de calidad para mejorar la calidad de vida de sus clientes. Como público objetivo se consideró a los adultos mayores afiliados al IESS en la ciudad de Ambato, los cuales en la agencia podrán encontrar diferentes tours como paquete de tours ecológicos, artísticos y educativos que permiten sociabilizar con otras personas, descubrir nuevos lugares, aprender más sobre historia en los museos, estar en contacto con la naturaleza, aprender nuevas habilidades artísticas como la pintura y la danza.

El objetivo principal es brindar servicios de distracción y recreación para que el adulto mayor pueda mejorar su estilo y calidad de vida y vivir en armonía, tranquilidad y gozo, a través del servicio de transporte, guía y alimentación, actualmente estas actividades no pueden realizarse debido a que la oferta es limitada y se reduce únicamente a estar confinados en asilos, si bien reciben atención personalizada, no pueden salir de las instalaciones para disfrutar de otras actividades que le permitan distraerse, motivarse, aprender, y disfrutar de la vejez.

Para el estudio de mercado se consideró todas las variables relacionadas al: precio, plaza, producto y promoción, con el fin de determinar las principales necesidades de los clientes, obtuvo una aceptación por parte del mercado del 98.13%, se determinó el precio de cada paquete a 90 dólares.

En relación al aspecto organizacional, la agencia contará con el nivel ejecutivo y operativo, en el ejecutivo se encuentra el gerente general y en el nivel operativo se encuentran los siguientes cargos: atención al cliente, chofer, fisioterapeuta, enfermera, cocinero. Se debe considerar que la agencia estará ubicada en la ciudadela España, calles Gomes de la Cerna y García Lorca. Este es un sector estratégico que permitirá estar más cerca de los clientes.

PALABRAS CLAVE: AGENCIAS, DISTRACCIÓN, EMPRENDIMIENTO, RECREACIÓN.

ABSTRACT

The agency for the distraction and recreation of the elderly seeks to generate quality services to improve the quality of life of its customers. As a target audience, seniors affiliated with the IESS were considered in the city of Ambato, who in the agency will be able to find different tours as a package of ecological, artistic and educational tours that allow them to socialize with other people, discover new places, learn more about History in museums, being in touch with nature, learning new artistic skills such as painting and dance.

The main objective is to provide entertainment and recreation services so that the elderly can improve their style and quality of life and live in harmony, tranquility and joy, through transportation, guidance and food service, currently these activities cannot be done Because the offer is limited and only confined to nursing homes, although they receive personalized attention, they cannot leave the facilities to enjoy other activities that allow them to be distracted, motivated, learn, and enjoy old age.

For the market study all the variables related to the: price, place, product and promotion were considered, in order to determine the main needs of the clients, it obtained an acceptance by the market of 98.13%, the price of each one was determined. package for 90 dollars.

Regarding the organizational aspect, the agency will have the executive and operational level, in the executive is the general manager and at the operational level are the following charges: customer service, driver, physiotherapist, nurse, cook. It should be considered that the agency will be located in the citadel of Spain, streets Gomes de la Cerna and García Lorca. This is a strategic sector that will allow you to be closer to customers.

KEY WORDS: AGENCIES, DISTRACTION, ENTREPRENEURSHIP, RECREATION.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de investigación

El envejecimiento es considerado una etapa irreversible, única e individual que empieza a partir de los 65 años, las personas dentro de este rango de edad se denominan adultos mayores y atraviesan una serie de cambios fisiológicos, psicológicos y de homeostasis en sus cuerpos. De acuerdo al (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2019) en el Ecuador el 6.5% de la población total es decir 1.049.824 personas son mayores de 65 años, esta población adulta mayor, el 53% son mujeres y el 47% son hombres, la esperanza de vida para las mujeres es mayor en relación a los hombres, con 83,5 años comparado con los 77,6 años de los hombres.

Los problemas sociales, físicos y psicológicos que cada día enfrentan los adultos mayores, además de las limitaciones, hacen que sobrellevar esta etapa sea difícil, además del abandono de las personas más cercanas a ellos como familiares y amigos hace que cada vez sea difícil ser un adulto mayor en el Ecuador, según (Bernardo, 2018) los adultos mayores tienen tendencia a la multimorbilidad, es decir, tener varias enfermedades crónicas al mismo tiempo, este factor se asocia a mayores tasas de utilización de servicios médicos a costos de salud más altos. Los adultos mayores en el Ecuador enfrentan el abandono según el (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2019) el 14,9% son víctimas de negligencia y abandono, esto indica que los adultos mayores son descuidados por sus familiares o amigos, que complica más la situación de cambios que atraviesan los adultos mayores.

Otro problema que deben afrontar los adultos mayores dentro del contexto económico es la disminución de los ingresos y al mismo tiempo el aumento del tiempo libre, este cambio se caracteriza porque pasa de ser un sujeto activo a uno pasivo y depender de otra persona para realizar las actividades más simples, como caminar, bañarse, vestirse, comprar, transporte, etc. Esto representa un cambio en, las rutinas establecidas de estas personas, en donde es importante gestionar el tiempo, la distracción, la recreación, disponer de una dieta nutritiva y balanceada, además

contar con la ayuda de las demás personas cercanas a su círculo familiar o amigos, esto es esencial para afrontar de manera positiva una nueva etapa en su vida.

Lamentablemente en el Ecuador la situación no es favorable para los adultos mayores, según el (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2016) los adultos mayores en el Ecuador se encuentran en un estado de vulnerabilidad antes aspectos relacionados a la salud, por ejemplo, los adultos mayores tienden a no acudir a las consultas médicas debido a impedimentos como la falta de transporte, tiempo y dinero. Todos estos aspectos deterioran y disminuyen tanto la calidad y los años de vida de un adulto mayor.

En la ciudad de Ambato existen dos centros geriátricos entre ellos: “Hogar del Anciano Sagrado Corazón de Jesús” ubicada en la ciudadela España y “La vida es Bella” ubicada en la calle Rodrigo Pachano sector la Victoria, sin embargo, estas instituciones solo ofrecen servicios limitados a los adultos mayores, como el servicio de asilo temporal o permanente, alimentación y atención hospitalaria a los adultos mayores. Por lo tanto, en la actualidad no se encuentra una agencia especializada en la ciudad de Ambato que permita ofrecer un servicio de distracción y recreación especializada en el adulto mayor.

Considerando que la distracción y la recreación es uno de los factores más importantes para el bienestar del adulto mayor, según (Árraga & Sánchez, 2017) el entrenamiento permite a los adultos mayores estar activos, mantener el equilibrio, olvidar las preocupaciones, y mejorar la convivencia con otras personas. De acuerdo a (Muñoz, 2014) los adultos mayores tienen las mismas necesidades psicológicas y sociales que las personas jóvenes, para ello la distracción permite al adulto mayor mantenerse sano, feliz, satisfecho y adaptado. Para (Fajn, 2015) la recreación en la vejez es importante porque permite a las personas retomar, profundizar o descubrir nuevos intereses, deseos y necesidades que pueden convertirse en un nuevo motor para la motivación de la vida cotidiana, ayudando a las personas a atravesar un envejecimiento sano y equilibrado.

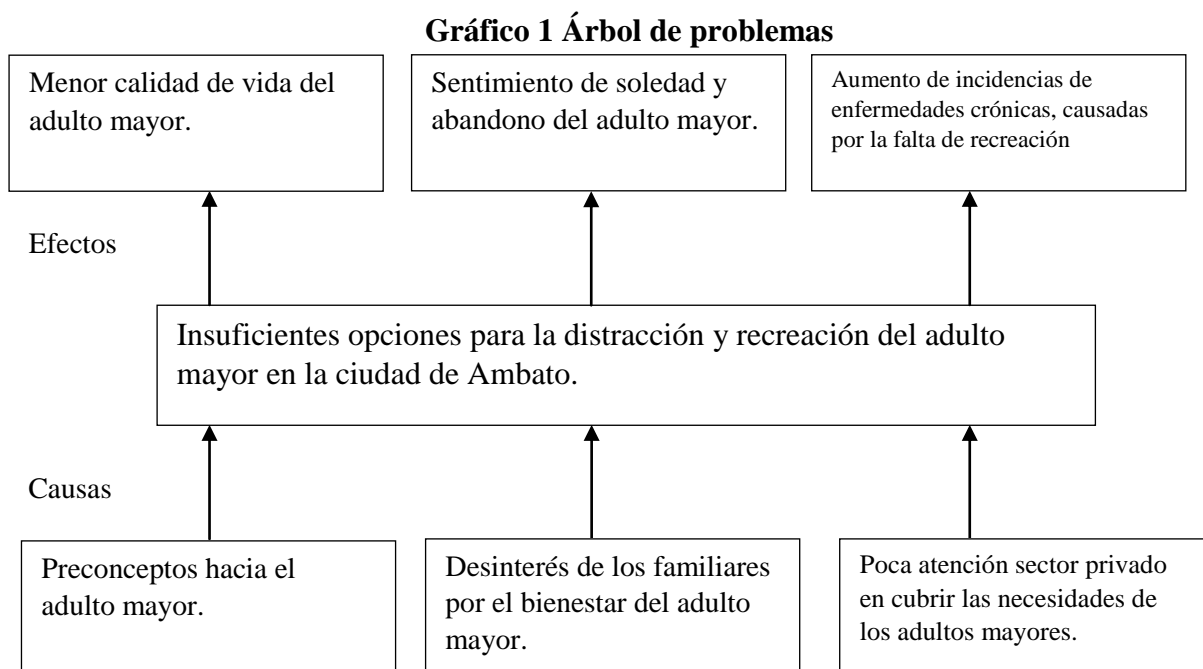
Los adultos mayores según la constitución del Ecuador son aquellas personas que tienen una edad a partir de los 65 años, para ellos se garantiza los derechos de atención prioritaria y especializada en el ámbito público y prioritario. Al ser un

sector prioritario el gobierno debe garantizar la protección, integridad y bienestar de los adultos mayores, lamentablemente en nuestro país, esto se cumple parcialmente ya que el 14,9% de los adultos mayores son abandonados y olvidados, para ello es necesario contar en la ciudad de Ambato con una agencia que permita satisfacer varias necesidades entre ellas la distracción y recreación para los adultos mayores, además permitirá ofertar servicios profesionales de tours interactivos, recreacionales, contacto con la fauna y flora, además de alimentación nutritiva y balanceada, además servicio de transporte para el traslado del adulto mayor a cualquier centro hospitalario.

Los adultos mayores tienen las mismas necesidades que las personas jóvenes, necesitan divertirse y recrearse, de esta manera se asegura una mejor calidad de vida, porque así podrán interactuar con la naturaleza, con la fauna y flora de nuestro hermoso país, de esta manera los adultos mayores podrán descubrir y disfrutar de una nueva etapa en la vida, para sobrellevar la etapa de la vejez, que se caracteriza por el deterioro físico, de salud, mental, económico y social de las personas.

Para ello se contará con infraestructura adecuada, especialmente el transporte contará con todas las adecuaciones para que los adultos mayores tengan el máximo confort que les permita disfrutar de los tours y de los servicios de transporte. La alimentación tendrá varias opciones que ofrezcan nutrición y calidad alimentaria, para ello se implementará una dieta basada en recomendaciones de nutricionistas y la elaboración será preparada por cocineros profesionales. El personal debe estar completamente habilitado y capacitado para la comunicación y trato con los adultos mayores, de esta manera se asegura que los clientes aprovechen cada minuto de los servicios a precios accesibles que ofertará esta agencia de distracción y recreación en la ciudad de Ambato.

1.1.1 Árbol de problemas



Elaborado por: Sánchez Julia, 2019

1.2 Análisis de problemas

El árbol de problemas se enfoca en las insuficientes opciones para la distracción y recreación del adulto mayor en la ciudad de Ambato, esto se puede identificar en las opciones limitadas de organizaciones que ofertan servicios de cuidado para el adulto mayor, en la ciudad de Ambato existen dos centros geriátricos: “Hogar del Anciano Sagrado Corazón de Jesús” ubicada en la ciudadela España y “La vida es Bella” ubicada en la calle Rodrigo Pachano sector la Victoria, sin embargo estos no ofrecen servicios de distracción y recreación por lo que los adultos mayores no tienen opciones para poder disfrutar de su tiempo libre.

Una de las principales causas son los preconceptos que tiene la sociedad sobre los adultos mayores, debido a que generalmente se cree que en la vejez las personas son frágiles, dependientes, no pueden trabajar o estudiar y en general que no pueden disfrutar de la vida, es por ello que no existen suficientes opciones para el

entrenamiento de los adultos mayores, esto afecta en la calidad de vida, porque el adulto mayor es relegado a segundo plano dentro del ambiente familiar.

El desinterés de los familiares por el bienestar del adulto mayor es generalizado, hay varios índices de abandono de adultos mayores en el Ecuador, según el (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2019) que indica que el 14,9% son víctimas de negligencia y abandono, un adulto mayor al ser abandonado tendrá una serie de consecuencias que afectará el autoestima y efectos negativos en la salud.

El sector privado mayoritariamente se centra en las necesidades de diversión y entretenimiento de los niños, jóvenes y adultos, descuidando a los adultos mayores, por la misma causa de los estereotipos que la sociedad tiene sobre los adultos mayores, sobre todo en relación a que estos no pueden disfrutar de la vida, esta está relacionado al aumento de incidencias de enfermedades crónicas causadas por la falta de recreación, ya que según (Alcance, 2019) las actividades recreativas permiten que el adulto mayor potencie su creatividad, dándole más importancia a mejorar su autoestima, descubrir nuevas formas de sociabilización.

Al no existir la oferta necesaria para que los adultos mayores puedan distraerse, estos tienden a ser propensos a mayor probabilidad de sufrir de enfermedades como el estrés, la depresión, problemas psicológicos, etc. En especial estos efectos se profundizan considerando que según (Mancheno & Villalba, 2016) la situación social y económica del Ecuador no ha sido positiva en los últimos años.

1.3 Análisis de involucrados

Tabla 1 Análisis de involucrados

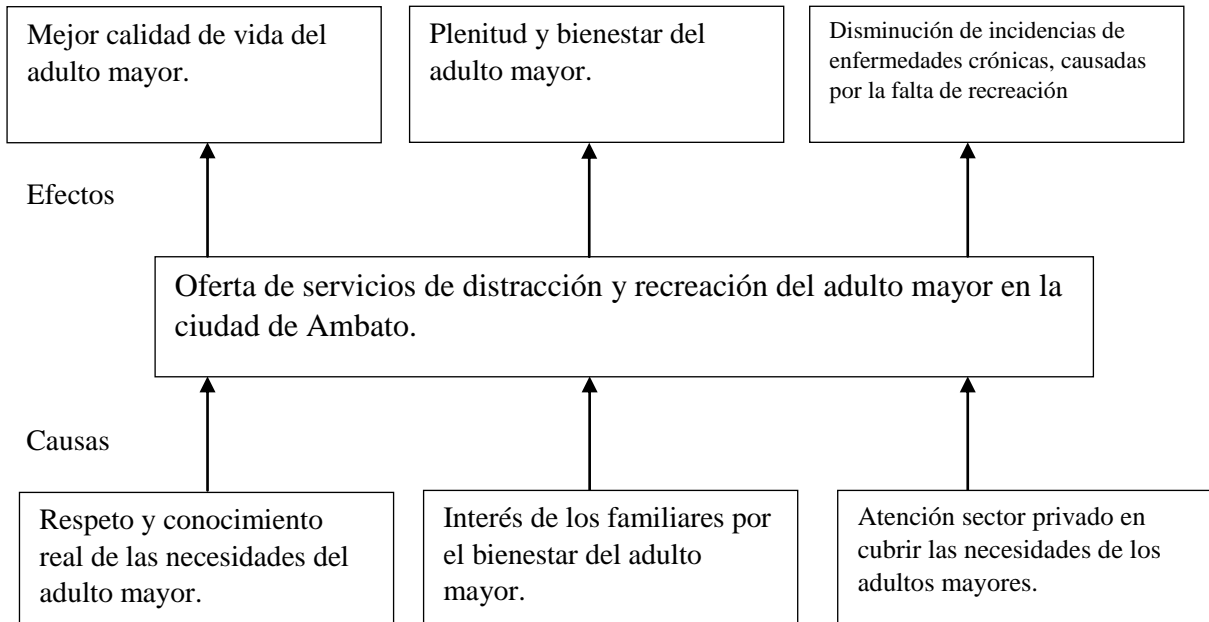
GRUPOS	PROBLEMÁTICA	INTERÉS	RECURSOS Y MANDATOS
Jubilados del IESS (Afiliados de 60 años con 30 años de aportaciones)	-Aislamiento de la sociedad. -Prejuicios contra las personas adultas. -Inexistencia de agencias de distracción para el adulto mayor en la ciudad de Ambato. -Aumento de incidencias de enfermedades por la edad.	-Distracción y opciones para disfrutar la época de la vejez. -Gozar de tranquilidad y bienestar. -Estilo de vida digno.	Constitución 2008 Capítulo tercero Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria en su Artículo 35 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 “Todo una Vida” Plan Mis Mejores Años del Plan Toda una Vida
IESS	-Aumento de los índices de enfermedades crónicas en los adultos mayores.	-Brindar servicios de salud de calidad a los afiliados.	Ley de Seguridad Social.
Familiares del jubilado.	-Insuficiente tiempo para poder cuidar del adulto mayor. -	-Contar con una agencia que oferte servicios para la distracción y recreación del adulto mayor.	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Sánchez Julia, 2019

1.4 Análisis de objetivos

Gráfico 2 Árbol de objetivos



Elaborado por: Sánchez Julia, 2019

1.4.1 Análisis del árbol de objetivos

Al existir la oferta de servicios de distracción y recreación del adulto mayor en la ciudad de Ambato, los adultos mayores, especialmente los jubilados podrán acceder a nuevas formas que le permitan disfrutar de la etapa de la vejez, para ello se necesita del respeto y conocimiento de las necesidades del adulto mayor, esto permitirá darle un rol más importante al adulto mayor en la sociedad para mejorar la calidad de vida.

El interés de los familiares del adulto mayor es vital para garantizar que este pueda disfrutar y tener momentos de plenitud, bienestar a través del cuidado, respeto, atención y cariño que la familia pueda transmitir a su ser querido que se encuentre en la etapa de la vejez.

La atención del sector privado para cubrir las necesidades de los adultos mayores, es otro elemento importante, sobre todo en el desarrollo de bienes y servicios destinados hacia el entretenimiento y bienestar, esto permitirá que los adultos mayores tengan mayor número de opciones para poder distraerse, aprender y disfrutar, esto provocará

la reducción de los índices de enfermedades crónicas, causadas por la falta de recreación como el estrés, la depresión, etc.

1.5 Análisis de alternativas

- Creación de una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato, de esta manera los adultos mayores tendrán más opciones para realizar actividades de distracción y puedan disfrutar de grandes experiencias.
- Ofrecer servicios de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.
- Determinar un estudio de mercado para determinar las necesidades de entretenimiento y distracción del adulto mayor.

Uno de los programas del Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021 “Toda una Vida” es el programa denominada Mis Mejores Años, elaborado por el (Consejo Nacional de Planificación, 2017).

En los últimos años el gobierno ha generado programas para proteger al adulto mayor y concientizar sobre la importancia de los adultos mayores en la sociedad ecuatoriana, para ello es importante que los adultos mayores puedan contar con servicios como la atención médica, actividades educativas y recreativas.

La creación de una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato permite posesionar a esta empresa como la única en el mercado, siendo referente en buscar el bienestar de los adultos mayores que tanto tiempo han relegados a segundo plano. La agencia se enfocará en brindar servicios principalmente de transporte, guías turísticas, actividades de aventura como senderismo, caminata, natación, picnic y alimentación hacia los lugares turísticos más importantes del Ecuador, además de visitas a museos, parques, cines, bares, etc.

Para ello los vehículos de transporte contarán con una infraestructura adaptada para generar comodidad y seguridad para los usuarios, además de contar con un chofer profesional que asegure la integridad, otro punto importante es que las opciones de menú se adaptarán a la preparación de comida natural y sana.

El mercado objetivo serán las personas jubiladas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en el Ecuador según el (IESS, 2016) en el último Boletín Estadístico Número 22, indica que existen 2'880.333 asegurados registrados en el Ecuador, siendo 267.027 pensionistas, de los cuales 15.409 pensionistas pertenecen a la afiliación del IESS Ambato.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Nombre del emprendimiento

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.

2.2 Localización geográfica

2.2.1 Localización geográfica del emprendimiento

La agencia se localizará en la Provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato, sector de la Ciudadela España, calles Gomes de la Cerna y García Lorca.

El emprendimiento está dirigido a producir bienes y servicios relacionados a la distracción y recreación para el adulto mayor jubilado al IESS en la ciudad de Ambato.

2.3 Justificación

La agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato permite ofrecer un servicio de calidez, humanidad y bienestar para el adulto mayor de la ciudad de Ambato, a través de esta agencia el jubilado se podrá contactar a través de redes sociales, pagina web o llamada telefónica para planificar viajes de turismo en donde se realicen actividades como senderismo, caminata, natación, picnic, visitas guiadas a museos, lugares arqueológicos, etc. Todo dependerá de las necesidades y la disponibilidad de tiempo del jubilado para disfrutar de momentos en donde podrá sociabilizar con otros jubilados y compartir experiencias.

El objetivo principal es brindar servicios de distracción y recreación para que el adulto mayor pueda mejorar su estilo y calidad de vida y vivir en armonía, tranquilidad y gozo, a través del servicio de transporte, guía y alimentación, actualmente estas actividades no pueden realizarse debido a que la oferta es limitada y se reduce únicamente a estar confinados en asilos, si bien reciben atención

personalizada, no pueden salir de las instalaciones para disfrutar de otras actividades que le permitan distraerse, motivarse, aprender, y disfrutar de la vejez.

La agencia se esforzará por poder satisfacer las necesidades de los adultos mayores, a precios accesibles y servicios de calidad, para ello se deberá buscar las mejores estrategias que permitan gestionar y posesionar la empresa, para que en el futuro pueda expandirse a otras ciudades del Ecuador. Considerando lo que afirman (Manzano, Mancheno, & Gamboa, 2019) es importante que cualquier empresa mejore constantemente la calidad, reduzca sus costos y mejore el servicio de atención al cliente.

2.4 Objetivos

2.4.1 Objetivo general

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.

2.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado basado en el precio, plaza, producto y promoción que permita determinar la factibilidad de la oferta de servicios de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.
- Determinar un estudio técnico para determinar la factibilidad operativa de la agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.
- Establecer un estudio financiero que permita determinar la factibilidad financiera de la agencia.

2.5 Beneficiarios

2.5.1 Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos serán: Adultos mayores jubilados, porque tendrán opciones para disfrutar mientras viajan, conocen nuevos lugares, aprenden socializan, disfrutan de una alimentación saludable. También los familiares del adulto mayor, porque pueden estar tranquilos sabiendo que su ser querido disfruta de una experiencia inolvidable, con toda la seguridad que la agencia brinda para sus clientes.

2.5.2 Beneficiarios indirectos

El IESS, debido a que sus jubilados tendrán mayor motivación, evitando problemas de salud y psicológicos como el estrés, la depresión, el abandono, etc. Esto influirá en mejor estado de salud y animo por ende los tratamientos de salud serán menos frecuentes.

La sociedad en general, porque la agencia está enfocada a complementar al programa Mis Mejores Años, creado por el gobierno nacional para asegurar que los adultos mayores puedan disfrutar de distracción, recreación y alimentación saludable. Dando así el rol importante de los adultos mayores en una sociedad que se preocupa por sus necesidades.

2.6 Resultados a alcanzar

Si bien el emprendimiento es de tipo social por cuanto se vela por el bienestar de los adultos mayores, también los resultados se enfocarán a alcanzar un nivel de rentabilidad óptimo que garantice el funcionamiento y la expansión de la agencia a otras ciudades del Ecuador.

Otro aspecto importante es la generación de nuevas fuentes de empleo, para choferes profesionales, cocineros y guías turísticos, que deseen unirse a la agencia con el fin de ofrecer un servicio de calidez, respeto y confort para el adulto mayor.

Se considera fundamental la creación de una relación sólida con el grupo de interés: proveedores, clientes, gobierno, IESS, colaboradores y sociedad en general, para ello es importante que la agencia cumpla con las expectativas y necesidades de su grupo de interés.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Descripción de producto, características y usos

De acuerdo a (Reyes, 2015) indica que el estudio de mercado permite analizar las necesidades actuales y futuras de un bien o servicio y las probabilidades de tener éxito en un determinado mercado.

Según (Prieto, 2016) es el conjunto de acciones que se realiza para determinar las necesidades del mercado en relación a los productos, servicios, oferta, demanda, precio, plaza, promoción y canales de distribución.

Al desarrollar el estudio de mercado se puede conocer más sobre el perfil del consumidor y el mercado así también como la oferta y demanda y los aspectos relacionados a las 4Ps: precio, producto, plaza y promoción, de manera que se puede obtener la información relevante en relación a las necesidades reales de los clientes actuales y potenciales. Según (Martín, 2017) la naturaleza de un servicio tiene una serie de características que le permite distinguirse frente a los productos, es intangible es decir que los servicios no se les puede ver o probar antes de adquirirlos, no pueden ser almacenados, tienen variabilidad, es decir los servicios dependen del lugar, el momento y la persona que ofrezca el servicio.

En el presente emprendimiento se consideran los servicios de distracción y recreación para los adultos mayores de la ciudad de Ambato, los cuales incluyen los siguientes tipos de servicios.

Gráfico 3 Actividades de distracción y recreación para los adultos mayores



Fuente: Google Imágenes

- **Servicio de transporte puerta a puerta:** Este servicio se refiere al traslado puerta a puerta es decir el usuario especifica en qué lugar la buseta pasa recogiendo y dejando a los usuarios, para ello se utilizará una buseta con un interior cómodo, lo que incluye espacio amplio, asientos cómodos, cinturones de seguridad, rampa elevadora para sillas de ruedas, etc. Además, contará con un chofer profesional capacitado, lo cual asegura que los usuarios viajen tranquilos, con seguridad y comodidad.
- **Servicio de alimentación:** Durante el trayecto del viaje se ofrecerá a los usuarios un desayuno el cual incluye alimentos ligeros como jugos naturales, galletas, té, pan, frutas, un almuerzo y cena que vaya de acuerdo a un menú elaborado por una nutricionista. Los alimentos serán naturales, frescos y saludables.
- **Visitas guiadas:** Durante el viaje se realizará visitas a lugares como museos, iglesias, atractivos naturales como: cascadas, lagunas, etc., con el fin de que los adultos mayores puedan conocer más sobre los diferentes destinos turísticos que se visitarán.
- **Bailo terapia:** Adicionalmente se ofrecerá servicio de bailo terapia y gimnasia rítmica, para lo cual se contará con un instructor que guie y promueva la realización de actividades físicas de acuerdo a las capacidades de los adultos mayores.
- **Pintura artística:** Aprovechando de los paisajes que tiene nuestro país, se pueden hacer paradas en lugares estratégicos para dar clases de pintura artística, así los adultos mayores pueden aprender a pintar y disfrutar de los hermosos paisajes.

- **Tours ecológicos:** Es un tipo de turismo diferente al turismo tradicional o también conocido como el turismo de masas, porque se realizan actividades basadas en la observación y apreciación de los lugares naturales, de la flora y fauna que el Ecuador es privilegiado por su mega diversidad.
- **Tours culturales:** Se enfoca en mostrar la diversidad cultural de los pueblos indígenas de las regiones Sierra y Amazonia, durante este tour los adultos mayores podrán aprender sobre estilos de vida, comida, vestimenta, tradiciones, rituales, etc., de los pueblos y nacionalidades del Ecuador.

Características

- El servicio de transporte puerta a puerta es seguro, confiable y cuenta con un equipo de profesionales que cuidaran del bienestar del adulto mayor durante el trayecto, para ello se contactara con personal capacitado y motivado para generar la mejor experiencia de servicio a los usuarios.
- Los precios son accesibles e incluyen: transporte, alimentación, entrada a museos, servicios adicionales como bailo terapia, gimnasia rítmica, etc., de esta manera el adulto mayor no estará preocupado por llevar dinero adicional.
- El menú de los alimentos estará elaborado por una nutricionista, de esta manera se asegura que los alimentos sean saludables, frescos y sean adaptados a la dieta de todos los adultos mayores.
- El servicio del personal será cálido, amable, dispuesto a atender de la mejor manera y sobre todo asegurar que la experiencia sea inolvidable, de esta manera los usuarios se fidelizaran a los servicios que ofrece la agencia.

Usos

- El servicio va dirigido para los adultos mayores sean hombres o mujeres, sin importar si tienen algún tipo de limitación física, ya que la furgoneta contará con una plataforma elevadora para las personas que utilicen sillas de ruedas y botiquín de primeros auxilios.

- Podrán viajar solos o acompañados con algún familiar, los usuarios no estarán solos ya que viajarán en compañía de otras personas con lo cuales podrán sociabilizar y hacer nuevas amistades.

Gráfico 4 Interior y exterior de la buseta que se utilizará para brindar el servicio



Fuente: Fuente FOTON

3.2 Segmentación de mercado

De acuerdo (Talaya & Mondéjar, 2017) la segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado de clientes potenciales en grupos o segmentos, en función de diferentes características. Los segmentos creados están compuestos por consumidores que responderán de manera similar a las estrategias de marketing y que compartirán rasgos como intereses, necesidades o ubicaciones similares.

Según (Castillo, 2017) consiste en el proceso de determinación de grupos de clientes con características similares con el fin de obtener la población objetivo para el cual se diseñarán los productos o servicios que satisfagan sus necesidades.

Para la segmentación de mercado se consideran las personas jubiladas al IESS sean hombres y mujeres, según el (IESS, 2016) los requisitos para la jubilación Seguro Social IESS son tener 60 años de edad y 30 años de aportaciones continuas o interrumpidas.

a) Población

De acuerdo a (García, Reding, & López, 2015) es el conjunto total de elementos que poseen similares características del que se puede seleccionar la muestra y está conformado por elementos denominados unidades de muestreo.

Según (Castillo, 2017) la población corresponde al conjunto de elementos o individuos que tienen similares características y son de interés para el investigador.

La población para el presente plan de emprendimiento serán las personas jubiladas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en el Ecuador según el (IESS, 2016) en el último Boletín Estadístico Número 22 disponible en la base de datos de la página web del IESS, indica que existen 2'880.333 asegurados registrados en el Ecuador, siendo 267.027 pensionistas, de los cuales 15.409 pensionistas pertenecen a la afiliación del IESS Ambato.

Tabla 2 Segmentación de mercado

Variable segmentación	Variable	Dato	Fuente
Geográfica	Población Ecuador	14'483.499 habitantes	Censo de población y vivienda INEC 2010
Geográfica	Población Tungurahua	504.583 habitantes	Censo de población y vivienda INEC 2010
Geográfica	Población de Ambato	329.997 habitantes	Censo de población y vivienda INEC 2010
Demográfica	Personas rango de edad de 60 a 84 años del cantón Ambato	33.147 habitantes	Censo de población y vivienda INEC 2010
Demográfica	Jubilados del IESS Ambato.	15.409 jubilados del IESS Ambato.	Estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Se considera para la segmentación de mercado con la variable geográfica desde la población del Ecuador que es de 14'483.499 habitantes, la población de Tungurahua con 504.583 habitantes, hasta el cantón Ambato con una población de 329.997 personas, en la variable demográfica las personas entre un rango de edad de 60 a 84 años con un valor de 33.147 habitantes y por último los jubilados al IESS Ambato son 15.409 personas. Se consideran los jubilados al IESS como público objetivo debido a que estas personas perciben ingresos por la pensión jubilar que mensualmente reciben, por lo tanto, pueden adquirir los paquetes de distracción y recreación sin requerir el apoyo financiero de terceras personas como familiares o amigos.

b) Muestra

Para (Castillo, 2017) la muestra es un elemento que permite identificar los participantes de la encuesta, la muestra debe ser representativa con respecto a la población.

Según (Otzen, 2017) la muestra es una parte representativa de la población, puede ser obtenida de dos tipos: probabilística y no probabilística.

La muestra del presente plan de emprendimiento se obtuvo mediante la siguiente fórmula utilizada en poblaciones finitas es decir hasta 500.000 elementos:

Fórmula de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{Z^2 \times P \times Q + N \times e^2}$$

Donde:

N = Población = 15409 personas

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

e = Nivel de error= 5%

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad a favor = 50%

Q = Probabilidad en contra= 50%

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 15409}{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 + 15409 \times 0.05^2}$$

n= 375 jubilados del IESS Ambato a encuestar

c) Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Según (Prieto, 2015) es el proceso de recopilación, análisis e interpretación de información sobre un producto o servicio que se oferta en un determinado mercado, sobre los clientes presentes, pasados, y potenciales, se desarrolla la información sobre las características como los hábitos de gasto, la ubicación y las necesidades del mercado objetivo, así como la competencia existente.

De acuerdo con (Šerić & Ljubica, 2018) la investigación de mercado consiste en recopilar sistemáticamente datos sobre clientes o empresas de un mercado y luego analizarlos para comprender mejor las necesidades de los clientes. Los resultados de la investigación de mercado, que generalmente se resumen en un informe, se utilizan para ayudar a los propietarios de negocios a tomar decisiones sobre las estrategias, las operaciones para poder satisfacer las necesidades de mercado. De acuerdo con (Mancheno, 2016) se debe considerar los aspectos éticos relacionados a la investigación de mercado considerando que los productos, promoción, precio, distribución deben ajustarse a las necesidades reales y no a especulaciones del mercado.

La investigación de mercado es una herramienta del marketing que permite evaluar la situación de un determinado mercado, para identificar necesidades, perfil del consumidor, frecuencia de compra, características buscadas, etc. Esta información permite a los administradores tomar decisiones para poder ser competitivos y ganar posicionamiento en el mercado. En el presente plan de emprendimiento el mercado corresponde a los servicios de distracción y recreación para los adultos mayores de la ciudad de Ambato.

Se utilizó las siguientes fuentes de información tanto primarias y secundarias de acuerdo a los objetivos establecidos y las necesidades de información.

Tabla 3 Fuentes de información

Fuentes de información	Características
Primaria	Como instrumento se aplicó una encuesta dirigida a los jubilados al IESS Ambato.
Secundaria	Base de datos del IESS. Datos del Banco Central del Ecuador. Base de datos de proveedores. Base de datos gubernamentales. Revistas sobre servicios relacionados a adultos mayores en catálogos: Scielo, Redalyc y Latindex. Libros especializados en temas de cuidado del adulto mayor.

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Técnicas

Según (López & Pérez, 2015) la encuesta es una técnica de recopilación de información que se utiliza mediante un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, la herramienta principal de la encuesta para lograr el objetivo es el cuestionario.

Como técnica de investigación se utilizó la encuesta dirigida a obtener información relevante sobre las necesidades del mercado conformado por clientes potenciales.

Instrumento

Para (Traver, 2016) una encuesta es un procedimiento investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante la elaboración estructurada de una serie de preguntas que se aplicaran a la población o muestra determinada.

El cuestionario se utilizó como instrumento de investigación, este instrumento está compuesto por 14 preguntas con el objetivo de recopilar la información que sirva de base para el estudio de mercado para la creación de una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato.

Tabla 4 Técnica e instrumento de recopilación de información

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

d) Resultados de la Encuesta

3.8 Tabulación, análisis e interpretación de resultados del cuestionario

Tabla 5 ¿Le gusta realizar actividades de distracción y recreación?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	364	97.06%
No	11	2.94%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 5 ¿Le gusta realizar actividades de distracción y recreación?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, el 97% respondió que sí le gusta realizar actividades de distracción y recreación, mientras que tan solo el 3% indicó que no.

Se observa una amplia disposición del mercado objetivo a realizar actividades de distracción y recreación, esto representa un dato positivo para la creación de la agencia, ya que el 97% está dispuesto a realizar actividades de distracción y recreación por lo que podría ocupar los servicios que la agencia ofrece. Las razones por las que les gusta son debido a que pueden divertirse y estar más activos por ende más sanos.

Tabla 6 ¿Con que frecuencia realiza actividades de distracción y recreación?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	246	65.60%
Mensualmente	15	4.00%
Semestralmente	114	30.40%
Anualmente	0	0,00%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 6 ¿Con que frecuencia realiza actividades de distracción y recreación?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 65.60% respondió que realiza actividades de distracción y recreación con una frecuencia semanal, 30.40% indicó que semestralmente y 4% indico que mensualmente.

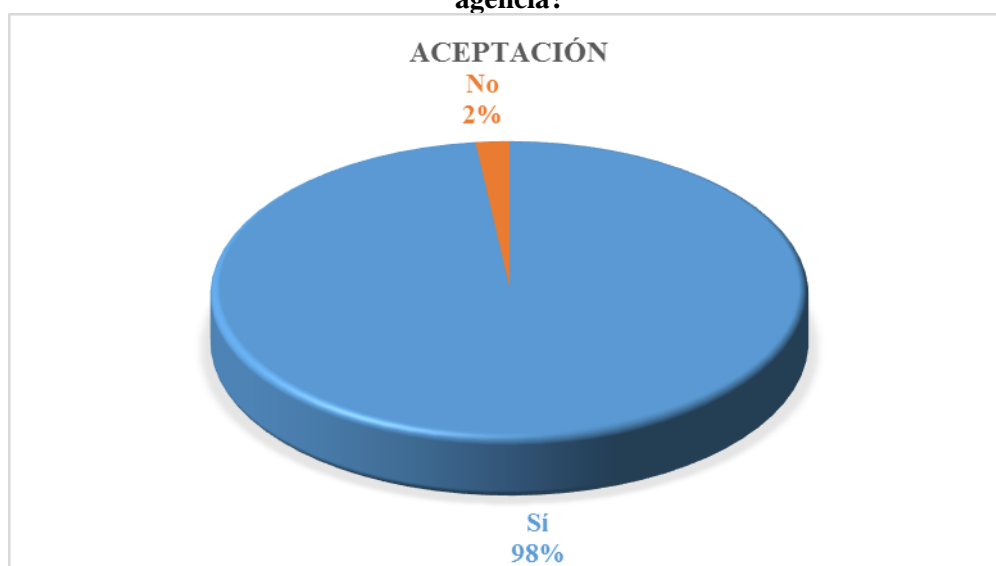
La mayor respuesta fue semanalmente, de esta manera se conoce cuáles serían las frecuencias con las que se debería realizar la oferta de los servicios para que se pueda satisfacer la demanda.

Tabla 7 Si se creará una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato. ¿Accedería a utilizar los servicios y productos que oferte la agencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	368	98.13%
No	7	1.87%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 7 Si se creará una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato. ¿Accedería a utilizar los servicios y productos que oferte la agencia?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, el 98.13% señaló que, si estaría dispuestos a utilizar a la agencia de distracción y recreación para el adulto mayor, mientras que el 1.87% indicó que no lo utilizaría.

Estos datos reflejan una amplia aceptación de la agencia y los servicios que ofertará en el mercado, en parte porque no existe una empresa que ofrezca servicios similares, lo cual constituye una oportunidad para que la agencia sean factible, sostenible y rentable. Los principales motivos del porque utilizarían los servicios son: es útil para viajar y conocer otros lugares y personas y permite la distracción.

Tabla 8 ¿Conoce de alguna agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en el Ecuador?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	0.80%
No	372	99.20%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 8 ¿Conoce de alguna agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en el Ecuador?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, el 99.20% respondió que no conoce sobre la oferta de servicios de distracción y recreación por parte de otra agencia, mientras que tan solo el 0.80% respondió que sí lo conoce.

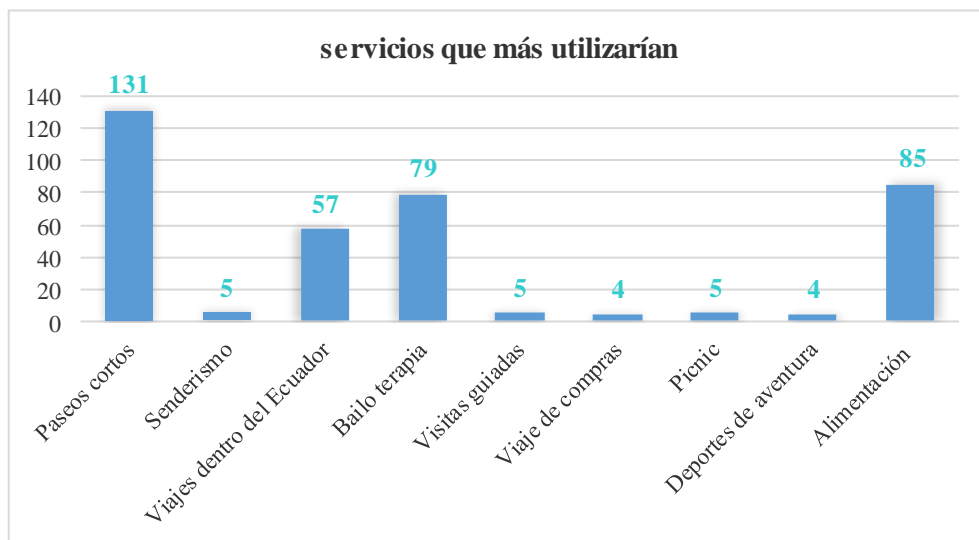
Estos datos reflejan que la mayoría no conoce de otra agencia, por lo que en general no existe la oferta de estos tipos de servicios en el Ecuador. Los que respondieron que sí, además, informaron que la agencia se llama Equinoccial Adventures y se encuentra en la ciudad de Quito y Guayaquil.

Tabla 9 ¿De los siguientes servicios señale 3 que más utilizaría?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Paseos cortos	131	34.9%
Senderismo	5	1.33%
Viajes dentro del Ecuador	57	15.20%
Bailo terapia	79	21.07%
Visitas guiadas	5	1.33%
Viaje de compras	4	1.07%
Picnic	5	1.33%
Deportes de aventura	4	1.07%
Alimentación	85	22.67%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 9 ¿De los siguientes servicios señale 3 que más utilizaría?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 34.9% prefieren paseos cortos, 21.07% les gustaría practicar bailo terapia, 22.67% indicaron alimentación, 15.20% viajes dentro del Ecuador, 1.33% picnic, senderismo y visitas guiadas y el 1.07% prefiere viaje de compras.

Estos datos permiten conocer cuáles deben ser los tipos de servicios que deben incluirse dentro de los paquetes de distracción y recreación que ofertará la agencia debe ofertar para satisfacer el mercado.

Tabla 10 ¿Con que frecuencia utilizaría los servicios y productos que ofrecería la agencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanalmente	15	4.00%
Mensualmente	360	96.00%
Semestralmente	0	0.00%
Anualmente	0	0,00%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 10 ¿Con que frecuencia utilizaría los servicios y productos que ofrecería la agencia?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 96% utilizaría los servicios de la agencia de forma mensual, mientras que 4% lo haría de forma semanal.

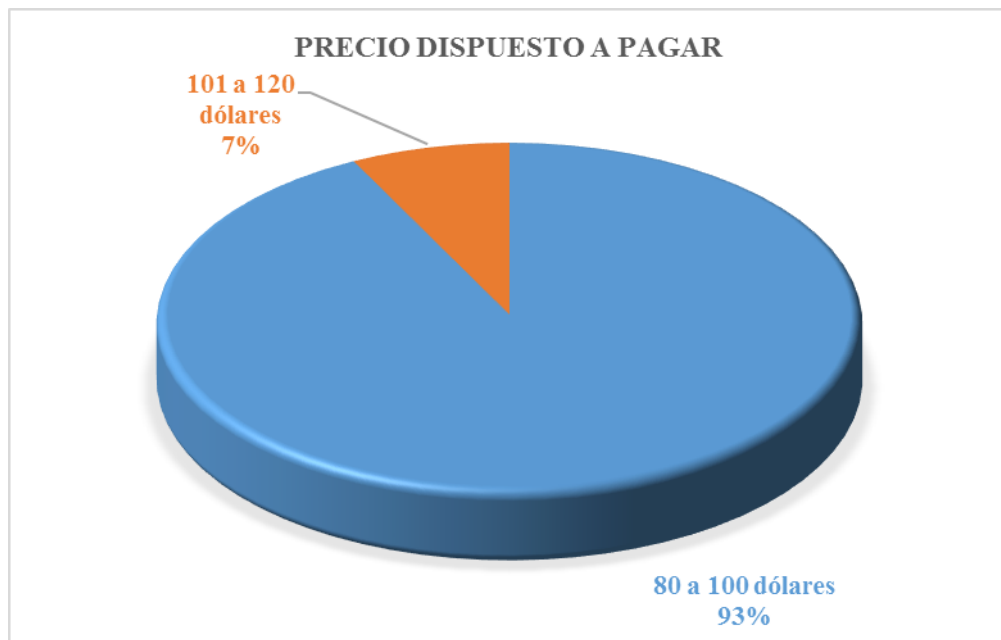
Estas dos tendencias muestran que los potenciales clientes utilizarían con mayor frecuencia al menos 1 vez al mes el servicio.

Tabla 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de servicios de distracción y recreación?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
80 a 100 dólares	347	92.53%
101 a 120 dólares	28	7.47%
121 a 140 dólares	0	0.00%
141 a 160 dólares	0	0.00%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de servicios de distracción y recreación?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 92.53% indica que estarían dispuestos a pagar entre un rango de 80 a 100 dólares, mientras que el 7.47% restante podría pagar entre un rango de 101 a 120 dólares.

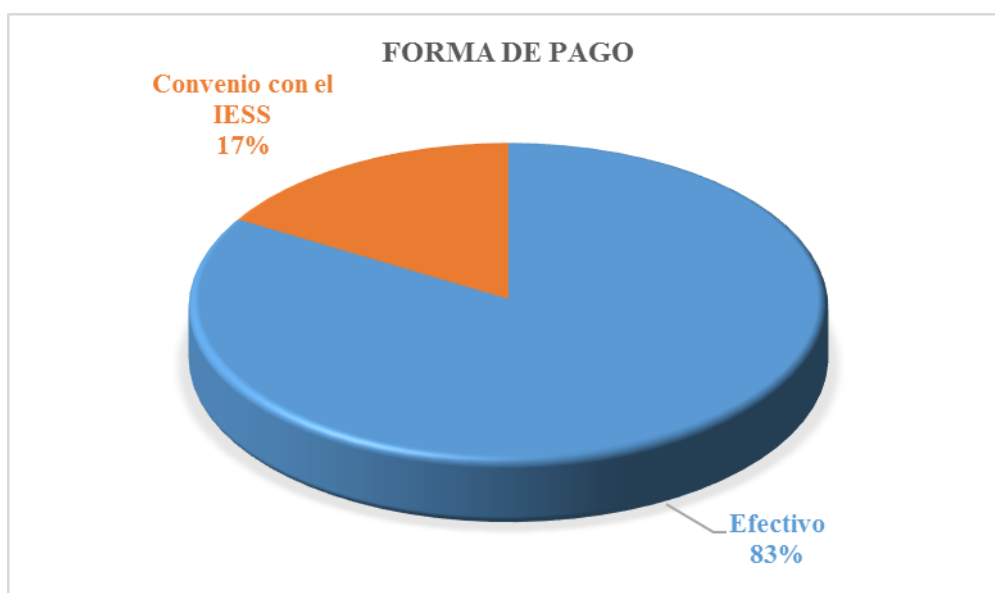
Esta pregunta permite determinar la disposición al pago de los potenciales clientes, esta información se utilizará para la fijación de precios.

Tabla 12 ¿Cuál es la forma de pago que usted realizaría al adquirir los servicios de la agencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	313	83.47%
Convenio con el IESS	62	16.53%
Tarjeta de crédito o debito	0	0.00%
Transferencia bancaria	0	0,00%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 12 ¿Cuál es la forma de pago que usted realizaría al adquirir los servicios de la agencia?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 83% prefieren pagar en efectivo, mientras que 17% prefieren que el pago se realice a través de un convenio con el IESS.

La ventaja de que la mayor parte de los potenciales clientes deseen pagar en efectivo es que la agencia tendrá liquidez corriente, que permita cubrir los costos y gastos que se necesitan para el funcionamiento de la agencia, en relación al convenio con el IESS se debe suscribir un acuerdo para que los pagos sean descontados de la pensión jubilar que reciben los afiliados, lo que será más demorado y burocrático para la agencia.

Tabla 13 Por la contratación de los servicios en la agencia ¿Qué promoción le gustaría recibir?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos del 50% para una persona que le acompañe	324	86.40%
Acumulación de servicios para próximo uso	51	13.60%
Otro, indique.	0	0.00%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 13 Por la contratación de los servicios en la agencia ¿Qué promoción le gustaría recibir?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 86.40% prefiere por promoción que se realice un descuento del 50% para una persona que le acompañe durante el viaje, mientras que el 14% prefiere que se les otorgue acumulación de servicios para próximo uso.

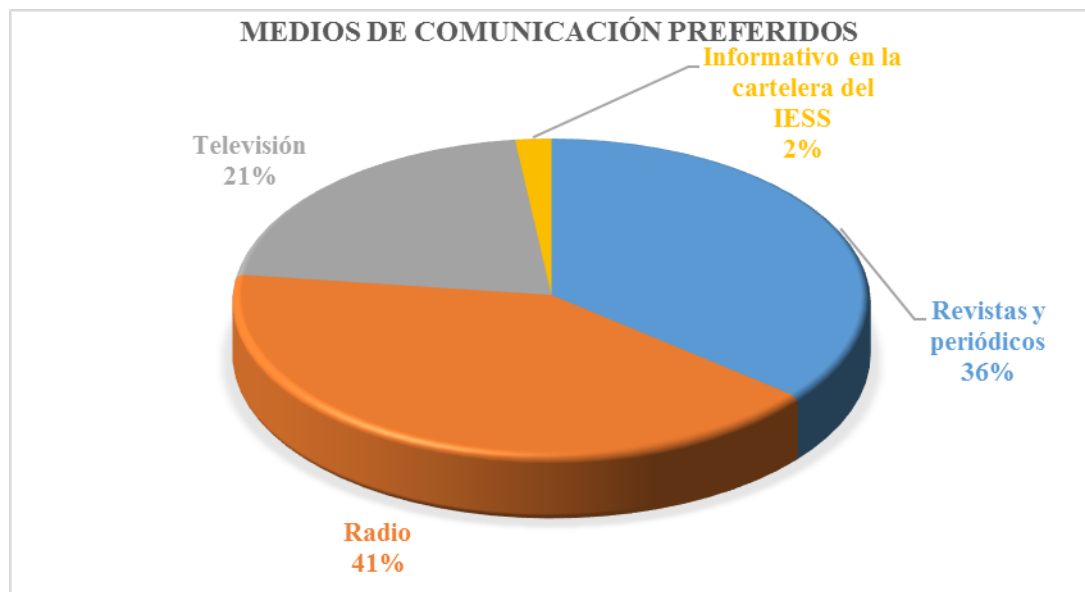
Es importante determinar el tipo de promoción que les gustaría recibir para incentivar la compra y fomentar la fidelización de los clientes.

Tabla 14 ¿Cómo le gustaría que se publicite los servicios que oferte la agencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	0	0.00%
Revistas y periódicos	135	36.00%
Radio	154	41.07%
Televisión	79	21.07%
Informativo en la cartelera del IESS	7	1.86%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 14 ¿Cómo le gustaría que se publicite los servicios que oferte la agencia?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas, 41.07% prefieren como medio de comunicación la radio, 36.00% revistas y periódicos, 21.07% televisión y 1.86% prefieren el informativo en la cartelera del IESS.

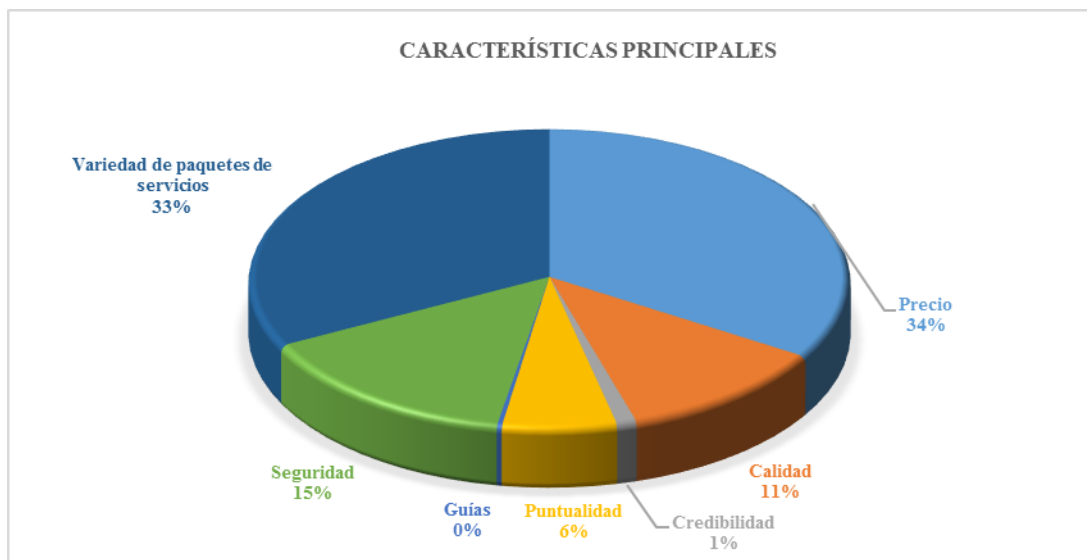
La mayor parte prefiere la radio, revistas y la televisión, estos serán los medios para promocionar los servicios de la agencia.

Tabla 15 Características que influyen en la decisión de compra

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio accesible	127	33.87%
Calidad	43	11.47%
Credibilidad	4	1.07%
Puntualidad	23	6.13%
Guías	1	0.27%
Seguridad	55	14.67%
Variedad de paquetes de servicios	122	32.53%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 15 Características que influyen en la decisión de compra



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

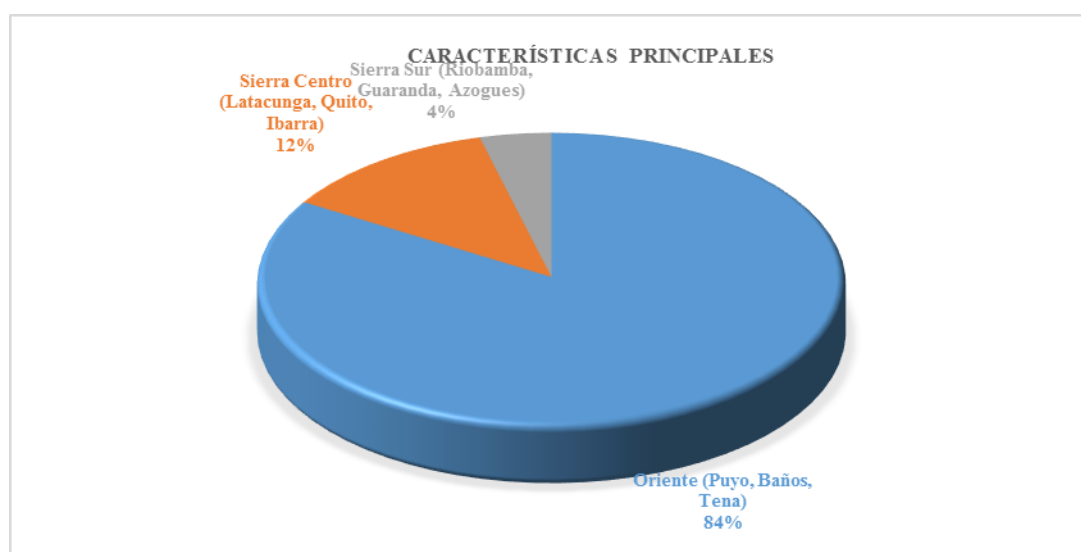
De las 375 personas encuestadas sobre las principales características que deben tener los paquetes de bienes y servicios de la agencia, 33.87% mencionan el precio accesible, 32.53% mencionan a la variedad de paquetes de servicio, 14.67% seguridad, 11.47% prefieren calidad, 6.13% prefiere la puntualidad, 1.07% menciona la credibilidad y 0.27% prefiere que la agencia.

Tabla 16 ¿Qué tipo de profesionales le gustaría que se encuentre en la agencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nutricionistas	4	0.80%
Guías turísticos	9	1.79%
Enfermeras	166	33.07%
Fisioterapistas	65	12.95%
Cocineros	2	0.40%
Choferes profesionales	129	25.70%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 16 ¿Qué tipo de profesionales le gustaría que se encuentre en la agencia?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas sobre los profesionales que les gustaría que se encuentren en la agencia, se determinó que el 33.07% prefieren encontrar enfermeras, 25.07% indica a los choferes profesionales, 12.95% prefiere fisioterapistas, 1.79% indicó a los guías turísticos, 0.80% menciona a los nutricionistas y 0.40% prefiere cocineros.

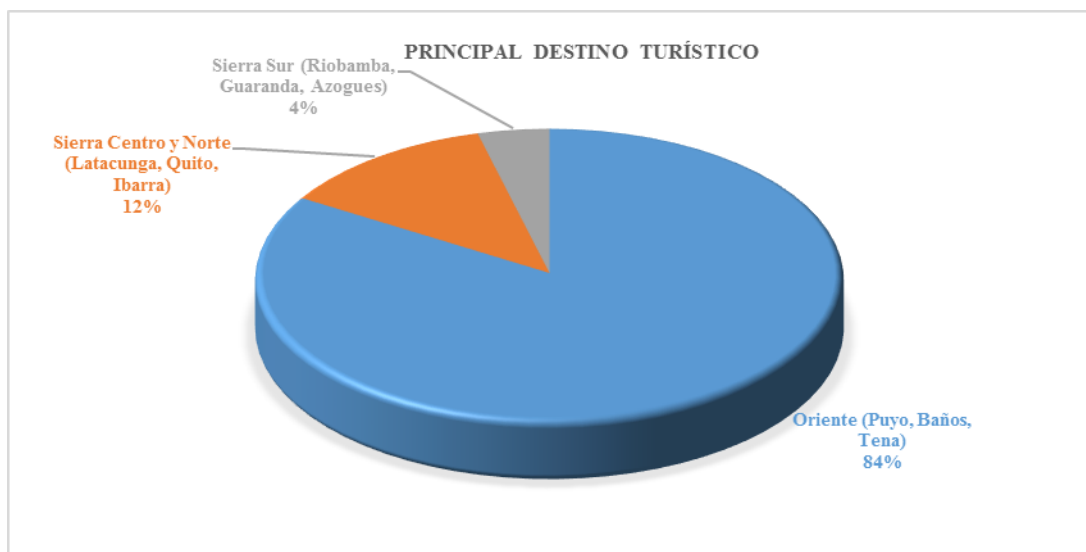
Los profesionales que se dispondrán en la agencia serán: enfermeras, choferes profesionales y fisioterapistas que ayudarán a generar un servicio de entretenimiento y distracción de calidad para los adultos mayores.

Tabla 17 ¿Cuál es su destino turístico preferido al momento de salir a distraerse?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Oriente (Puyo, Baños, Tena)	312	83.65%
Sierra Centro y Norte (Latacunga, Quito, Ibarra)	46	12.33%
Sierra Sur (Riobamba, Guaranda, Azogues)	15	4.02%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 17 ¿Cuál es su destino turístico preferido al momento de salir a distraerse?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas sobre el destino turístico preferido, 83.65% mencionó a la Región Oriente como principal destino turístico, las ciudades de Puyo, Baños y Tena son los lugares preferidos, 12.33% prefiere la Sierra Centro visitar ciudades como Latacunga, Quito e Ibarra, mientras que la Sierra Sur es preferida por el 4.02%, en donde se encuentran ciudades como Riobamba, Guaranda y Azogues.

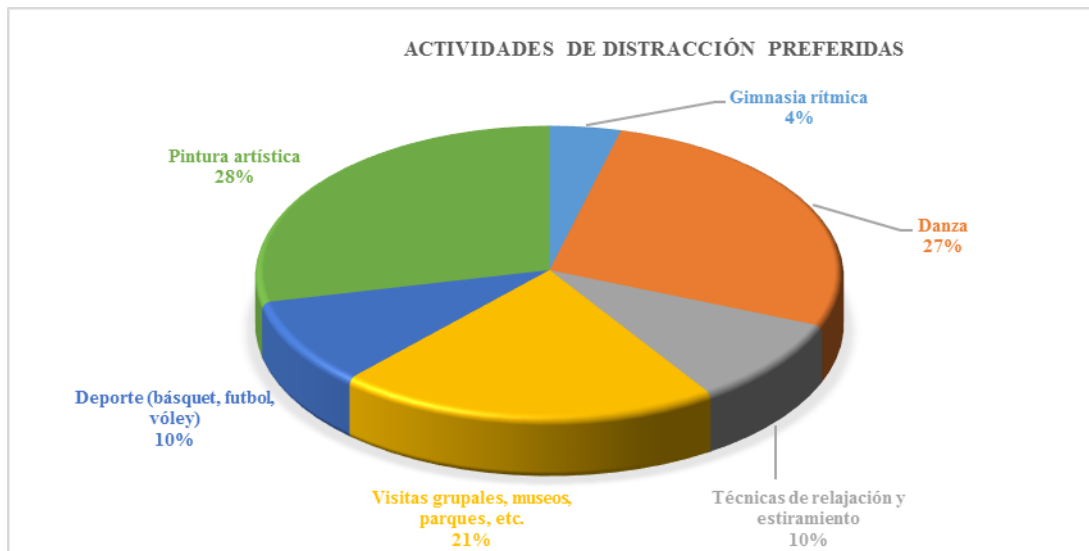
El principal destino es la región Oriente del Ecuador seguido de la Sierra Centro y Sur, por lo tanto, se debe elaborar rutas que cubran estas regiones para así satisfacer las necesidades de los adultos mayores, la región Oriente se destaca por su clima agradable y sus paisajes naturales, esto hará que los adultos mayores se sientan más satisfechos con los bienes y servicios incluidos en los paquetes de viajes.

Tabla 18 ¿Qué tipo de actividad de distracción prefiere?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Gimnasia rítmica	15	4.00%
Danza	102	27.20%
Técnicas de relajación y estiramiento	36	9.60%
Visitas grupales, museos, parques, etc.	79	21.07%
Deporte (básquet, fútbol, vóley)	36	9.60%
Pintura artística	107	28.53%
Total	375	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 18 ¿Qué tipo de actividad de distracción prefiere?



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación de resultados

De las 375 personas encuestadas sobre las principales actividades de distracción que prefieren, 28.53% prefiere pintura artística, 27.20% prefiere danza, 21.07% señaló visitas grupales, 9.60% prefiere técnicas de relajación y estiramiento al igual que deportes, un 4% prefiere gimnasia rítmica.

Las principales actividades de distracción que fueron seleccionados con mayor frecuencia son: pintura artística, danza y visitas grupales, estas actividades estarán disponibles en los paquetes de servicios de distracción para que los adultos mayores puedan disfrutar del tiempo que dura el paquete de distracción y recreación.

3.4 Estudio de la Demanda

Según (Lacalle, 2018) es el conjunto de bienes y servicios que los clientes están dispuestos a adquirir a un determinado precio, cantidad y condiciones específicos.

Para (Kotler & Kartajaya, 2018; Pacheco & Pérez, 2018) la demanda se refiere al deseo de los consumidores de comprar bienes y servicios y la disposición a pagar un precio por un bien o servicio específico.

La demanda está representada por la cantidad de bienes y servicios que requieren todas las personas que pertenezcan a la categoría de jubilados al IESS de la ciudad de Ambato.

3.3.1 Demanda en personas

a) Explicación

La demanda se obtuvo de las personas que respondieron que sí a la pregunta 3 Si se creara una agencia de distracción y recreación para el adulto mayor en la ciudad de Ambato. ¿Accedería a utilizar los servicios y productos que oferte la agencia?

Tabla 19 Mercado objetivo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Mercado objetivo
Sí	368	98.13%	15121
No	7	1.87%	288
Total	375	100.00%	15409

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

La demanda se obtuvo del porcentaje de las personas que respondieron que sí utilizarían los servicios, esta opción tuvo un valor del 98.13% que equivale a 15121 jubilados del IESS.

La proyección de la demanda (Méndez & López, 2014) corresponde a la estimación o previsión durante un periodo de tiempo establecido. De acuerdo a (Pacheco & Pérez, 2018) se refiere al estudio de cuanto crecerá la demanda durante un tiempo determinado que generalmente se considera un año para proyectos de inversión.

b) Proyección de la oferta en personas

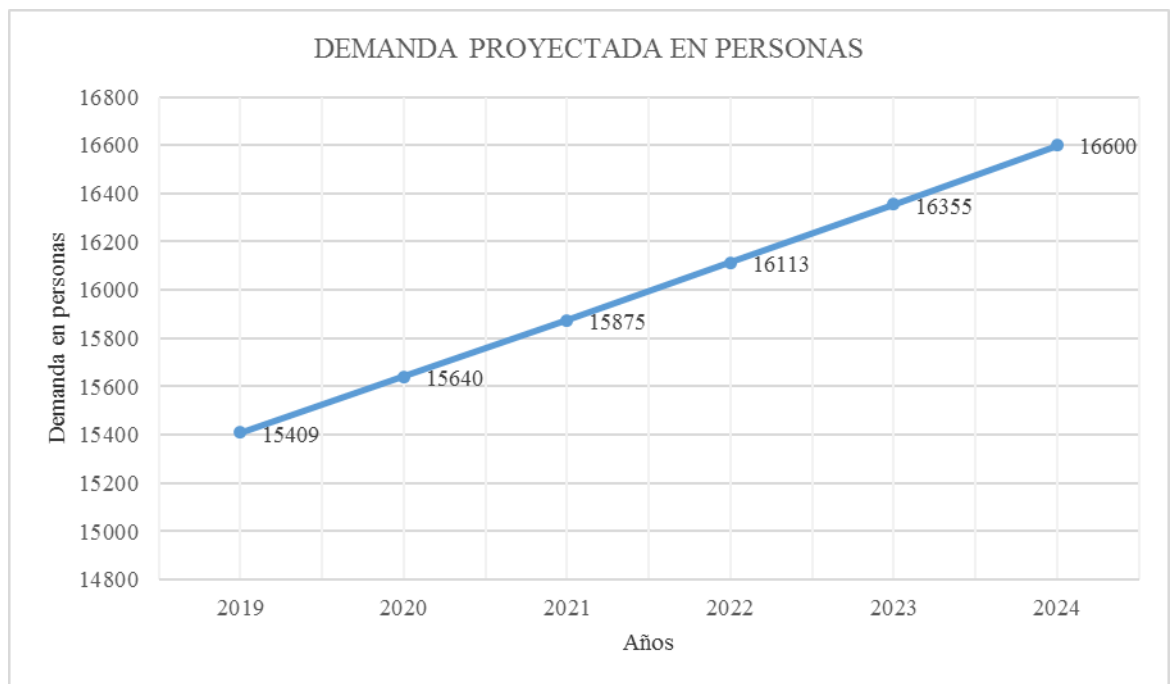
Para la proyección de la demanda se utilizó la Tasa de Crecimiento Poblacional obtenida del último censo, según el (INEC, 2010) la TCP para la provincia de Tungurahua es de 1.50%, se proyectó a 5 años, tiempo en el cual se considera los cálculos de proyección del presente plan de emprendimiento.

Tabla 20 Proyección de la demanda en personas

Año	Demanda en personas	TCP
2019	15409	1.50%
2020	15640	231
2021	15875	235
2022	16113	238
2023	16355	242
2024	16600	245

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 19 Demanda proyectada en personas



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Durante el año 2019 indicado como año 0 porque es el periodo en el cual se desarrolló el presente plan de emprendimiento, desde el año 2020 al 2024 se tendrá una proyección positiva de la demanda en personas, se espera tener una demanda que

va desde 15640 para el año 2020 a 16600 jubilados para el año 2024, se considera que serán los clientes potenciales que utilizarán los bienes y servicios que oferte la agencia.

3.3.2 Demanda en productos

Para la proyección de la demanda en productos se considera el estudio de mercado realizado a través de la encuesta, para ello se utilizó la pregunta N.6 ¿Con que frecuencia utilizaría los productos que ofrecería la agencia?

Tabla 21 Resultados pregunta 6

Demanda	Opciones	Porcentaje	Población	Cantidad de Compra
15409 Jubilados al IESS	Semanal	4.00%	616	29568
	Mensual	96.00%	14793	177516
Total Año 0		100%	15409	207084

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Los valores correspondientes a la cantidad de compra se obtienen de la población por la frecuencia de compra de la siguiente forma: Semanal = 616 x 48 (semanas al año): 29568 paquetes de servicios, Mensual = 14793 x 12 (meses al año): 177516 paquetes de servicios.

Tabla 22 Proyección de la demanda en productos

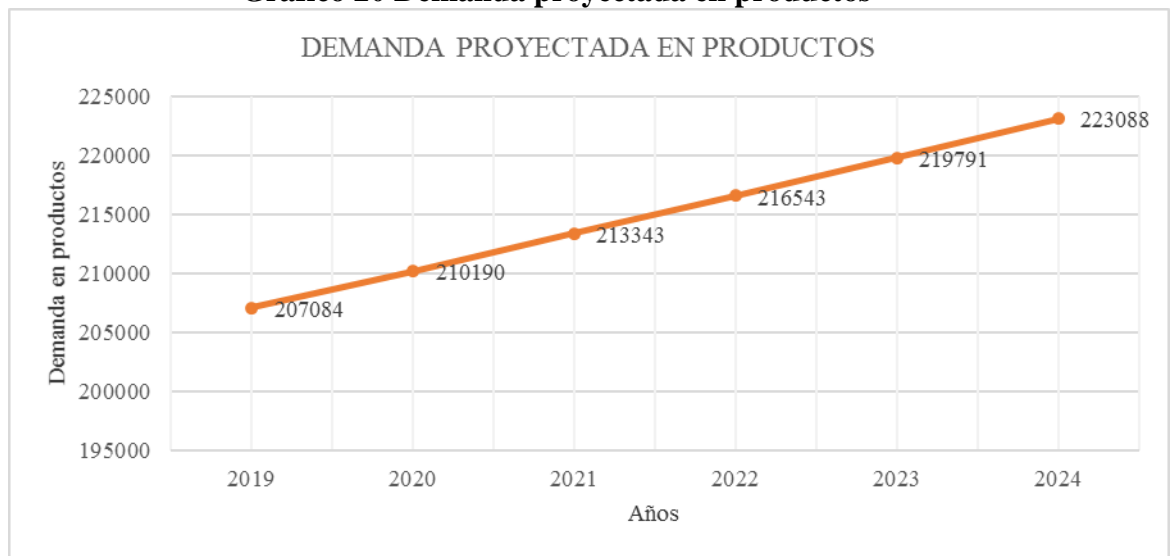
Año	Demanda en productos	TCP
2019	207084	1.50%
2020	210190	3106
2021	213343	3153
2022	216543	3200
2023	219791	3248
2024	223088	3297

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Explicación

Se proyectó la demanda de acuerdo a la Tasa de Crecimiento Poblacional del cantón Ambato que fue del 1.50% de acuerdo a datos del (INEC, 2010) de esta manera se puede proyectar a los 5 años para el cual se realizan los análisis del emprendimiento.

Gráfico 20 Demanda proyectada en productos



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

La proyección de la demanda en productos presenta un crecimiento positivo considerando el año 2020 con una demanda de 210190 paquetes de servicios de distracción y recreación hasta el año 2024 se tendrá una demanda de 223088 paquetes.

3.4 Estudio de la oferta

En relación al estudio de la oferta, según (Pacheco & Pérez, 2018) corresponde al análisis de los principales proveedores de la industria, conocer sus estrategias, fortalezas y debilidades.

Para (Castillo, 2017) corresponde a la cantidad de bienes y servicios disponibles en el mercado en función de las especificaciones determinadas de las necesidades de los clientes.

a) Explicación

Para el estudio de la oferta se consideran las personas que indicaron que no utilizarían los bienes y servicios que oferte la agencia de distracción y recreación, de acuerdo a la pregunta N.3 Si se creara una agencia de distracción y recreación para el

adulto mayor en la ciudad de Ambato. ¿Accedería a utilizar los servicios y productos que oferte la agencia?

Tabla 23 Oferta en personas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Mercado objetivo
No	7	1.87%	288

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Explicación

Se considera a las personas que respondieron que no, debido a que estas personas cubren las necesidades de distracción y recreación mediante otras agencias, por lo tanto, estas agencias se transforman en la oferta y en la competencia de la agencia.

Con un total de 1.87% que corresponde a 288 jubilados al IESS Ambato, representa a las personas que no adquirirían los servicios de la agencia, bajo el supuesto que tienen otro tipo de agencia que les provee un servicio similar.

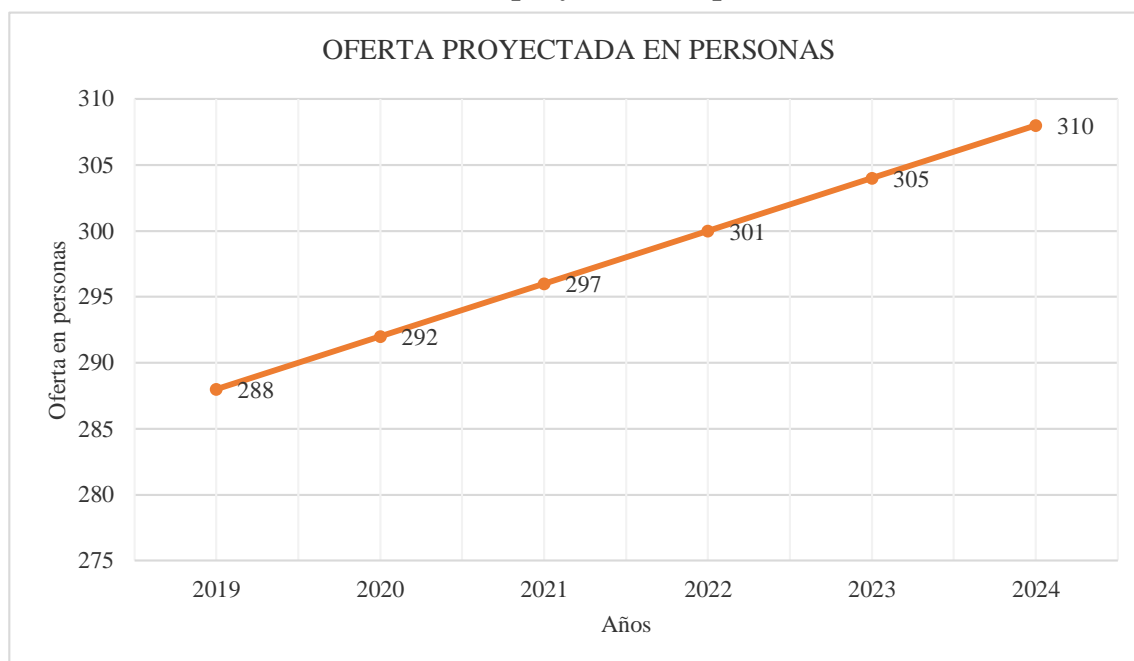
b) Proyección de la oferta en personas

Tabla 24 Proyección de oferta en personas.

Año	Oferta en personas	TCP
2019	288	1.50%
2020	292	4
2021	296	4
2022	300	4
2023	305	5
2024	310	5

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 21 Oferta proyectada en personas



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

La oferta en personas se proyectó desde el año 2019 al 2024, bajo el supuesto de una oferta estable y creciente, desde el año 2020 se tiene una oferta en personas de 292 jubilados al IESS Ambato que adquirirían los paquetes de servicios de entretenimiento y recreación en otra agencia, para el año 2024 serán de 310 personas.

3.4.2 Oferta en productos

a) Explicación

De la misma forma que el estudio de la demanda en productos, se considera la pregunta N.6 pero en relación de las personas que contestaron que no ¿Con que frecuencia utilizaría los productos que ofrecería la agencia?

Tabla 25 Resultados pregunta 6

Oferta	Opciones	Porcentaje	Población	Cantidad de Compra
288 Jubilados al IESS	Semanal	4.00%	12	576
	Mensual	96.00%	276	3312
Total Año 0		100%	288	3888

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Los valores correspondientes a la cantidad de oferta se obtienen de la oferta en personas (jubilados que respondieron que no) por la frecuencia de compra de la siguiente forma: Semanal = 12 x 48 (semanas al año): 576 paquetes de servicios, Mensual = 276 x 12 (meses al año): 3312 paquetes de servicios.

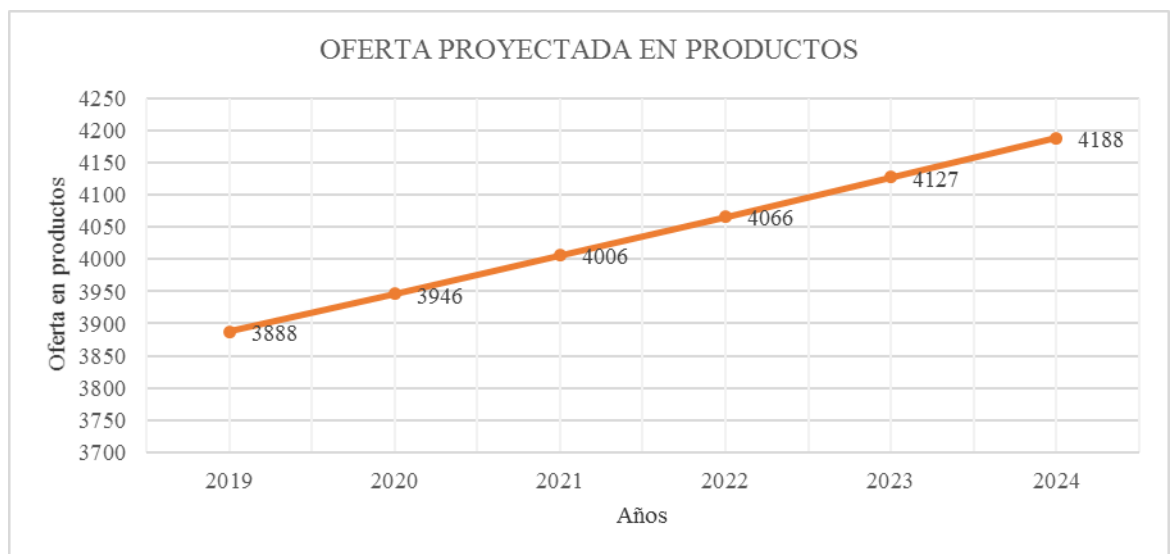
b) Calculo proyección oferta en productos

Tabla 26 Proyección de la oferta en productos

Año	Oferta en productos	TCP
2019	3888	1.50%
2020	3946	58
2021	4006	59
2022	4066	60
2023	4127	61
2024	4188	62

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 22 Proyección de la oferta en productos



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Mediante el análisis de la oferta en productos, se proyectó desde el año 2019 con una TCP de 1.50% una oferta de 3888 paquetes de servicios de distracción y recreación, para el año 2024 se estima que se tenga una oferta de 4188 paquetes de servicios de distracción y recreación.

3.5 Mercado potencial para el proyecto

El mercado potencial según (Nivelo, 2018) corresponde al conjunto total de personas que están dispuestos a adquirir un bien y servicio que satisfaga las necesidades bajo ciertas condiciones referidas al precio, descuentos, forma de entrega y pago, etc.

Según (Fernández, 2017) el mercado potencial son los potenciales clientes que tienen interés en adquirir el producto siempre y cuando satisfaga sus necesidades.

a) Explicación

Para el presente plan de negocios se considera el mercado potencial a través de la Demanda Potencial Insatisfecha del proyecto la diferencia entre la demanda y la oferta en productos proyectados.

$$\text{DPI} = \text{Demanda de productos} - \text{Oferta de Productos}$$

b) Cálculo

Tabla 27 Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda en productos	Oferta en productos	DPI
2019	207084	3888	203196
2020	210190	3946	206244
2021	213343	4006	209337
2022	216543	4066	212477
2023	219791	4127	215664
2024	223088	4188	218900

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 23 Demanda Potencial Insatisfecha



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

La demanda potencial insatisfecha para el año 2020 será de 206244 paquetes de servicios, bajo determinados factores como TCP demanda y oferta de productos constantes para el año 2024 se obtendrá un DPI para el año 2024 218900 paquetes de servicios.

3.6 Precios

De acuerdo a (Córdoba, 2017) la fijación correcta de precios tiene un gran impacto sobre los niveles de ventas, ingresos y rentabilidad de las empresas, para lo cual se debe realizar un estudio de mercado estudio económico, sectorial e interno de los factores internos y externos de las empresas.

Según (Cuevas, 2016) la fijación de precios es una decisión que se debe realizar a corto plazo, basados en decisiones relacionadas al estudio de mercado y disposición al pago de los consumidores.

a) Explicación

El precio se determinó de acuerdo al estudio de mercado realizado por el cuestionario, para determinar las opciones de precio en la pregunta se consideró precios referentes de servicios de viajes y alimentación de empresas referentes en el mercado.

Mediante la pregunta 8, se obtuvo que un 92.53% estaría dispuesto a pagar entre un rango de 80 a 100 dólares por cada paquete de servicios de distracción y recreación, para ello se selecciona el precio de 90 dólares por cada paquete de servicios de distracción y recreación por persona que incluye: servicio de transporte, alimentación, actividades de distracción y recreación y entradas a parques, museos, etc.

b) Cálculo

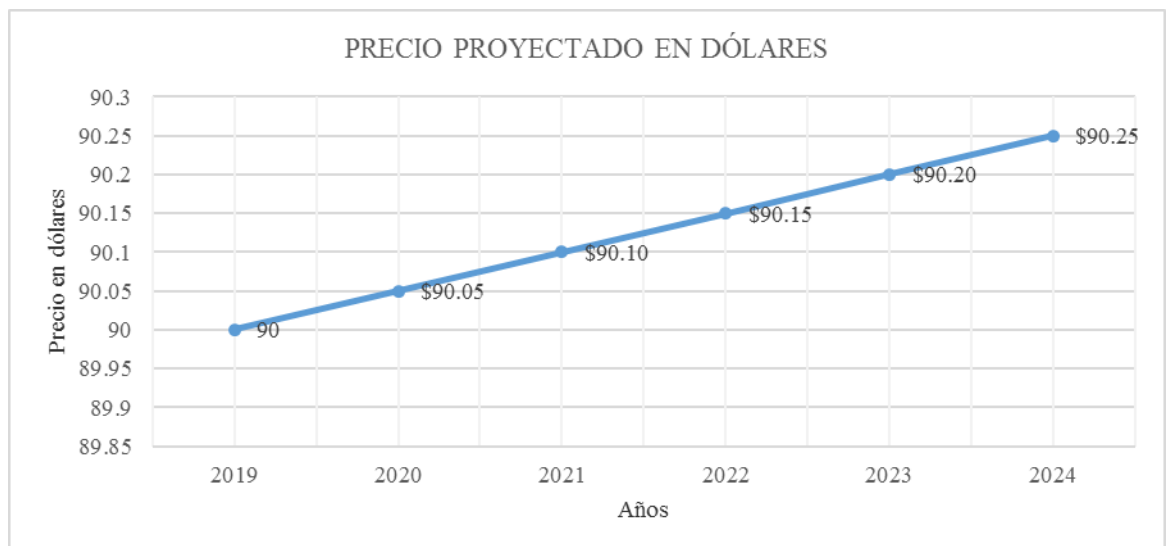
Para la proyección de los precios se consideró la inflación actual del Ecuador, según el (Banco Central del Ecuador, 2019) la inflación mensual del Ecuador para marzo del 2019 es de 0.06%.

Tabla 28 Proyección del precio

Año	Precio	Inflación
2019	\$90.00	0.06%
2020	\$90.05	0.05
2021	\$90.10	0.05
2022	\$90.15	0.05
2023	\$90.20	0.05
2024	\$90.25	0.05

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 24 Proyección del precio por paquete de servicio



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Considerando una tasa de inflación del 0.06%, el precio de mayor aceptación fue de 90 dólares por un paquete de servicios de distracción y entretenimiento que incluye: transporte, actividades de distracción, comida y entradas a sitios culturales, desde el 2019, año en el cual se realizó el estudio hasta el año 2024 será de 90.25 dólares, esto representa un incremento de 0.25 centavos en relación al valor inicial.

3.7. Canales de comercialización

De acuerdo a (Ramos, 2017) el canal de comercialización permite disponer los bienes al cliente o consumidor final, este canal dependiendo del tipo seleccionado por la empresa estará compuesto por un conjunto de empresas o personas que forman parte del equipo de comercialización.

Para (Villaseca, 2014) el canal de comercialización constituye el mecanismo para colocar el producto al cliente final en el lugar y momento en el que lo solicite.

El canal de comercialización constituye la forma en cómo se lleva y se promociona el producto o servicio al consumidor final, en este caso como se trata de los paquetes servicios de distracción y recreación, se utilizará un canal directo en donde el servicio es ofrecido directamente al cliente final.

Además, se debe considerar las estrategias de medios por los cuales se llevarán las estrategias de marketing para comunicar y promocionar a la agencia con el mercado objetivo.

Los medios de comunicación que se utilizaran corresponden a los que tuvieron mayor porcentaje de aceptación por parte de las personas encuestadas, esto se evidencia en la pregunta N.10 sobre los medios de comunicación preferidos, revistas y periódicos por el 36.00% y radio con el 41.07%.

Por lo tanto, se utilizará la contratación de publicidad en los principales periódicos de Ambato: El Herald y Diario la hora, para lo cual se contratará un espacio en este tipo de periódicos, en relación a las cuñas comerciales de corta duración se contratará los servicios de las diferentes radios de la ciudad de Ambato.

3.8 Canal de distribución

De acuerdo a (Cruz, 2014) es un sistema en donde se coordinan acciones de logística y transporte para llevar el producto al cliente final.

Según (Villarreal, 2015) son las vías por donde recorre un producto determinado hasta llegar al cliente o consumidor final de acuerdo a las necesidades requeridas.

El canal de distribución constituye la forma en cómo se colocará los paquetes de bienes y servicios de distracción y recreación para los adultos mayores, para ello se utilizará un canal de distribución directo, según (Pacheco & Pérez, 2018) el canal directo es aquel en donde la empresa vende directamente sin la necesidad de intermediarios los productos o servicios al cliente o usuario final.

Ventajas del canal de distribución directo

- Se reduce costos.
- Control total del canal de distribución.
- Mayor contacto con el cliente final.
- Mayores ingresos.

Desventajas del canal de distribución directo

- Limitación del volumen de ventas.
- Limitación de la expansión geográfica.
- Incremento en los costos relacionados al mantenimiento del personal de ventas.

Gráfico 25 Canal de distribución directo



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

3.9. Estrategias de comercialización

Según (Flórez, 2015) es importante determinar las estrategias de comercialización que permitan incrementar la participación de la empresa en el mercado.

De acuerdo a (Scharch, 2016) para la elaboración de las estrategias de comercialización es necesario realizar una evaluación interna y externa, esto se puede realizar mediante el análisis FODA, el diagnóstico micro, meso y macro e investigaciones cualitativas y cuantitativas a través de grupos focales, encuestas o estadísticas del sector con las tendencias del mercado.

A continuación, se detalla las herramientas que se utilizaron en la evaluación de las estrategias de comercialización para los bienes y servicios de la agencia.

3.9.1 Análisis FODA

Tabla 29 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Venta directa.• Personal capacitado y motivado para cuidar a los adultos mayores.• Transporte que ofrece seguridad, confort y tecnología.• Localización ideal de la agencia.	<ul style="list-style-type: none">• Inexperiencia en la gestión de la empresa.• Limitada financiación.• Inexperiencia en la realización de procesos.• Poca inversión en publicidad.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Expansión de la agencia a otras ciudades.• Incremento de la participación en el mercado.• Ofertar nuevos paquetes de servicios.• Convenios con el IESS.	<ul style="list-style-type: none">• Nuevas agencias que oferten servicios similares.• Inestabilidad de económica.• Atraso en los pagos de las pensiones por parte del IESS.• Aumento de los índices de mortalidad de los jubilados.

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

3.9.2. Matriz Perfil de capacidad interna (PCI)

“Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor”									
Detalle	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Directiva									
Inexperiencia en la gestión.				X			X		
Inexperiencia en la realización de procesos				X			X		
Poca inversión en publicidad.					X			X	
Competitiva									
Transporte que ofrece seguridad, confort y tecnología.	X						X		
Localización ideal de la agencia.	X						X		
Venta directa de los paquetes de servicios		X						X	
Financiación									
Limitada financiación				X			X		
Talento Humano									
Personal capacitado y motivado	X						X		

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

3.9.3 Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas

“Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor”									
Detalle	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Económico									
Inestabilidad económica.					X			X	
Atraso en los pagos de las pensiones por parte del IESS				X			X		
Convenios con el IESS.	X				X				
Social									
Aumento de los índices de mortalidad de los jubilados				X			X		
Incremento de la participación en el mercado.	X						X		
Expansión de la agencia a otras ciudades.	X						X		
Nuevas agencias que oferten servicios similares.				X			X		
Ofertar nuevos paquetes de servicios	X							X	

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

3.9.4. Ponderaciones Matrices PCI – POAM

Tabla 30 Escala de calificación

Escala de calificación	
1	Bajo
2	Medio bajo
3	Medio alto
4	Alto impacto

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 31 Ponderación Matriz PCI

Fortalezas	Peso factor	Calificación	Ponderación
Venta directa.	0.05	3	0.15
Personal capacitado y motivado para cuidar a los adultos mayores.	0.15	4	0.60
Transporte que ofrece seguridad, confort y tecnología.	0.15	4	0.60
Localización ideal de la agencia	0.10	3	0.30
Debilidades	Peso factor	Calificación	Ponderación
Inexperiencia en la gestión de la empresa.	0.10	4	0.40
Limitada financiación.	0.15	4	0.60
Inexperiencia en la realización de procesos.	0.20	3	0.60
Poca inversión en publicidad.	0.10	2	0.20
TOTAL	1.00		3.45

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

En la tabla PCI se obtiene un valor de 3,45, en las Fortalezas se obtuvo 1.65 y en las Debilidades se obtuvo 1.80 lo que quiere decir que la agencia tiene mayores debilidades de fortalezas, por lo tanto, se debe elaborar estrategias para revertir las debilidades en fortalezas que permitan el crecimiento y desarrollo sostenible de la agencia.

Tabla 32 Ponderación Matriz POAM

Oportunidades	Peso factor	Calificación	Ponderación
Expansión de la agencia a otras ciudades.	0.20	2	0.40
Incremento de la participación en el mercado.	0.10	2	0.20
Ofertar nuevos paquetes de servicios.	0.05	2	0.10
Convenios con el IESS.	0.20	4	0.80
Amenazas	Peso factor	Calificación	Ponderación
Nuevas agencias que oferten servicios similares.	0.15	3	0.45
Inestabilidad de económica.	0.05	2	0.10
Atraso en los pagos de las pensiones por parte del IESS.	0.20	3	0.60
Aumento de los índices de mortalidad de los jubilados.	0.05	3	0.15
TOTAL	1.00		2.80

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

En la ponderación realizada en la tabla POAM se obtuvo un valor de 2,80 en las Oportunidades se obtuvo 1.5 y en las Amenazas se obtuvo 1.30 lo que quiere decir que la agencia tiene mayores fuentes de oportunidades que amenazas, por lo que se debe elaborar estrategias para aprovechar las oportunidades que se presenten.

Tabla 33 Matriz FODA

	Fortalezas F1. Venta directa. F2. Personal capacitado y motivado para cuidar a los adultos mayores. F3. Transporte que ofrece seguridad, confort y tecnología. F4. Localización ideal de la agencia.	Debilidades D1. Inexperiencia en la gestión de la empresa. D2. Limitada financiación. D3. Inexperiencia en la realización de procesos. D4. Poca inversión en publicidad.
	Oportunidades O1. Expansión de la agencia a otras ciudades. O2. Incremento de la participación en el mercado. O3. Ofertar nuevos paquetes de servicios. O4. Convenios con el IESS.	Estrategias F.O F1O1 Capacitación continua del personal sobre calidad en la atención al cliente. F3O3 Diseñar nuevos paquetes de servicios, aprovechando de la disponibilidad del transporte.
Amenazas A1. Nuevas agencias que oferten servicios similares. A2. Inestabilidad de económica. A3. Atraso en los pagos de las pensiones por parte del IESS. A4. Aumento de los índices de mortalidad de los jubilados.	Estrategias F.A F2A1 Desarrollar estándares de calidad en la atención al cliente para destacarse en el mercado. F1A3 Ofertar crédito directo para los clientes frecuentes.	Estrategias D.A D2A1 Pedir un préstamo a una institución financiera para aumentar la capacidad de transporte. D4A1 Diseñar promociones para atraer nuevos clientes.

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 34 Plan de acción

Objetivo	Estrategia	Táctica	Actividad	Presup. anual	Responsable
Capacitar en temas relacionados a la atención al cliente al personal: choferes, enfermeras, fisioterapista y guías.	Capacitación continua del personal sobre calidad en la atención al cliente	Elaborar un plan de capacitación acorde a las necesidades.	Contratar un capacitador externo. Establecer el plan de capacitación. Evaluar los resultados de la capacitación.	\$ 800.00	Gerente
Incrementar los paquetes de servicios que oferta la agencia.	Diseñar nuevos paquetes de servicios, aprovechando de la disponibilidad del transporte	Elaborar un estudio de mercado para los nuevos servicios.	Determinar las necesidades del mercado. Ejecutar una encuesta. Analizar los resultados. Establecer nuevos paquetes de servicios de acuerdo a las necesidades-	\$ 500.00	Gerente
Incrementar la publicidad de la agencia.	Diseñar planes de publicidad en periódicos y radios a nivel nacional.	Contratar espacios en los periódicos y radios más importantes.	Elaborar el plan de publicidad. Contratar el espacio publicitario.	\$ 2500.00	Gerente
Crear estándares de calidad en la atención al cliente.	Desarrollar estándares de calidad en la atención al cliente para destacarse en el mercado	Establecer un estudio para adoptar la norma de calidad ISO 9000	Contratar un asesor Determinar procesos y documentación	\$ 1000.00	Gerente
Ampliar las formas de pago.	Ofertar crédito directo para los clientes frecuentes.	Evaluar nuevas formas de pago	Determinar un estudio financiero Determinar que clientes pueden tener crédito directo	\$ 500.00	Gerente
Incrementar la capacidad de inversión	Pedir un préstamo a una institución financiera para aumentar la capacidad de transporte	Evaluar la institución financiera con la menor tasa de interés	Realizar la solicitud para el préstamo bancario	\$ 100.00	Gerente
Crear nuevas promociones	Diseñar promociones para atraer nuevos clientes.	Determinar las promociones más atractivas.	Establecer los tipos de promociones que se pueden ofertar	\$ 100.00	Gerente
Agilizar los	Determinar	Convenio	Realizar un	\$ 100.00	Gerente

pagos de los clientes	convenios estratégicos de pagos directos con el IESS para dar un mayor facilidad de pago	directo de débito con el IESS	convenio con el IESS para el pago de los servicios de distracción. Solicitar al IESS el descuento en la pensión.		
-----------------------	--	-------------------------------	--	--	--

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del emprendimiento

4.1.1 Factores determinantes del tamaño

Los factores que determinan el tamaño del emprendimiento según (García, Zeró, & Sánchez, 2015) están relacionadas a decisiones de financiamiento, tamaño de mercado, marco regulatorio, apoyo gubernamental.

De acuerdo a (Parra, 2017) los factores que debe tomar en cuenta el emprendedor están relacionados a la oportunidad de negocio, el entorno legal y los estímulos gubernamentales, los niveles de desempleo, cambios tecnológicos, la ética y responsabilidad social.

En relación a los factores principales del presente emprendimiento se consideró la demanda, el financiamiento, la localización, la tecnología, disponibilidad de equipos y tecnología, disponibilidad de insumos, la estructura de la organización y el ámbito legal.

a. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha se relaciona al número de personas que están dispuestos a adquirir los paquetes de servicios para poder distraerse y recrearse, se consideró como público objetivo los afiliados al IESS Ambato, es decir personas de 60 años o más que se han afiliado al IESS y han cumplido los requisitos legales para poder recibir las pensiones mensuales.

Mediante el estudio de mercado se determinó que la demanda tiene una tendencia positiva, debido a que los jubilados que participaron en la encuesta respondieron positivamente en un 98.13% a la idea de contratar un paquete de servicios de distracción y recreación que incluye: transporte, alimentación, actividades de

distracción y recreación, así como entradas a parques, museos u otros lugares que se visiten.

b. Disponibilidad de equipo y tecnología

Principalmente se relaciona a la disposición de contar con un medio de transporte que ofrezca tecnología, seguridad, comodidad y confort para los usuarios, en la ciudad de Ambato se encuentran varias empresas carroceras que ofrecen una amplia variedad de busetas, para turismo con rampa elevadora para silla de ruedas. También existen empresas que ofrecen repuestos y mantenimiento

Se seleccionará a la empresa que oferta el modelo de buseta más seguro, completo, amplio y que ofrezca garantía.

Las empresas que ofertan busetas de turismo equipadas con asientos, cabinas, interiores, confortables, luces y wifi son:

- FOTON Ambato, calle Abdón Calderón
- PICOSA: Avenida José Peralta
- Carrocerías IMCE: Av. Indoamérica Km.1 ½
- Carrocerías VARMA: Calle Pisacha Sector Lungua - Izamba

c. Disponibilidad de talento humano

Los principales profesionales con los que contará la agencia son: choferes profesionales, enfermeras, y fisioterapeutas, estos son los profesionales que se determinaron en el estudio de mercado.

Para contar con los mejores profesionales, se acudirá al mercado laboral para realizar el proceso de selección del personal con el fin de contar con los mejores profesionales que se encuentren capacitados y motivados para tratar con adultos mayores, en base a la cualificación y la disposición a generar servicios de calidad para los clientes.

d. Financiamiento

El financiamiento según (Molina, 2014) constituye un punto clave que permite que un determinado proyecto de inversión, dadas sus posibilidades de generar flujos de

caja razonablemente predecibles y sostenibles, empleando el mayor apalancamiento posible.

Según (Ansotegui, 2015) el financiamiento constituye la forma en como la empresa o el emprendimiento obtiene el dinero necesario para poder ejecutar las tareas y operaciones de manera que se puedan alcanzar objetivos de rentabilidad.

El financiamiento es uno de los factores claves que determina el tamaño del emprendimiento, debido a que el capital inicial para iniciar el proyecto determina el tamaño relacionado a el número de busetas que se dispondrán, el lugar en donde se localizará la agencia, el número de colaboradores que se contratará para el óptimo funcionamiento.

Las fuentes de financiamiento que se consideraron son: capital propio y préstamo a una institución financiera (BANECUADOR).

e. Organización

La agencia contará con una organización basada en la comunicación organizacional en canales formales e informales con el fin de que se puedan coordinar de manera eficiente las actividades que desarrollará la agencia. Es importante que se desarrollen las actividades de forma coordinada y puntal, de tal manera que se puedan ejecutar todas las actividades de distracción y recreación planificadas. De acuerdo a (Castillo & Otros, 2019) para mantener una posición competitiva en la organización se requiere de la incorporación de un desarrollo técnico entendido como la capacidad de adaptar y desarrollar nuevas tecnologías que permitan desarrollar servicios de excelencia que atraiga y mantenga el interés de los clientes.

4.1.2 Tamaño óptimo

De acuerdo a (Nivelo, 2015) corresponde a los factores: capacidad instalada que se expresa en cantidades de unidades de producción durante un periodo de tiempo que puede ser: diario, mensual y anual.

Según (Luna, 2016) para determinar el tamaño óptimo de un proyecto es necesario recopilar información que puedan dar ideas de alternativas respecto al lugar de ubicación de la empresa, capacidad instalada, demanda, disponibilidad de recursos,

etc. Para el presente emprendimiento se consideró el tamaño óptimo de generación de bienes y servicios incluidos en los paquetes de servicios de distracción y recreación de acuerdo al nivel de inversión y disponibilidad de recursos para poder cubrir una parte de la Demanda Potencial Insatisfecha.

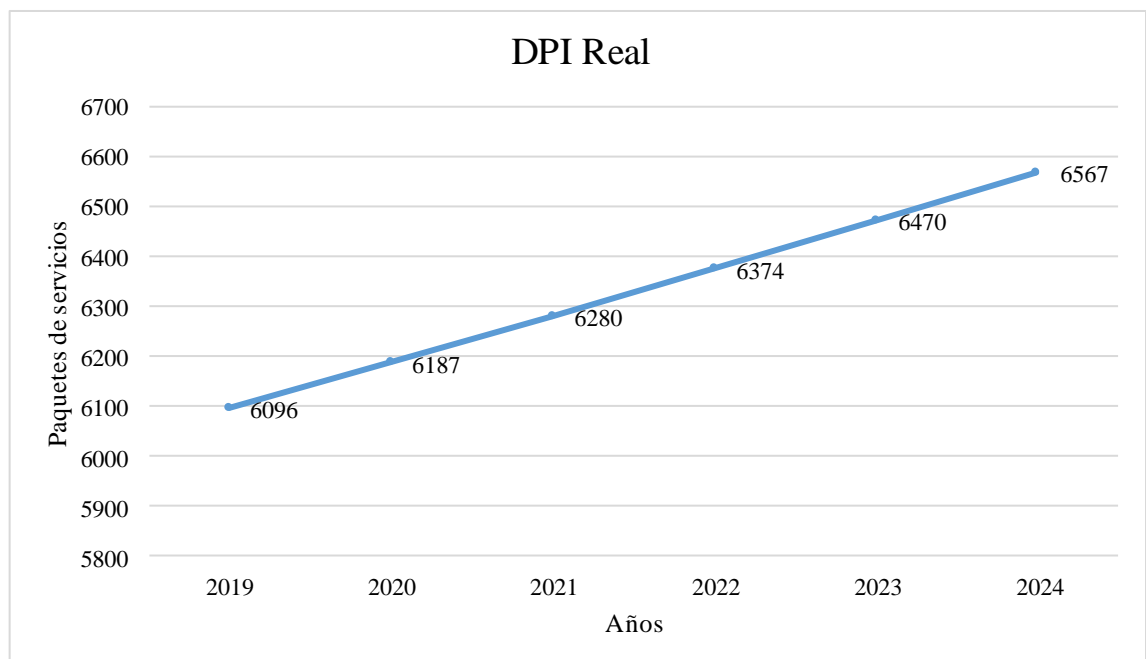
Se considera el 3% del total del DPI, porque se tendrá una capacidad de generación de 17 paquetes de servicios de distracción y recreación diario, para ello se estima se necesita una buseta de turismo a disposición de la agencia.

Tabla 35 Tamaño óptimo

Año	DPI	Estimación	DPI Real	Paquetes de servicios diarios
2019	203196	3%	6096	17
2020	206244	3%	6187	17
2021	209337	3%	6280	17
2022	212477	3%	6374	18
2023	215664	3%	6470	18
2024	218900	3%	6567	18

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 26 DPI Real



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Considerando una Demanda Potencial Insatisfecha constante, se estima un 3% de la DPI, se obtiene una DPI Real que es la cantidad óptima que la agencia puede cubrir en relación a la demanda diaria y anual de los paquetes de servicios de distracción y recreación para los adultos mayores de la ciudad de Ambato.

4.2 Localización

Según (Cruz, 2014) en la decisión sobre la localización de un proyecto de inversión se debe considerar aspectos geográficos, económicos, sociales y legales, de manera que se pueda ubicar el proyecto de inversión en un lugar estratégico.

De acuerdo a (Flórez, 2015) es un factor para el éxito de una empresa, ya que el lugar de localización de una empresa influye en las decisiones estratégicas relacionadas a los clientes y proveedores.

Para se debe considerar los costos relacionados al transporte, cercanía con los clientes, fuentes de materiales, aspectos legales y de seguridad, de manera que se pueda garantizar costos bajos y altos estándares de infraestructura y satisfacción de las necesidades de los clientes.

La localización óptima del presente emprendimiento se realizó e acuerdo a los factores: accesibilidad, servicios básicos, vías de transporte, costo de arriendo, iluminación y seguridad.

Tabla 36 Valoración del impacto

Escala	Impacto
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 37 Método de puntos ponderados

Factores Relevantes	Peso Ponderado	Opción A		Opción B		Opción C	
		Huachi Grande		Ciudadela España		Izamba	
Acceso a servicios básicos	10	3	30	3	30	3	30
Permisos legales	15	2	30	3	45	2	30
Precios de arriendo	15	3	45	1	15	3	45
Proximidad a los clientes	25	1	25	3	75	1	25
Espacio físico	15	3	45	2	30	3	45
Vías de acceso	10	1	10	3	30	1	10
Disponibilidad de sitios de alquiler	15	3	45	1	15	3	45
Disponibilidad de garaje	10	3	30	2	20	3	30
Disponibilidad de servicios de transporte público	15	2	30	3	45	1	15
Vigilancia policial	15	1	15	3	45	1	15
Total	100		305		350		290

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Considerando tres opciones de localización posible para la agencia de distracción y recreación, entre las opciones se encuentran sitios ubicados en el norte: Izamba, centro; ciudadela España y sur: Huachi Grande en la ciudad de Ambato.

La opción más viable fue la Ciudadela España por los siguientes factores, en relación a los permisos legales es más factible debido a la cercanía con los organismos de control como el SRI y al IESS Ambato, en relación a la proximidad a los clientes, la Ciudadela España está ubicada en un sector estratégico cercano al centro de la ciudad de Ambato, en la disponibilidad de servicios de transporte público, hay varias líneas de autobuses que conectan fácilmente a la ciudadela, haciendo más fácil la accesibilidad tanto para los clientes como para los colaboradores, y en relación a la vigilancia policial, este es un sitio tranquilo y seguro que permitirá ser más atractivo para los clientes potenciales.

4.2.1 Macro localización

La agencia para la distracción y recreación de los adultos mayores en la ciudad de Ambato estará ubicada en:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Tungurahua

Ciudad: Ambato

Gráfico 27 Macro localización: Provincia de Tungurahua



Fuente: Google Mapas

4.2.2 Micro localización

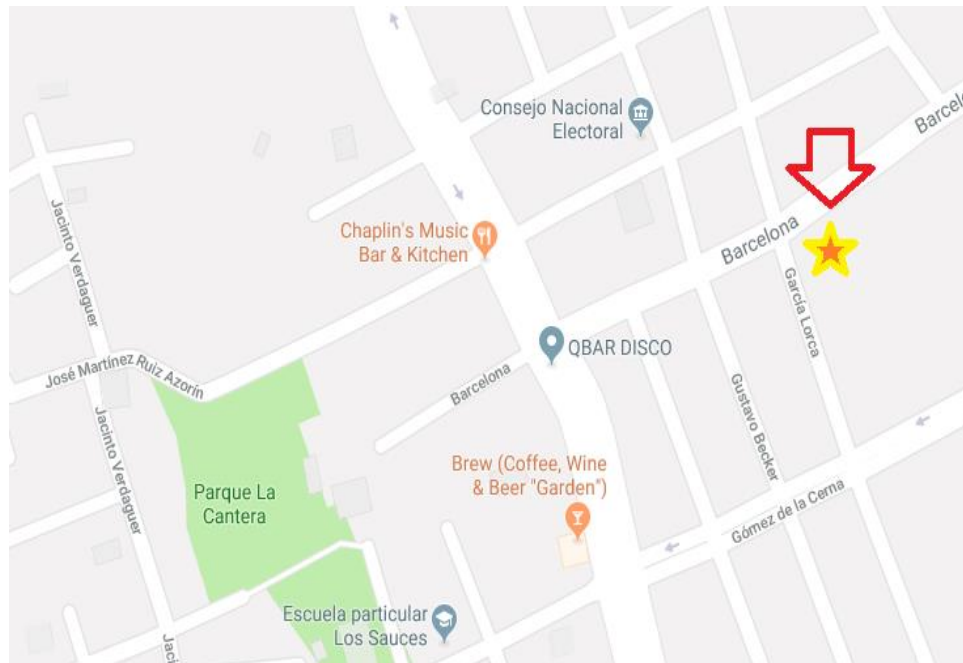
Cantón: Ambato

Parroquia: La Matriz

Sector: Ciudadela España

Calles: Barcelona y García Lorca

Gráfico 28 Micro localización



Fuente: Google Maps

4.3 Ingeniería del Proyecto

Según (Flórez, 2015) en la ingeniería del proyecto se debe describir los procesos de producción seleccionados, indicando la maquinaria, equipo y personal necesario para el funcionamiento adecuado de la planta.

De acuerdo a (Alvarado, 2016) la ingeniería de proyectos corresponde al estudio de los procesos operativos, considerando la utilización de maquinaria, equipos

tecnológicos, vehículos y demás recursos necesarios para la instalación y funcionamiento de los procesos operativos de la empresa.

En este punto se consideraron la descripción de los procesos operativos para el funcionamiento adecuado de la agencia, para ello se identificaron los equipos, vehículos y personal necesario para poder realizar los bienes y servicios ofertados en los paquetes de distracción y recreación.

4.3.1 Producto – proceso

El proceso de generación de los bienes y servicios ofrecidos en los paquetes de distracción y recreación para los adultos mayores se detallan a continuación.

Tour ecológico

Tabla 38 Actividades del tour ecológico

No.	Actividad	Descripción	Tiempo en minutos	Tiempo y recursos
1	Atención al cliente	El cliente se comunica con la agencia a través de llamada telefónica o personalmente para seleccionar paquete de distracción en este caso se trata del tour ecológico.	5	Personal de atención al cliente, computador.
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	El cliente procede a seleccionar el tipo de pago, tipo de menú y fecha que quiere que se realice viaje de acuerdo a los horarios disponibles.	5	Personal de atención al cliente, computador.
3	Confirmación de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	En esta etapa el cliente procede a verificar que la fecha, lugar de destino, precios, tipos de bienes y servicios incluidos en el paquete de distracción y recreación sean de acuerdo a lo solicitado.	1	Personal de atención al cliente, computador.
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y	Es importante que el trabajador de atención al cliente ingrese la información en relación al tipo de paquete que se realizó reserva para la posterior preparación de los	3	Personal de atención al cliente, computador.

	recreación solicitado por el cliente	servicios y del menú solicitado por el cliente.		
5	Preparación del menú	En esta etapa el cocinero se encarga de preparar y empaquetar los alimentos de acuerdo al menú seleccionado por los clientes.	60	Cocinero Ingredientes Empaques de alimentos
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	Se procede a recoger a los clientes en el punto que seleccionaron.	10	Chofer
8	Recorrido de lugares ecológicos	Se realizará en espacios naturales como: cascadas, lagunas, montañas, senderos ecológicos.	120	Chofer Enfermera Fisioterapeuta
9	Almuerzo	Se procede a repartir el almuerzo de acuerdo al menú solicitado por el cliente	40	Enfermera
10	Compra de regalos o recuerdos del viaje	Se hace una parada en un centro comercial artesanal para que los clientes puedan comprar recuerdos o regalos del viaje realizado	30	Chofer
11	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	Se procede a dejar a los clientes en el lugar especificado, asegurando de que el cliente se sienta satisfecho y motivado, relajado con el servicio recibido durante el desarrollo del paquete de distracción y recreación.	20	Chofer

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 39 Actividades del tour de pintura artístico

No.	Actividad	Descripción	Tiempo en minutos	Tiempo y recursos
1	Atención al cliente	El cliente se comunica con la agencia a través de llamada telefónica o personalmente para seleccionar paquete de distracción en este caso se trata del tour artístico	5	Personal de atención al cliente, computador.
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	El cliente procede a seleccionar el tipo de pago, tipo de menú y fecha que quiere que se realice viaje de acuerdo a los horarios disponibles.	5	Personal de atención al cliente, computador.
3	Confirmación	En esta etapa el cliente procede a	1	Personal de

	de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	verificar que la fecha, lugar de destino, precios, tipos de bienes y servicios incluidos en el paquete de distracción y recreación sean de acuerdo a lo solicitado.		atención al cliente, computador.
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y recreación solicitado por el cliente	Es importante que el trabajador de atención al cliente ingrese la información en relación al tipo de paquete que se realizó reserva para la posterior preparación de los servicios y del menú solicitado por el cliente.	3	Personal de atención al cliente, computador.
5	Preparación del menú	En esta etapa el cocinero se encarga de preparar y empaquetar los alimentos de acuerdo al menú seleccionado por los clientes.	60	Cocinero Ingredientes Empaques de alimentos
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	Se procede a recoger a los clientes en el punto que seleccionaron.	10	Chofer
8	Recorrido de lugares	Se realizará paradas en lugares donde se cuente con buenas opciones de paisaje.	120	Chofer
9	Pintura artística	En esta etapa se procede a realizar el curso y las actividades de pintura artística en un lugar donde se pueda apreciar un paisaje.	120	Artista
10	Almuerzo	Se procede a repartir el almuerzo de acuerdo al menú solicitado por el cliente	30	Enfermera
11	Compra de regalos o recuerdos del viaje	Se hace una parada en un centro comercial artesanal para que los clientes puedan comprar recuerdos o regalos del viaje realizado	30	Chofer
12	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	Se procede a dejar a los clientes en el lugar especificado, asegurando de que el cliente se sienta satisfecho y motivado, relajado con el servicio recibido durante el desarrollo del paquete de distracción y recreación.	20	Tiempo: 3 horas Recursos: Chofer profesional, cocinero, fisioterapeuta y enfermera

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 40 Actividades del tour cultural

No.	Actividad	Descripción	Tiempo en minutos	Tiempo y recursos
1	Atención al cliente	El cliente se comunica con la agencia a través de llamada telefónica o personalmente para seleccionar paquete de distracción en este caso se trata del tour cultural	5	Personal de atención al cliente, computador.
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	El cliente procede a seleccionar el tipo de pago, tipo de menú y fecha que quiere que se realice viaje de acuerdo a los horarios disponibles.	5	Personal de atención al cliente, computador.
3	Confirmación de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	En esta etapa el cliente procede a verificar que la fecha, lugar de destino, precios, tipos de bienes y servicios incluidos en el paquete de distracción y recreación sean de acuerdo a lo solicitado.	1	Personal de atención al cliente, computador.
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y recreación solicitado por el cliente	Es importante que el trabajador de atención al cliente ingrese la información en relación al tipo de paquete que se realizó reserva para la posterior preparación de los servicios y del menú solicitado por el cliente.	3	Personal de atención al cliente, computador.
5	Preparación del menú	En esta etapa el cocinero se encarga de preparar y empaquetar los alimentos de acuerdo al menú seleccionado por los clientes.	60	Cocinero Ingredientes Empaques de alimentos
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	Se procede a recoger a los clientes en el punto que seleccionaron.	10	Chofer
8	Recorrido de lugares culturales	Se realizará paradas en lugares culturales como museos, iglesias, monumentos históricos y culturales.	120	Chofer
9	Guía de los lugares.	El guía explica todos los detalles culturales e históricos de los	120	Guía

		lugares recorridos.		
10	Almuerzo	Se procede a repartir el almuerzo de acuerdo al menú solicitado por el cliente	30	Enfermera
11	Compra de regalos o recuerdos del viaje	Se hace una parada en un centro comercial artesanal para que los clientes puedan comprar recuerdos o regalos del viaje realizado	30	Chofer
12	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	Se procede a dejar a los clientes en el lugar especificado, asegurando de que el cliente se sienta satisfecho y motivado, relajado con el servicio recibido durante el desarrollo del paquete de distracción y recreación.	20	Tiempo: 3 horas Recursos: Chofer profesional, cocinero, fisioterapeuta y enfermera

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

4.3.2 Balance de materiales

Insumos

De acuerdo a (Villarroel, 2015) los insumos son todos aquellos elementos que intervienen en la prestación de servicios que permitan satisfacer las necesidades de la demanda.

Para (Meza, 2015) los insumos por sus propias características, los insumos suelen perder sus propiedades para transformarse y pasar a formar parte del producto o servicio final, los insumos se utilizan en actividades que tiene como objetivo la obtención de un bien o servicio más complejo o diferente.

Los insumos corresponden a todos los materiales necesarios para la generación de los servicios incluidos en los paquetes de distracción y recreación, que junto a la incorporación del trabajo de los colaboradores se pueden generar servicios de calidad y con valor agregado que permita generar ventajas competitivas.

Los insumos necesarios para la generación de bienes y servicios de la agencia son:

Tabla 41 Insumos para vehículos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Gasolina tipo extra	10000	Galón
Aceite mineral para motor ACDELCO	75	Galón
Llantas Continental RIN 18	8	Unidad
Líquido de frenos	300	Litros
Refrigerante	100	Litros
Agua destilada para baterías	20	Litros
Kit botiquín de primeros auxilios	2	Unidad

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 42 Insumos para alimentación

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Arroz integral	400	Kilogramos
Lechugas	100	Kilogramos
Tomates	250	Kilogramos
Cebollas	150	Kilogramos
Jugo de frutas naturales	1250	Litros
Leche descremada	1250	Litros
Pan integral	500	Kilogramos
Agua mineral	1250	Litros
Yogurt natural bajo en grasa	1250	Litros

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 43 Insumos para actividades de distracción

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Pinceles N.6	6096	Unidad
Kit de acuarelas	6096	Unidad
Kit de colores	6096	Unidad
Papel para dibujo artístico	6096	Unidad

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Materiales indirectos

De acuerdo a (Fernández, 2017) son todos aquellos bienes que son utilizados en la producción, verificación o inspección de los bienes y servicios pero que no son incorporados de forma física en los bienes y servicios.

De acuerdo a (Arredondo, 2015) los materiales indirectos son todos los materiales que permiten el adecuado transporte y almacenamiento de los productos finales,

Se considera los materiales indirectos a aquellos materiales que se utilizan para facilitar el transporte y almacenamiento de los productos terminados, en este caso se consideran las bandejas y empaques de los alimentos preparados.

Tabla 44 Materiales indirectos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Paquete 100 unidades platos desechables	61	Unidad
Paquete 100 unidades vasos plásticos desechables	61	Unidad
Paquete 100 unidades cucharas desechables	61	Unidad
Envases desechable para postres por 10 unidades	609	Unidad

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Servicios básicos

Los servicios básicos según (Castillo, 2017) corresponde a la disponibilidad de servicios como el agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, estos permiten el adecuado funcionamiento de la empresa.

Para (Alvarado, 2016) los servicios básicos corresponden a la infraestructura básica que asegura un nivel de calidad de vida aceptable, generalmente incluyen los servicios de distribución de agua potable, alcantarillado, recolección de basura, electricidad y conexión telefónica.

Tabla 45 Servicios básicos

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Energía eléctrica	4800 Kw/h	Kw/h
Agua	200 metros cúbicos	Metros cúbicos
Teléfono fijo	4000 minutos	Minutos
Plan de internet	24 megabytes	megabytes
Tv Cable	12 kit de canales.	Kit de canales de televisión por cable.

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Diagrama de flujo

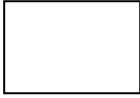
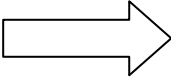

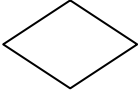

Según (Perdiguero, 2018) es la representación gráfica de la secuencia de procesos representados por símbolos, un diagrama de flujo permite: obtener una visión clara del proceso, establecer límites de los procesos, identificar las decisiones, establecer el inicio y final del proceso.

De acuerdo a (Alvarado, 2016) es una forma de representación estructurada de un proceso, mediante la utilización de símbolos que permiten determinar las actividades claves requeridas para cumplir con un proceso.

El diagrama de flujo permite determinar de forma visual la estructura de los procesos necesarios para cumplir las actividades implicadas en los paquetes de los servicios de distracción y recreación.

Se utilizó la simbología ASME es el acrónimo de American Society of Mechanical Engineers (Sociedad Americana de Ingenieros Americanos) como norma internacional para elaborar diagramas de flujo.

Tabla 46 Simbología ASME

Simbología	Representación
	Operación
	Transporte
	Documentación
	Decisión
	Inicio o fin

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 47 Diagrama de flujo vertical tour ecológico

<p style="text-align: center;">Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor Diagrama de flujo Tour ecológico</p>							
N.	Actividad	Tiempo en min.	○	□	➔	◻	Observación
1	Atención al cliente	5					
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	5					
3	Confirmación de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	1					
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y recreación solicitado por el cliente	3					Registro en la base de datos.
5	Preparación del menú	60					Preparación de acuerdo al menú solicitado
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	10					
8	Recorrido de lugares ecológicos	120					
9	Almuerzo	40					
10	Compra de regalos o recuerdos del viaje	30					
11	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	20					

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 48 Diagrama de flujo vertical pintura artística

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor Diagrama de flujo Pintura artística							
N.	Actividad	Tiempo en min.	○	□	⇒	◻	Observación
1	Atención al cliente	5					
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	5					
3	Confirmación de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	1					
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y recreación solicitado por el cliente	3					Registro en la base de datos.
5	Preparación del menú	60					Preparación de acuerdo al menú solicitado
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	10					
8	Recorrido de lugares.	120					
9	Pintura artística	120					
10	Almuerzo	30					
11	Compra de regalos o recuerdos del viaje	30					
12	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	20					

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 49 Diagrama de flujo vertical tour cultural

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor Diagrama de flujo Tour cultural							
N.	Actividad	Tiempo en min.	○	□	⇒	◻	Observación
1	Atención al cliente	5					
2	Selección de la fecha disponible y forma de pago.	5					
3	Confirmación de paquete de servicio seleccionado, pago y emisión del ticket de reserva del viaje.	1					
4	Ingreso de los datos de la confirmación del paquete de distracción y recreación solicitado por el cliente	3					Registro en la base de datos.
5	Preparación del menú	60					Preparación de acuerdo al menú solicitado
7	Embarque del cliente en el punto de origen especificado.	10					
8	Recorrido de lugares culturales	120					
9	Guía de los lugares.	120					
10	Almuerzo	30					
11	Compra de regalos o recuerdos del viaje	30					
12	Desembarque de clientes en el lugar de destino seleccionado.	20					

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

c) Período operacional estimado de la agencia

El tiempo de vida útil estimado de la agencia para los cálculos de ingresos, egresos, DPI real, flujos de caja, indicadores financieros, etc., que se tomó como referencia son 5 años, para ello todas las proyecciones se realiza de acuerdo a la demanda, la TCP, la inflación, etc., calculados a partir del 2019 como año 0 hasta el año 2024 como el año 5.

d) Capacidad de producción

Se obtiene a través de la estimación de un porcentaje establecido, en este emprendimiento es del 3%, este porcentaje representará los paquetes de servicios de distracción y recreación que la agencia podrá cubrir con los materiales, equipos y personal disponible.

Se determinaron los insumos, los costos y materiales indirectos que incurrirá en la realización de los paquetes de servicios de distracción y recreación, se realizó la división de la DPI real con los días del año comercial.

Para referenciar el número de tamaño óptimo de generación de bienes y servicios de los paquetes de distracción y recreación que ofertará la agencia, se basa en la capacidad de generación de paquetes de servicios expresada en cifras anuales, mensuales y diarias.

Tabla 50 Capacidad de generación de paquetes bienes y servicios

Producción diaria	Producción mensual	Producción anual	DPI Real
17	508	6096	3%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

e) Distribución de maquinarias y equipos






Según (Domínguez, 2016) la distribución de planta constituye el esquema de referencia de la distribución de equipos, maquinarias, puestos de trabajo, oficinas, etc., dentro de un lugar específico de trabajo.

Para (Castillo, 2017) la distribución o también conocido como layout permite la identificación visual y espacial de los espacios en donde se implementarán o

localizarán los puestos de trabajo, los equipos y las herramientas necesarias de acuerdo a las necesidades de producción y espacio físico disponible.

El layout de la agencia permite identificar las áreas y los puestos de trabajo que facilitaran la generación de los bienes y servicios incluidos en los paquetes de distracción y recreación.

Tabla 51 Gráfico de referencias

Gráfico	Referencia
	Baños
	Garaje
	Oficinas
	Sala de atención al cliente
	Cocina

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 29 Layout de la agencia



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

La agencia tendrá una dimensión de espacio compuesto por 150 metros x 100 metros, en este espacio se distribuyen: 2 oficinas, 1 cocina, 2 salas de atención al cliente, 1 garaje y 1 baño, adicionalmente se contará con un espacio de áreas verdes para que la agencia sea más llamativa.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos generales

La agencia de distracción y recreación para el adulto mayor se constituye como una nueva alternativa que busca satisfacer las necesidades de los adultos mayores afiliados al IESS en la ciudad de Ambato, por año se ha olvidado la importancia de proteger y cuidar a nuestros adultos mayores, ya que hay múltiples casos de abandono familiar en el Ecuador.

Ante este escenario, la agencia de distracción y recreación para el adulto mayor busca crear servicios para mejorar la calidad de vida del adulto mayor, enfocándose en tener el personal más preparado y capacitado, la mejor infraestructura, y brindar las mejores experiencias para el cliente.

5.2. Diseño Organizacional

5.2.1. Niveles Jerárquicos

Los niveles jerárquicos según (Flórez, 2015) es la división jerárquica existente dentro de una empresa, generalmente es forma descendente y permite identificar la división de las funciones y responsabilidades de acuerdo al grado de importancia que tenga un puesto de trabajo.

Para (Luna, 2016) los niveles jerárquicos corresponden a los niveles de autoridad que van de orden superior hasta el inferior, este esquema es utilizado en empresas que tienen un sistema de gestión jerárquico vertical.

Los niveles que se reconocen son los siguientes.

Nivel ejecutivo

Para (Pacheco & Pérez, 2018) el nivel ejecutivo determina los objetivos a largo plazo y el modo en que la organización ha de interactuar con otras entidades. Se toman decisiones que afectan a toda la organización.

Según (García, Zeró, & Sánchez, 2015) los niveles ejecutivos incluyen decisiones relacionadas al a formular, implementar y coordinar estrategias empresariales.

Nivel operativo

Según (García, Zeró, & Sánchez, 2015) en el nivel operativo su función es realizar en forma eficaz las tareas que se realizan en la organización. Se realizan tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio. Pertenecen a este nivel los empleados administrativos de dicha empresa u organización.

Para (Flórez, 2015) en este nivel se encuentran aquellos puestos de trabajo en dónde se desarrollan las actividades asignadas por los superiores, en donde se deben desarrollar tareas puntuales a partir de los lineamientos proporcionados por los niveles de planeación estratégico y táctico.

Ya que la agencia se constituye como un emprendimiento reciente, se consideró la posibilidad de minimizar el número de colaboradores que se contratará para el adecuado funcionamiento de la agencia, en parte porque es un emprendimiento nuevo, y además por los costos por mantener una plantilla de personal excesiva. De esta manera solo se consideró dos niveles jerárquicos dentro de la agencia.

Tabla 52 Niveles jerárquicos de la agencia

Nivel	Puesto
Ejecutivo	Gerente General
Nivel operativo	Chofer Atención al cliente Cocinero Enfermera Guía

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

5.2.2. Misión

La misión de la agencia es la siguiente:

“Ofrecer servicios de distracción y recreación para los adultos mayores, mediante personal calificado y capacitado para brindar las mejores experiencias a nuestros clientes.”

5.2.3 Visión

La visión de la agencia es:

“Ser la agencia líder en la provincia de Tungurahua en el segmento de distracción y recreación de los adultos mayores, reconocidos por su capacidad de ofrecer servicios de calidad y calidez humana.”

5.2.3 Valores

Se utilizó la matriz axiológica para determinar los principales valores de la agencia, según (Ansotegui, 2015) la matriz axiológica es una representación de los principios y valores en relación a los grupos de referencia de la organización.

Para (Luna, 2016) la matriz axiológica representa los valores y principios de la organización en relación a los grupos de referencia a través de la ordenación rectangular.

Tabla 53 Matriz axiológica

Grupo de interés Valores	Sociedad	Estado	Proveedores	Trabajadores	Clientes
Trabajo en equipo			X	X	X
Respeto	X	X	X	X	X
Comunicación	X	X	X	X	X
Puntualidad		X	X	X	X
Calidad			X	X	X
Calidez humano	X	X	X	X	X

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Trabajo en equipo: Es importante que el personal trabaje en equipo, tanto para generar mayores resultados como para generar experiencias en los servicios que se oferta para el cliente.

Respeto: El respeto y la admiración a los adultos mayores, será uno de los principales valores que promueva la agencia.

Comunicación: Es de vital importancia la comunicación interna y externa con el fin de poder operar en un ambiente organizado y con una adecuada comunicación.

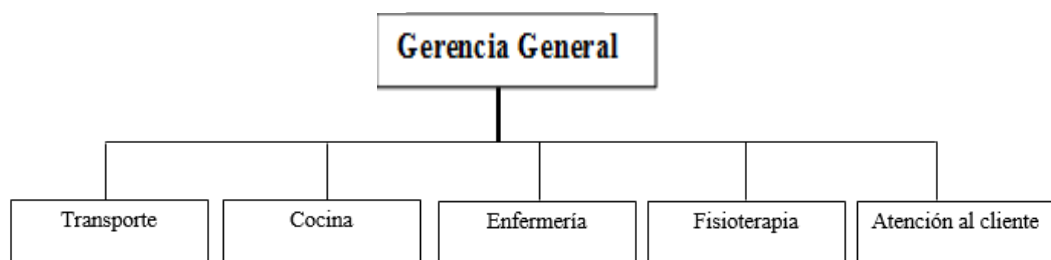
Puntualidad: La puntualidad en la generación de los servicios, para que el cliente se encuentre totalmente satisfecho.

Calidad: Los servicios que se oferten ofrecen calidad, seguridad y responsabilidad como compromiso de la agencia con sus clientes.

Calidez humana: Es importante que el personal tanto: chofer, enfermera, atención al cliente, fisioterapeuta y cocinera tenga calidez para tratar a los adultos mayores con cariño y respeto para hacerlos sentirlos que son importantes y su satisfacción contante en la prioridad de la agencia.

5.3 Estructura Organizativa

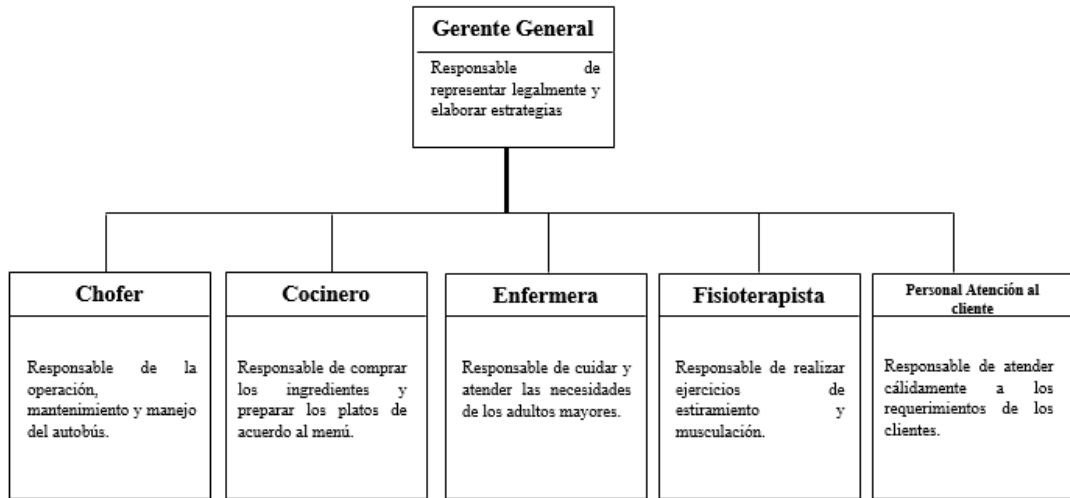
Gráfico 30 Organigrama estructural



Referencia	Elaborado por	Aprobado por	Fecha
I Línea de autoridad	Julia Sánchez	Ing. Fernando Silva.	14/06/2019

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gráfico 31 Organigrama funcional



Referencia	Elaborado por	Aprobado por	Fecha
Línea de autoridad	Julia Sánchez	Ing. Fernando Silva.	14/06/2019

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

5.5 Manual de funciones

Tabla 54 Manual de funciones Gerente General

	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
	Manual de funciones	Página	1 de 6
		Sustituye	
		Página	
		Fecha	
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Gerente General	
NIVEL JERÁRQUICO		Directivo	
CLAVE		G.G.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Administración	
RELACIÓN DE AUTORIDAD			
JEFE INMEDIATO			
SUPERVISA A		Chofer, cocinero, enfermera, fisioterapeuta, personal atención al cliente.	
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerencia General	
PROPÓSITO DEL PUESTO			
Representar legalmente y ejecutar el proceso administrativo con la mayor eficiencia posible, garantizando la gestión adecuada de los recursos de la empresa.			
FUNCIONES			
1	Establecer la planificación estratégica de la empresa.		
2	Cumplir y controlar el proceso de administración de personal.		
3	Elaborar informes mensuales sobre la situación de la organización.		
4	Tomar decisiones para el cumplimiento de los objetivos establecidos.		
5	Autorizar el pago a proveedores.		
COMUNICACIÓN: DESCENDENTE			
ESPECIFICACIONES			
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en administración de empresas		
EXPERIENCIA	1 año en puestos similares		
HABILIDADES	Técnicas de redacción, organización de documentos, manejo de equipos informáticos.		
COMPETENCIAS	Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden, atención al cliente.		
Elaborado por:	Sánchez Julia		
Revisado por:	Ing. Fernando Silva		
Autorizo			


Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 55 Manual de funciones Chofer

	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
		Página	2 de 6
	Manual de funciones	Sustituye	
		Página	
		Fecha	
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Chofer	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
CLAVE		CH.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Transporte	
RELACIÓN DE AUTORIDAD			
JEFE INMEDIATO		Gerente General	
SUPERVISA A			
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerente General	
PROPÓSITO DEL PUESTO			
Conducir con seguridad y precaución el autobús de la agencia, asegurando la puntualidad y respeto a los cronogramas establecidos de cada ruta.			
FUNCIONES			
1	Conducir cumpliendo con las leyes de tránsito.		
2	Controlar la mantención periódica del móvil y asegurar su buen funcionamiento		
3	Mantener el inventario de equipos e insumos del vehículo		
4	Colaborar en atención de los clientes cuando sea necesario.		
5	Estacionar y asegurar el autobús en el garaje de la agencia		
COMUNICACIÓN: ASCENDENTE Y HORIZONTAL			
ESPECIFICACIONES			
TÍTULO PROFESIONAL	Bachiller con licencia profesional tipo C o D.		
EXPERIENCIA	1 año en puestos similares		
HABILIDADES	Manejo a la defensiva. Conocimiento de las rutas turísticas.		
COMPETENCIAS	Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden, atención al cliente.		
Elaborado por:	Sánchez Julia		
Revisado por:			
Aprobado por:	Ing. Fernando Silva		


Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 56 Manual de funciones Cocinero

	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
		Página	3 de 6
	Manual de funciones	Sustituye	
		Página	
	Fecha		
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Cocinero	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
CLAVE		CO.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Cocina	
RELACIÓN			
JEFE INMEDIATO		Gerente General	
SUPERVISA A			
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerencia General	
Propósito del puesto Preparar los alimentos de acuerdo a las normas de salubridad, y en base a los requerimientos solicitados por los clientes.			
FUNCIONES			
1	Determinar los ingredientes necesarios para la elaboración de los alimentos.		
2	Comprar los ingredientes.		
3	Preparar los alimentos.		
4	Empaquetar los alimentos de acuerdo a los menús solicitados.		
5	Mantener los alimentos e ingredientes frescos.		
COMUNICACIÓN: ASCENDENTE Y HORIZONTAL			
ESPECIFICACIONES			
TITULO PROFESIONAL	Chef profesional		
EXPERIENCIA	1 año en puestos similares		
HABILIDADES	Cocina ecuatoriana Cocina internacional Repostería		
COMPETENCIAS	Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden.		
Elaborado por:	Sánchez Julia		
Revisado por:			
Aprobado por:	Ing. Fernando Silva		

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 57 Manual de funciones Enfermera

 <p>AGENCIA DE DISTRACCIÓN Y RECREACIÓN</p>	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
		Página	4 de 6
	Manual de funciones	Sustituye	
		Página	
		Fecha	
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Enfermera	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
CLAVE		EN.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Enfermería	
RELACIÓN			
JEFE INMEDIATO		Gerente General	
SUPERVISA A			
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerencia General	
PROPÓSITO DEL PUESTO			
Cuidado y trato amable de los clientes durante la realización de los tours.			
FUNCIONES			
1	Atender a los clientes.		
2	Vigilar por la satisfacción de las necesidades de los clientes.		
3	Administrar medicamentos a los clientes de ser necesarios.		
4	Repartir la comida a los clientes.		
5	Demás funciones que sean necesarias.		
COMUNICACIÓN: ASCENDENTE Y HORIZONTAL			
ESPECIFICACIONES			
TÍTULO PROFESIONAL	Enfermería		
EXPERIENCIA	1 año en puestos similares		
HABILIDADES	Primeros auxilios Cuidado de adultos mayores.		
COMPETENCIAS	Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden.		
Elaborado por:	Sánchez Julia		
Revisado por:			
Aprobado por:	Ing. Fernando Silva		


Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 58 Manual de funciones Fisioterapista

 <p>AGENCIA DE DISTRACCIÓN Y RECREACIÓN</p>	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
	Manual de funciones	Página	5 de 6
		Sustituye	
		Página	
		Fecha	
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Fisioterapista	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
CLAVE		FI.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Fisioterapia	
RELACIÓN			
JEFE INMEDIATO		Gerente General	
SUPERVISA A			
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerencia General	
Propósito del puesto			
Realizar ejercicios terapéuticos que permitan mejorar la experiencia y movilidad de los adultos mayores.			
FUNCIONES			
1	Determinar los ejercicios a realizar durante los tours.		
2	Vigilar por la satisfacción de las necesidades de los clientes.		
3	Asistir en los requerimientos de movilidad de los clientes.		
4	Repartir la comida a los clientes.		
5	Demás funciones que sean necesarias.		
COMUNICACIÓN: ASCENDENTE Y HORIZONTAL			
ESPECIFICACIONES			
TITULO PROFESIONAL	Fisioterapista		
EXPERIENCIA	1 año en puestos similares		
HABILIDADES	Primeros auxilios Cuidado de adultos mayores.		
COMPETENCIAS	Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden.		
Elaborado por:	Sánchez Julia		
Revisado por:			
Aprobado por:	Ing. Fernando Silva		

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 59 Manual de funciones Personal Servicio al cliente

	Agencia de distracción y recreación	Fecha	28 de junio del 2019
		Página	6 de 6
	Manual de funciones	Sustituye	
		Página	
		Fecha	
IDENTIFICACIÓN			
NOMBRE DEL PUESTO:		Atención al cliente	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
CLAVE		AC.001	
ÁMBITO DE OPERACIÓN		Servicio al cliente	
RELACIÓN			
JEFE INMEDIATO		Gerente General	
SUPERVISA A			
DEPENDENCIA FUNCIONAL		Gerencia General	
Propósito del puesto Atender las llamadas de los clientes y registrar los paquetes de servicios requeridos.			
FUNCIONES			
1	Atender las llamadas de los clientes.		
2	Registrar las necesidades en relación a los paquetes solicitados.		
3	Informar sobre los paquetes existentes.		
4	Registrar reclamos o sugerencias de los clientes.		
5	Demás funciones que sean necesarias.		
COMUNICACIÓN: ASCENDENTE Y HORIZONTAL			
ESPECIFICACIONES			
TÍTULO PROFESIONAL		Bachiller en contabilidad o administración.	
EXPERIENCIA		1 año en puestos similares	
HABILIDADES		Atención de calidad	
COMPETENCIAS		Responsabilidad, puntualidad, comunicación, orden.	
Elaborado por:		Sánchez Julia	
Revisado por:			
Aprobado por:		Ing. Fernando Silva	

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

CAPITULO VI
ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Inversión en activos tangibles

Activos fijos

Los activos fijos según (Maza, Chávez, & Herrera, 2017) los activos fijos son generalmente tangibles y son necesarios para el funcionamiento adecuado de la empresa, por lo que no está destinado a la venta.

Para (Alvarado, 2016) los activos fijos representan todos los bienes duraderos que se utilizan con el fin de ser utilizados en la empresa, por lo que no pueden transformarse en efectivo rápidamente.

Los activos fijos considerados para el presente plan de emprendimiento corresponden a todos los activos necesarios para el funcionamiento de la agencia, los que se detallan a continuación:

Tabla 60 Equipo de recreación

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Caballetes para pintura de 71 x 34 cm	20	\$ 68.00	\$ 1360.00
Colchonetas para aerobics de fomix	20	\$ 10.00	\$ 200.00
Parlante amplificador caja pedestal micrófono 5000w	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Total			\$ 1635.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 61 Equipo de computo

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Computadora de escritorio HP Pavilion Slimline	3	\$ 650.00	\$ 1950.00
Impresora tinta continua	3	\$ 325.00	\$ 975.00
Total			\$ 2925.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 62 Muebles y enseres

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Escritorio de oficina de madera	3	\$ 250.00	\$ 750.00
Archivadores metálicos grandes	3	\$ 150.00	\$ 450.00
Sillas giratorias	3	\$ 75.00	\$ 225.00
Sofá de 3 piezas	1	\$ 850.00	\$ 850.00
Total			\$ 2275,00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 63 Vehículo

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Buseta tipo turismo VIEW C2 FOTON 2.8 Cilindraje, capacidad 22 pasajeros	1	\$ 35.000	\$ 35.000,00
Total			\$ 35.000,00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 64 Total activos fijos

Activo fijo	Valor
Equipo de recreación	\$ 1635,00
Equipo de computo	\$ 2925,00
Muebles y enseres	\$ 2275,00
Vehículos	\$ 35.000,00
Total	\$ 41.835,00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación

Las inversiones requeridas en los activos fijos se clasifican en equipo de recreación que comprenden todo es el equipo necesario para la realización de las actividades como pintura artística, bailo terapia y fisioterapia, esto con un valor de \$ 1635.00 en relación al equipo de cómputo se necesitará una inversión de \$ 2925.00, en muebles y enseres se consideró una inversión de \$ 2275.00, por último, la inversión más representativa se originó en vehículos, por lo que se consideró adquirir una buseta tipo turismo con capacidad para 22 pasajeros, ya que se tiene una DPI real diaria de alrededor de 17 pasajeros, esto con un valor de \$ 35.0000,00.

6.2 Inversiones en activos intangibles

Activos diferidos

Según (Ansotegui, 2015) los activos diferidos son aquellos que se pagan de forma anticipada antes de ser utilizados y por lo general son intangibles.

Para (Fernández, 2017) los activos fijos no tienen configuración física, pero confieren a la empresa derechos exclusivos como patente, marca, derecho de autor, etc. De acuerdo a (Gamboa & Santiago, 2018) la naturaleza de este tipo de activos es inmaterial, sin embargo, las cuentas: patentes, software, gastos de constitución, entre otros permiten el funcionamiento real de una organización.

Los activos diferidos corresponden a todos los activos que son intangibles y se pagan de forma anticipada, sin embargo, son útiles para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 65 Total activos diferido

Activo fijo	Valor
Software Qwertik gestión de clientes	\$ 360,00
Permisos de funcionamiento de la agencia	\$ 500,00
Publicidad y propaganda	\$ 1500,00
Total	\$ 2360,00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación

La inversión en activos diferidos corresponde a todos los activos intangibles que permiten el adecuado funcionamiento de la empresa, para ello se consideró la adquisición de un software de gestión de clientes por un valor de \$ 360,00; los permisos de funcionamiento en donde se incluyen las patentes municipales y permisos de bomberos con un valor de \$ 500,00 y el pago por publicidad y propaganda en diferentes radios y periódicos de la ciudad con un valor de \$ 1500,00.

6.3 Inversiones en activos circulantes o capital de trabajo

6.3.1 Activo Corriente o Circulante

Caja / Bancos

Para (Arredondo, 2015) la cuenta caja/bancos representa el dinero en efectivo que dispone la empresa tanto de forma física como expresada en el valor de los depósitos en distintas instituciones bancarias o financieras a favor de la empresa.

Según (Luna, 2016) la cuenta caja o bancos es una cuenta considerada corriente, por cuanto se puede hacer efectivo de forma inmediata y representa el dinero disponible en caja o en la cuenta corriente de una institución bancaria.

El valor en la cuenta caja/bancos con la que se contará es de \$ 2000,00 tanto en caja como en la cuenta corriente del Banco BANECUADOR.

Inventario

Según (Alvarado, 2016) el inventario representa la existencia de bienes almacenados para la utilización en la compra, alquiler, venta o producción de un bien o servicio.

Para (Meza, 2013) el inventario pertenece a la cuenta activo circulante y corresponden a todos aquellos bienes disponibles para la generación de otro bien o servicio.

Debido a que la agencia se trata de una empresa de servicios, el inventario de la empresa está conformado por el valor de los insumos dividido para 12 meses.

$$\text{Inventario} = \frac{\text{Insumos}}{12 \text{ meses}}$$

$$\text{Inventario} = 39,169.45 / 12 = 3264.12$$

El valor que se obtendrá en inventarios corresponde a \$ 3264.12.

Cuentas por cobrar

Según (Moreno, 2014) las cuentas por cobrar corresponden a todos los títulos a favor de la empresa, como pagarés, títulos de crédito, etc.

Para (Arredondo, 2015) las cuentas por cobrar son derechos de cobro que posee una empresa sobre terceros para el cobro de determinada cantidad en una determinada fecha.

Las cuentas por cobrar de la agencia se componen de la siguiente forma:

$$Cuentas\ por\ cobrar = \frac{Ventas}{360} \times PPR$$

En donde:

- Ventas = Ingresos brutos
- 360 = días del año calendario
- PPR = periodo promedio de recuperación

$$Cuentas\ por\ cobrar = (557,139.35/360) \times 23 = \$ 35.595,01$$

El período promedio de recuperación se obtiene a través del número de días que la agencia recupera el crédito directo otorgado a sus clientes siendo el promedio de la suma de 15 y 30 días, de acuerdo al siguiente detalle:

$$PPR = 15 + 30 = 45 / 2 = 22.5 = 23 \text{ días}$$

Tabla 66 Total Activo circulante

Activo circulante	Valor
Caja / Bancos	\$ 2,000.00
Inventario	\$ 3,264.12
Cuentas por cobrar	\$ 35.595,01
Total activo circulante	\$ 40,859.13

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación

Los valores obtenidos en la cuenta circulante de la agencia se clasifican de la siguiente forma: en la cuenta caja / bancos tiene un valor de \$2000,00, dinero que se tendrá en la cuenta corriente de BANECUADOR, en la cuenta Inventario se tendrá un valor de \$ 3,264.12 y el valor de cuentas por cobrar es de \$ 35.595,01.

6.3.2 Pasivo circulante

De acuerdo a (Moreno, 2014) el pasivo circulante corresponde a todas las obligaciones que tiene la empresa frente a terceros a corto plazo.

Para (Villarroel, 2015) el pasivo corriente está formado por las deudas a corto plazo con terceras personas o empresas.

Para el cálculo del pasivo circulante se consideró la Tasa Circulante del 2,5, debido a que la empresa aún no está en funcionamiento, esta tasa es considerada como un valor referencial trazado en el mercado bancario y oficializado por el Banco Central en función de la información proporcionada por las instituciones financieras, para que puedan operar en un punto de equilibrio.

$$Tasa\ circulante = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

$$2.5 = \frac{\$ 40,859.13}{Pasivo\ Corriente}$$

$$Pasivo\ Corriente = \frac{\$ 40,859.13}{2.5} = 16343.65$$

Pasivo Corriente: \$ 16,343.65

Análisis e interpretación

El valor del pasivo corriente de la agencia es de \$ 16,343.65 obtenido de la ecuación de la tasa circulante, dividiendo el total del activo corriente para 2.5 que es la tasa circulante.

6.3.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo según (Ansotegui, 2015) es la cantidad necesaria de recursos financieros para una empresa pueda realizar sus operaciones con normalidad.

Para (Alvarado, 2016) corresponde a todos aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, este valor debe cubrir los valores de insumos, mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

El capital de trabajo de la agencia está compuesto por la siguiente estructura:

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Total Activo Circulante} - \text{Total Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 40,859.13 - 16,343.65$$

$$\text{Capital de trabajo} = \$ 24,515.48$$

Análisis e interpretación

El capital de trabajo de la agencia será de \$ 24,515.48, este valor representa el dinero disponible para el funcionamiento de la agencia.

6.4 Resumen de las Inversiones

La agencia de distracción y entretenimiento para el adulto mayor cuenta con el siguiente valor en inversiones:

$$\text{Inversión Inicial: Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversión Inicial} = 41,835.00 + 2,360.00 + 24,515.48$$

$$\text{Inversión Inicial} = \$ 68,710.48$$

Análisis e interpretación

El valor necesario para la inversión inicial de la agencia será de \$ **68,710.48**, que necesitará la agencia para cubrir los valores de activo fijo, activo diferido y capital de trabajo.

6.5 Financiamiento

El financiamiento de la agencia de distracción y entretenimiento será determinado tanto por capital propio como por un préstamo realizado a una institución financiera, con el fin de evaluar la mejor opción para realizar el préstamo financiero se

evaluaron tres opciones de oferta de préstamos ofrecidas por: Banco del Pacífico, Banco Pichincha y BANECUADOR.

Tabla 67 Financiamiento

Activo fijo	Valor	% de aporte
Capital propio	\$ 18,710.48	27.23%
Institución financiera	\$ 50,000.00	72.77%
Total	\$ 68,710.48	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

La agencia de distracción y recreación necesita un financiamiento de \$ **68,710.48**, del cual se dispone como capital propio \$18,710.48 que equivale al 27.23%, para completar el valor de la inversión inicial se realizará un préstamo por \$ 50,000.00 que equivale al 72.77%.

Tabla 68 Cuadro comparativo instituciones financieras

Institución	Monto	Tasa de interés activa	Meses de plazo	Garantes
Banco del Pacífico	\$ 50,000.00	16,50%	60	2
Banco del Pichincha	\$ 50,000.00	17,30%	60	2
BANECUADOR	\$ 50,000.00	10.21%	60	1

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Una vez realizado la comparación de las Instituciones Financieras en donde es posible realizar el préstamo bancario se determinó que principalmente por la tasa de interés activa, la mejor opción es BANECUADOR con una tasa de interés del 10.21% a un plazo de 5 años realizado con el método francés.

6.6 Plan de Inversiones

En referencia al financiamiento necesario para poder realizar las operaciones de la agencia de distracción y recreación se ha determinado el siguiente plan de inversión dividido así:

Tabla 69 Financiamiento

Inversión	Valor USD	Valor %
Activo fijo	41,835.00	60.89%
Activo diferido	2,360.00	3.43%
Capital de trabajo	24,515.48	35.68%
Total inversión	\$ 68,710.48	100.00%
Financiamiento propio	\$ 18,710.48	27.23%
Financiamiento institución financiera	\$ 50,000.00	72.77%
Total financiamiento	\$ 68,710.48	100.00%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis e interpretación

El financiamiento de la agencia se deriva de tres principales cuentas, en activos fijos se necesita de \$ 41,835.00 equivalente al 60.89%, en activo diferido se necesita de \$ 2,360.00 con el 3.43% y en capital de trabajo se necesitará de 24,515.48 que representa el 35.68% del total. Para lo cual, se cuenta con un valor en financiamiento propio de \$ 18,710.48 y el resto se tiene que cubrir mediante un préstamo bancario.

6.7 Presupuesto de Gastos e Ingresos

Gastos operativos

Para (Villarroel, 2015) los gastos operativos corresponden a los egresos de dinero destinado para financiar actividades elementales para realizar las actividades operativas de una empresa.

Según (Arredondo, 2015) son aquellos gastos relacionados con el funcionamiento del negocio, pero no son inversiones que la agencia necesita desenvolver para el funcionamiento principal, los gastos operativos son: Gasto sueldos, gasto arriendos, depreciaciones e insumos.

Personal de Contacto Directo e indirecto

Según (Grande, 2014) representa el personal principal que genera el servicio y determina la percepción del cliente sobre la calidad del servicio recibido.

Para (Martín, 2017) trata las personas empleadas por la empresa cuyo trabajo consiste en estar en contacto directo con el cliente para atender sus necesidades.

El personal de contacto directo de la agencia son las personas empleadas por la agencia que generaran el servicio, para lo cual se consideran las siguientes personas:

Tabla 70 Personal de contacto directo e indirecto

Descripción	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Chofer profesional	1	\$ 500,00	\$ 6000,00
Enfermera	1	\$ 650,00	\$ 7800,00
Fisioterapista	1	\$ 550,00	\$ 6600,00
Cocinero	1	\$ 600,00	\$ 7200,00
Guía turístico	1	\$ 400,00	\$ 4800,00
Atención al cliente	1	\$ 400,00	\$ 4800,00
Total			\$ 37.200,00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Insumos

Tabla 71 Insumos de transporte

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Gasolina tipo extra	10000	Galón	\$ 1.85	\$ 18,500.00
Aceite mineral para motor	75	Galón	\$ 1.18	\$ 88.50
Llantas Continental RIN 18	8	Unidad	\$ 43.00	\$ 344.00
Líquido de frenos	300	Litros	\$1.80	\$ 540.00
Refrigerante	100	Litros	\$ 2.50	\$ 250.00
Agua destilada para baterías	20	Litros	\$ 2.20	\$ 44.00
Kit botiquín de primeros auxilios	1	Unidad	\$ 50.25	\$ 50.25
TOTAL				\$19,816.75

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 72 Insumos de distracción

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Pinceles N.6	6096	Unidad	\$ 0.75	\$ 4,572.00
Kit de acuarelas	6096	Unidad	\$ 0.85	\$ 5,181.60
Kit de colores	6096	Unidad	\$ 0.75	\$ 4,572.00
Papel para dibujo artístico	6096	Unidad	\$ 0.10	\$ 609.60
TOTAL				\$14,935.20

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 73 Insumos de alimentación

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Arroz integral	400	Kilogramos	\$ 0.95	\$ 380.00
Lechugas	100	Kilogramos	\$ 0.25	\$ 25.00
Tomates	250	Kilogramos	\$ 0.50	\$ 125.00
Cebollas	150	Kilogramos	\$ 0.50	\$ 75.00
Jugo de frutas naturales	1250	Litros	\$ 0.85	\$ 1062.50
Leche descremada	1250	Litros	\$ 0.85	\$ 1062.50
Pan integral	500	Kilogramos	\$ 0.50	\$ 250.00
Agua mineral	1250	Litros	\$ 0.30	\$ 375.00
Yogurt natural bajo en grasa	1250	Litros	\$ 0.85	\$ 1062.50
TOTAL				\$4,417.50

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Materiales indirectos**Tabla 74 Materiales indirectos**

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida	Precio unitario	Precio total
Paquete por 100 unidades platos desechables	60	Unidad	\$ 5.55	\$ 333.00
Paquete por 100 unidades vasos plásticos desechables	60	Unidad	\$ 5.55	\$ 333.00
Paquete por 100 unidades cucharas desechables	60	Unidad	\$ 5.55	\$ 333.00
Empaque por 10 unidades envase desechable para postres	609	Unidad	\$ 0.67	\$ 403.08
Total				\$1,402.08

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gasto arriendo**Tabla 75 Gasto arriendo**

Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Gasto arriendo local de la agencia	12	\$ 650.00	\$ 7800.00
Total			\$ 7800.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 76 Depreciación

Detalle	Valor	Valor depreciación
Equipo de recreación	\$ 1635,00	\$ 327.00
Equipo de computo	\$ 2925,00	\$ 585.00
Muebles y enseres	\$ 2275,00	\$ 455.00
Vehículos	\$ 35.000,00	\$ 7000.00
Total		\$ 8,367.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Para la depreciación se utilizó el método de línea, se tomó el valor de los activos tangibles para la duración esperada de funcionamiento de la agencia que se estima en un período de 5 años, razón por la cual no se toma el valor residual por lo que todos los bienes que se adquieren son nuevos, la depreciación se obtuvo del valor de los bienes divididos para 5 años.

Amortización

Tabla 77 Amortización

Detalle	Valor	Valor depreciación
Software Qwertik gestión de clientes	\$ 360,00	\$ 72.00
Permisos de funcionamiento de la agencia	\$ 500,00	\$ 100.00
Publicidad y propaganda	\$ 1500,00	\$ 300.00
Total		\$ 472.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Mantenimiento maquinaria y equipo

Tabla 78 Mantenimiento maquinaria y equipo

Detalle	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Equipo de computo	1	\$ 100,00	\$ 100.00
Vehículo	4	\$ 250,00	\$ 1,000.00
Total			\$ 1,100.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

El mantenimiento de equipo de cómputo será una vez al año, se utilizará para la comprobación y funcionamiento de los antivirus, mientras que el mantenimiento de vehículo será 4 veces al año, para chequeos, cambios de aceites, cambio de líquido de frenos, ABC, etc.

Tabla 79 Totales gastos operacionales

Detalle	Valor
Salario personal de contacto directo e indirecto	\$ 37,200.00
Insumos	\$ 39,169.45
Materiales indirectos	\$ 1,402.08
Gasto depreciación	\$ 8,367.00
Gasto amortización	\$ 472.00
Gasto de mantenimiento	\$ 1,100.00
Gasto arriendo	\$ 7800.00
Total	\$ 95,510.53

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gastos Administrativos

Según (Sorlózano, 2017) los gastos administrativos son aquellos desembolsados en el funcionamiento del departamento administrativo de una empresa, generalmente corresponde a los salarios de los altos ejecutivos.

Para (Alvarado, 2016) son gastos no técnicos que la empresa realiza con el fin de administrar eficientemente la organización, incluye el departamento administrativo, y son considerados como gastos fijos.

Los gastos administrativos considerados para el presente plan de emprendimiento corresponden al sueldo del gerente general, los servicios básicos de la agencia y los suministros de oficina.

Tabla 80 Totales Sueldo personal administrativo

Descripción	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Sueldo gerente general	1	\$ 650.00	\$ 7,800.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 81 Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Resmas de papel bond A4	5	\$ 2.80	\$ 14.00
Esferos de varios colores BIC	20	\$ 0.35	\$ 7.00
Sellos con tinta	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Carpetas de oficina	10	\$ 5.00	\$ 50.00
Grapadoras	5	\$ 5.00	\$ 25.00
Cajas de clip metálicas	10	\$ 0.80	\$ 8.00
Total			\$ 124.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 82 Servicios básicos

Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Energía eléctrica	4800 Kw/h	\$ 36.00	\$ 432.00
Agua	200 metros cúbicos	\$ 8.00	\$ 96.00
Teléfono fijo	4000 minutos	\$ 10.00	\$ 120.00
Plan de internet	24 megabytes	\$ 25.00	\$ 300.00
Tv Cable	12 kit de canales.	\$ 30.00	\$ 360.00
Total			\$1,308.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 83 Total gastos administrativos

Detalle	Valor
Sueldos personal administrativa	\$ 7,800.00
Suministros de oficina	\$ 124.00
Servicios básicos	\$ 1,308.00
Total gastos administrativos	\$ 9,232.00

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Gastos financieros

Según (Meza, 2013) incluyen las comisiones bancarias, los pagos por intereses, ajustes por cambios monetarios.

De acuerdo a (Arredondo, 2015) está integrado por los gastos derivados del financiamiento financiero como intereses, comisiones bancarias, mantenimiento de cuenta, etc.

Los gastos financieros considerados para el presente emprendimiento son los intereses que se pagan por el préstamo realizado.

Tabla 84 Gastos financieros

Descripción	Valor total
Interés pago préstamo bancario BANECUADOR	\$ 4432.67
Tasa activa efectiva 10.21%	
Total	\$ 4432.67

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Tabla 85 Total gastos

Detalle	Valor
Gastos operacionales	\$ 95,510.53
Gastos administrativos	\$ 9,232.00
Gastos financieros	\$ 4432.67
Total	\$109,175.20

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

6.7.1 Situación financiera actual

El estado de situación financiera de la agencia se representa a través del Balance General, según (Villaruel, 2015) es un informe financiero contable que muestra situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado, conformado por el activo, pasivo y patrimonio.

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor
Balance General
2019

Activo		Pasivo	
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja/bancos	\$ 2,000.00	Pasivo corriente	\$ 16,343.65
Cuentas por cobrar	\$ 35,595.01	Total pasivo circulante	\$ 16,343.65
Inventario	\$ 3,264.12		
Total Activo Circulante	\$ 40,859.13		
Activo tangible		Pasivo a largo plazo	
Equipo de recreación	\$ 1635.00	Préstamo Bancario	\$ 50,000.00
Equipo de computo	\$ 2925.00	Total pasivo largo plazo	\$ 50,000.00
Muebles y enseres	\$ 2275.00	TOTAL PASIVO	\$ 66,343.65
Vehículos	\$ 35,000.00		
(-) Depreciación acumulada neta	\$ 8,367.00		
Total Activo tangible	\$ 33,468.00		
Activo intangible			
Software Qwertik gestión de clientes	\$ 360.00		
Permisos de funcionamiento de la agencia	\$ 500.00		
Publicidad y propaganda	\$ 1,500.00	Patrimonio	
(-) Amortización acumulada neta	\$ 472.00	Capital	\$ 9871.48
Total Activo tangible	\$ 1,888.00		
TOTAL ACTIVO	\$ 76,215.13	TOTAL PASIVO + PATRI	\$ 76,215.13

6.7.7 Situación financiera proyectada

Para la proyección del balance general, se estimó durante los 5 años que durará el proyecto, es decir desde el año 2020 hasta el año 2024 con una tasa de inflación del 0.06% otorgada por el Banco Central del Ecuador.

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor
Balance General Proyectado

Activo	2020	2021	2022	2023	2024
Activo circulante					
Caja/bancos	\$2,001.20	\$2,002.40	\$2,003.60	\$2,004.80	\$2,006.01
Cuentas por cobrar	\$35,616.37	\$35,637.74	\$35,659.12	\$35,680.51	\$35,701.92
Inventario	\$3,266.08	\$3,268.04	\$3,270.00	\$3,271.96	\$3,273.92
Total Activo Circulante	\$40,883.65	\$40,908.18	\$40,932.72	\$40,957.28	\$40,981.85
Activo tangible					
Equipo de recreación	\$1,635.98	\$1,636.96	\$1,637.94	\$1,638.93	\$1,639.91
Equipo de computo	\$2,926.76	\$2,928.51	\$2,930.27	\$2,932.03	\$2,933.79
Muebles y enseres	\$2,276.37	\$2,277.73	\$2,279.10	\$2,280.46	\$2,281.83
Vehículos	\$35,021.00	\$35,042.01	\$35,063.04	\$35,084.08	\$35,105.13
(-) Depreciación acumulada neta	\$8,367.00	\$8,367.00	\$8,367.00	\$8,367.00	\$8,367.00
Total Activo tangible	\$33,493.10	\$33,518.22	\$33,543.35	\$33,568.49	\$33,593.66
Activo intangible					
Software Qwertik gestión de clientes	\$360.22	\$360.43	\$360.65	\$360.86	\$361.08
Permisos de funcionamiento de la agencia	\$500.30	\$500.60	\$500.90	\$501.20	\$501.50
Publicidad y propaganda	\$1,500.90	\$1,501.80	\$1,502.70	\$1,503.60	\$1,504.51
(-) Amortización acumulada neta	\$472.00	\$472.00	\$472.00	\$472.00	\$472.00
Total Activo tangible	\$1,889.42	\$1,890.83	\$1,892.25	\$1,893.67	\$1,895.09
TOTAL ACTIVO	\$76,266.16	\$76,317.23	\$76,368.32	\$76,419.44	\$76,470.60
Pasivo					
Pasivo circulante					
Pasivo corriente	\$16,353.46	\$16,363.27	\$16,373.09	\$16,382.91	\$16,392.74
Total pasivo circulante	\$16,353.46	\$16,363.27	\$16,373.09	\$16,382.91	\$16,392.74
Pasivo a largo plazo					
Préstamo Bancario	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
Total pasivo largo plazo	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
TOTAL PASIVO	\$26,353.46	\$26,363.27	\$26,373.09	\$26,382.91	\$26,392.74
PATRIMONIO					
Capital	\$49,912.71	\$49,953.96	\$49,995.23	\$50,036.53	\$50,077.86
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$76,266.16	\$76,317.23	\$76,368.32	\$76,419.44	\$76,470.60

6.7.8 Presupuestos de ingresos

Tabla 86 Presupuesto de ingresos

Años	DPI Real	Precio	Ingresos mensuales	Ingresos anuales
2020	6187	\$90.05	\$46,428.28	\$557,139.35
2021	6280	\$90.10	\$47,152.33	\$565,828.00
2022	6374	\$90.15	\$47,884.68	\$574,616.10
2023	6470	\$90.20	\$48,632.83	\$583,594.00
2024	6567	\$90.25	\$49,389.31	\$592,671.75

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Interpretación

Los ingresos se tienen de la DPI real obtenida de la DPI = Demanda – oferta, considerando los años proyectados desde el 2020 hasta el 2024, constituye los 5 años de vida útil del proyecto y del cual se realizan las proyecciones. Los ingresos mensuales se obtuvieron de la DPI Real anual dividido para 360 días del año comercial por el precio de venta de los paquetes de distracción y recreación, de igual manera los ingresos anuales solo que directamente la DPI real por el precio estimado.

6.7.4 Estado de resultados proyectados

Agencia de distracción y recreación para el adulto mayor

Estado De Resultados Proyectado

	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	\$ 557,139.35	\$ 565,828.00	\$ 574,616.10	\$ 583,594.00	\$ 592,671.75
(-) Gastos operativos	\$95,567.74	\$95,625.08	\$95,682.45	\$95,739.86	\$95,797.31
(=)Utilidad brutas en ventas	\$461,571.61	\$470,202.92	\$478,933.65	\$487,854.14	\$496,874.44
(-) Gastos administrativos	\$9,237.54	\$9,243.08	\$9,248.63	\$9,254.18	\$9,259.73
(-) Costos financieros	\$4,432.67	\$3,456.67	\$2,480.66	\$1,504.67	\$528.67
(=) Utilidades antes repartición trabaja	\$447,901.40	\$457,503.17	\$467,204.36	\$477,095.29	\$487,086.05
(-) Reparto de utilidades a los trab. 15%	\$67,185.21	\$114,375.79	\$116,801.09	\$119,273.82	\$121,771.51
(=)Utilidad antes de impuestos	\$380,716.19	\$343,127.38	\$350,403.27	\$357,821.47	\$365,314.53
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$95,179.05	\$51,469.11	\$52,560.49	\$53,673.22	\$54,797.18
(=) Utilidad neta	\$285,537.15	\$291,658.27	\$297,842.78	\$304,148.25	\$310,517.35
(+) Cargos de depreciación y amortiza.	\$8,839.00	\$8,839.00	\$8,839.00	\$8,839.00	\$8,839.00
(-) Pago de principales	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00
(=) Flujo neto de efectivo	\$284,376.15	\$290,497.27	\$296,681.78	\$302,987.25	\$309,356.35

6.7.5 Flujo de caja

Descripción	Año 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos operacionales	\$68,710.48	\$ 557,139.35	\$ 565,828.00	\$ 574,616.10	\$ 583,594.00	\$ 592,671.75
(+)Recursos propios	\$18,710.48					
(+)Recursos ajenos	\$50,000.00					
(+) Ingresos por ventas		\$ 557,139.35	\$ 565,828.00	\$ 574,616.10	\$ 583,594.00	\$ 592,671.75
(-) Egresos operacionales		\$104,742.53	\$104,805.38	\$104,868.26	\$104,931.18	\$104,994.14
(+) Gastos operacionales		\$95,510.53	\$95,567.84	\$95,625.18	\$95,682.55	\$95,739.96
(+) Costos administrativos		\$9,232.00	\$9,237.54	\$9,243.08	\$9,248.63	\$9,254.18
(=) Flujo operacional		\$452,396.82	\$461,022.62	\$469,747.84	\$478,662.82	\$487,677.61
Ingresos no operacionales						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-)Egresos no operacionales		\$4,432.67	\$3,456.67	\$2,480.66	\$1,504.67	\$528.67
(+) Interés pago crédito		\$4,432.67	\$3,456.67	\$2,480.66	\$1,504.67	\$528.67
(=) Flujo no operacional		\$4,432.67	\$3,456.67	\$2,480.66	\$1,504.67	\$528.67
(=) Flujo neto de caja	\$68,710.48	\$447,964.15	\$457,565.95	\$467,267.18	\$477,158.15	\$487,148.94

6.8 Punto de equilibrio

Según (Castillo, 2017) el punto de equilibrio es el valor expresado en cantidades, valores o porcentajes en donde una organización iguala el total de sus ingresos con el de sus costos.

Para (Luna, 2016) el análisis del punto de equilibrio sirve para determinar en qué punto la organización no obtiene pérdidas ni ganancias, este método exige que se conozcan los costos de operación y que se segmenten en sus componentes fijos y variables.

Para determinar el punto de equilibrio se diferenciaron los gastos fijos y variables, como se detallan a continuación:

Tabla 87 Costos fijos y costos variables

Gastos fijos		Gastos variables	
Costos	Valor	Costo	Valor
Sueldo personal contacto directo	\$ 37.200.00	Insumos	\$ 39,169.45
Gastos depreciación y amortización	\$8,839.00	Materiales indirectos	\$ 1,402.08
Mantenimiento de equipos	\$ 1,100.00	Servicios básicos	\$ 1,308.00
Sueldos administrativos	\$ 7,800.00	Suministros de oficina	\$ 124.00
Gastos financieros	\$ 4432.67		
Gasto arriendo	\$ 7,800.00		
Total gastos fijos	\$67,171.67	Total gastos variables	\$42,003.53

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

6.8.1 Punto de equilibrio en unidades monetarias

El punto de equilibrio en unidades monetarias se obtuvo de la siguiente forma:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

$$PE = \frac{67,171.67}{1 - \frac{42,003.53}{557,139.35}}$$

PE= \$ 72,648.77

Análisis

Para obtener el punto de equilibrio en unidades monetarias, se necesita alcanzar un nivel de ventas de \$ \$ 72,648.77 para que la agencia ni gane ni pierda dinero.

6.8.2 Punto de equilibrio en unidades de producción

$$\mathbf{PE} = \frac{\mathbf{CF}}{\mathbf{PVU} - \mathbf{CVU}}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CVU: Costos Variables Unitario = $42003.53/6187 = 6.79$

PVU: Precio de venta unitario

$$\mathbf{PE} = \frac{67,171.67}{90.05 - 6.78} = 807$$

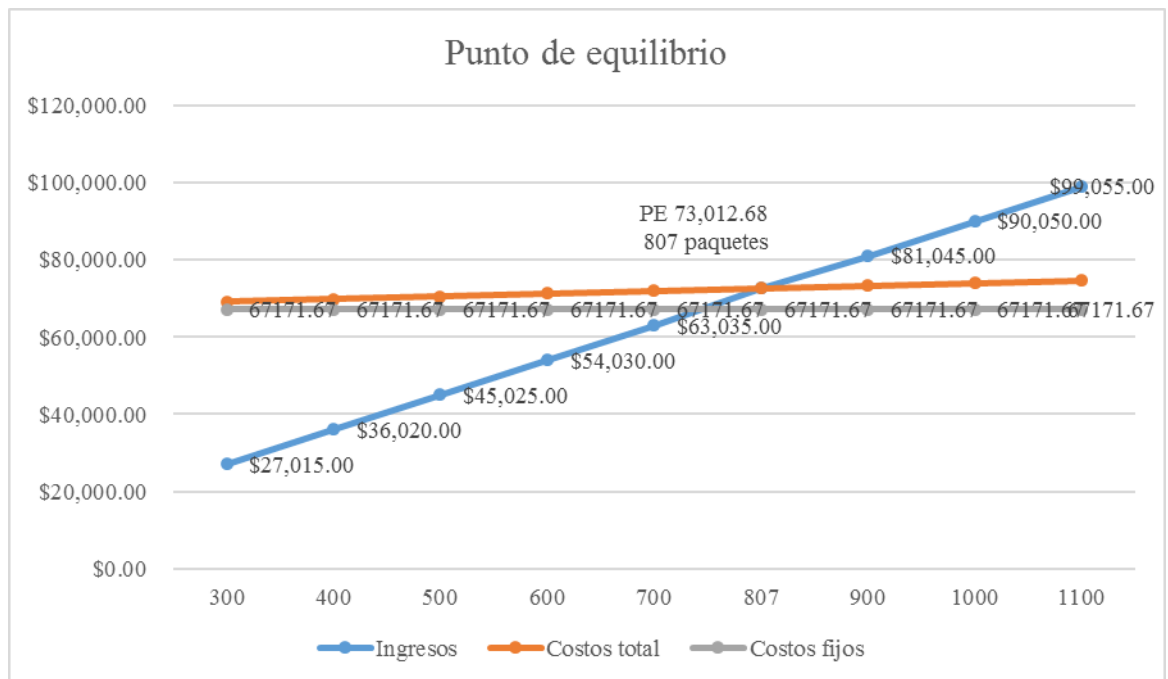
PE= 807 paquetes de servicios

Análisis

Se necesita vender 807 paquetes de servicios de distracción y recreación para alcanzar el punto de equilibrio, aun precio de \$ 90.05 dólares.

6.8.3 Punto de equilibrio graficado

Gráfico 32 Punto de equilibrio



Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

6.9 Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Según (Alvarado, 2016) la tasa mínima de rentabilidad es la tasa de interés mínima aceptable sobre una inversión, representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir.

Para (Flórez, 2015) se considera la tasa mínima de rentabilidad requerida sobre una inversión que resulta del análisis de flujo de efectivo descontado.

6.9.1 Cálculo Tmar1 sin financiamiento

$$\text{Tmar1} = i + f$$

En donde:

Tmar: Tasa mínima aceptable de rendimiento

i: premio al riesgo: 50% (debido a que la inversión es alta)

f: Inflación 0,06% (Banco Central del Ecuador)

$$\text{Tmar1} = i + f$$

$$\text{Tmar1} = 0.50 + 0.0006$$

$$\text{Tmar1} = 0.5006 = 50.06\%$$

6.9.1 Cálculo Tmar1 con financiamiento

$$\text{Tmar1} = i + f (2)$$

$$\text{Tmar1} = 0.50 + 0.0006(2)$$

$$\text{Tmar1} = 0.50 + 0.0012 = 0.5012 = 50.12\%$$

6.9.3 Cálculo Tmar1 global mixto

Tabla 88 TMAR 1 Global

Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación de las fuentes	TMAR Anual	Ponderación
Capital propio	\$ 18,710.48	0.2723	0.5006	0.1363
Inversión financiera	\$ 50,000.00	0.7277	0.1021	0.0743
Total	\$ 68,710.48	1.0000	0.1621	0.2106
Porcentaje				21.06%

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Para el cálculo del TMAR global mixto 1, se realizó en base a los valores porcentuales de la Tmar 1 sin financiamiento, para ponderar el porcentaje de aportación del capital propio que fue del 27.23% y también se tomó en cuenta el

porcentaje de la tasa de interés activa obtenida del préstamo bancario que fue del 10.21%. El TMAR global mixto 1 es de 21.06%.

6.9.4 Cálculo Tmar2 global mixto

Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación de las fuentes	TMAR Anual	Ponderación
Capital propio	\$ 18,710.48	0.2723	0.5012	0.1365
Inversión financiera	\$ 50,000.00	0.7277	0.1021	0.0742
Total	\$ 68,710.48	1.00	0.1627	0.2107
Porcentaje				21.07%

Tabla 89 TMAR 2 Global

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

La tasa mínima aceptable mediante la TMAR Global 2 para el proyecto de emprendimiento para la agencia de distracción y recreación es del 21.07%. Obtenida de la multiplicación de los porcentajes de aportación tanto del capital propio y de la inversión financiera por el TMAR con financiamiento y la tasa activa de interés.

6.10 Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

VAN 1

Según (Mendoza & Ortiz, 2016) el Valor Actual Neto o VAN es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión requeridos para conocer cuánto se va a ganar o perder en una inversión.

Para (Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera, 2018) el VAN representan los valores de los flujos de caja generados durante un periodo determinado, disminuyendo el valor de la inversión inicial.

Regla de decisión

VAN > 0 La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)
 El proyecto puede aceptarse

VAN < 0 La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida
(r) El proyecto debería rechazarse

VAN = 0 La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas

$$VAN = -\text{Inversión inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -68710.48 + \frac{\$284,376.15}{(1+0.2106)^1} + \frac{\$290,497.27}{(1+0.2106)^2} + \frac{\$296,681.78}{(1+0.2106)^3} + \frac{\$302,987.25}{(1+0.2106)^4} + \frac{\$309,356.35}{(1+0.2106)^5}$$

$$VAN1 = \$ 791.672,58$$

Análisis

El valor obtenido del VAN 1 es de \$ 791.672,58 que se generó de la inversión inicial menos flujos netos de efectivo dividido entre 1 más el TMAR 1 Global, considerando que la tasa de rendimiento considerada fue del 21.06% obtenida del cálculo del TMAR1 global. Con un VAN 1 positivo, el emprendimiento es factible.

VAN 2

$$VAN = -\text{Inversión inicial} + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -68710.48 + \frac{\$284,376.15}{(1+0.2107)^1} + \frac{\$290,497.27}{(1+0.2107)^2} + \frac{\$296,681.78}{(1+0.2107)^3} + \frac{\$302,987.25}{(1+0.2107)^4} + \frac{\$309,356.35}{(1+0.2107)^5}$$

$$VAN2: 791.483.28$$

Análisis

El valor obtenido del VAN 2 es de \$ 791.483.28 que se generó de la inversión inicial menos flujos netos de efectivo dividido entre 1 más el TMAR 2 Global, considerando que la tasa de rendimiento considerada fue del 21.07% obtenida del cálculo del TMAR2 global.

6.11 Indicadores Financieros

6.11.1. Índices de solvencia

$$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

$$\text{Solvencia} = 76,215.13 / 66,343.65$$

$$\text{Solvencia} = 1.14$$

Análisis

La agencia de distracción y recreación según el indicador de solvencia está en la capacidad de recuperar 0.14 por cada dólar invertido, una vez que se ha dividido su activo total para su pasivo total.

6.11.2 Índice de liquidez

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Liquidez corriente: } 40859.13 / 16343.65 = 2.50$$

Análisis

La agencia de distracción y recreación según el índice de liquidez está en la capacidad de respaldar sus obligaciones en una razón de 2.50 por cada dólar en deuda a corto plazo.

6.11.3 Índice de endeudamiento

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} \times 100$$

$$\text{Endeudamiento} = (66,343.65 / 76,215.13) \times 100$$

$$\text{Endeudamiento} = (0.8704) \times 100$$

$$\text{Endeudamiento} = 87.04\%$$

El índice de endeudamiento que obtuvo la agencia fue de 87.04%, lo que representa un valor muy alto, sin embargo, considerando, que los flujos de caja son positivos, la agencia tendrá la posibilidad de hacer frente a sus deudas de forma efectiva.

6.11.4. Índice de Apalancamiento

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = 66,343.65 / 9871.48 = 6.72 \text{ veces}$$

Análisis

El porcentaje de compromiso con los acreedores de la agencia es mayor a 1, con un resultado de 6.72 veces, interpretando que, a mayor crédito, mayor apalancamiento y menor inversión de capital propio, el apalancamiento es usar endeudamiento para financiar las operaciones de la agencia.

6.12. Tasa beneficio – costo

Según (Arredondo, 2015) también como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir los ingresos totales entre los costos totales de un proyecto.

Para (Flórez, 2015) la tasa de beneficio costo representan los beneficios obtenidos en una inversión considerando los ingresos sobre los egresos desembolsados para llevar a cabo el proyecto.

Regla de decisión

$B/C > 1$ = Proyecto aceptable

$B/C = 0$ = Proyecto postergado

$B/C < 0$ = Proyecto no Aceptable

$$R B/C = \frac{\sum \text{Ingresos brutos}}{\sum \text{Costos totales del proyecto}}$$

$$R B/C = \frac{2'873.849.20}{537.058.93}$$

$$R B/C = 5.35$$

Análisis

La agencia obtuvo una relación beneficio/costo tiene 5.35 de recuperación y beneficio por cada dólar invertido, cifra obtenida mediante la suma total de sus ingresos brutos dividido para la suma total de los costos.

6.13 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Según (Alvarado, 2016) es un indicador financiero que mide en cuánto tiempo detalladamente se recuperará el total de la inversión a valor presente.

Para (Luna, 2016) es el periodo de recuperación de una inversión, que mide el tiempo en que se demora en recuperar el desembolso inicial de una determinada inversión.

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\frac{\sum FNE}{\text{Número de años}}}$$

$$PRI = \frac{68,710.48}{\frac{\$2.337.104,38}{5}} = 0.15$$

0 años

0.15 x 12 meses= 1 mes

0.80 x 30 días= 24 días

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 mes con 24 días aproximadamente.

6.14 Tasa interna de retorno (TIR)

Según (Molina, 2014) la TIR, también conocida como Tasa Interna de Retorno, es la tasa de rentabilidad que ofrece un proyecto, mediante este indicador financiero se puede determinar si es viable o no invertir en un determinado proyecto, considerando entre otras opciones de inversión de menor riesgo.

Para (Villarreal, 2015) es la tasa de actualización por medio de la cual el valor actual de ingresos de efectivo, es igual al valor actual de los egresos o salidas.

$$TIR = Tmar_1 + (Tmar_2 - Tmar_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

$$TIR = 0.2106 + (0.2107 - 0.2106) \frac{791.672,58}{791.672,58 - 791.483,28}$$

$$TIR = 0.2106 + (0.0001) \frac{791.672,58}{189,3}$$

$$TIR = 0.2106 + (0.0001)4182,11$$

$$TIR = 0.2106 + 0.4182$$

$$TIR = 0.6288$$

$$TIR = 62.88\%$$

Análisis

La tasa interna de retorno de la agencia es de 62.88%, que indica el valor mínimo aceptable de rendimiento, comparado con la TMAR global 1 del 21.06%, y del TMAR global 2 del 21.07%, la TIR del emprendimiento es ampliamente mayor, por lo tanto, es un indicador rentabilidad positivo para la ejecución del emprendimiento.

6.15.3. Cuadro de sensibilidad

Tabla 90 Cuadro comparativo de sensibilidad

Variaciones	Escenario optimista	Valor	Escenario real	Escenario pesimista	Valor
Valor Actual Neto 1	+20%	\$ 950.007,09	\$ 791.672,58	-20%	\$ 633.338,07
Valor Actual Neto 2	+20%	\$ 949.779,94	\$ 791.483,28	-20%	\$ 633.186,62
Tasa Interna De Retorno	+20%	75,46%	62,88%	-20%	50,30%
Relación Beneficio/Costo	+20%	6,42	5,35	-20%	4,28
Período Interno de Recuperación	+20%	1 mes 13 días	1 mes 24 días	-20%	2 meses con 5 días

Elaborado por: Sánchez, Julia (2019)

Análisis

Una vez realizado el análisis de sensibilidad correspondiente se concluye que el Valor Actual Neto del emprendimiento tanto en el escenario optimista + 20% como en el pesimista -20% asegura a los inversionistas que su desarrollo generará la recuperación de su inversión tanto en el escenario pesimista también se tiene factibilidad financiera.

El VAN 1 en el escenario optimista con +20% fue de \$ 950.007,09 y en el escenario pesimista -20% fue de \$ 633.338,07

El VAN 2 en el escenario optimista con +20% fue de \$ 949.779,94 y en el escenario pesimista -20% fue de \$ 633.186,62.

La TIR en el escenario optimista +20% fue de 75.46% y en escenario pesimista -20% fue de 50.30%, podemos ver que es mayor que la TMAR del proyecto, por lo tanto, es factible desde el punto de vista financiero invertir en el emprendimiento.

La Relación B/C en el escenario optimista +20% fue de 0.18 y en el escenario pesimista -20% 0.12 significa que por cada dólar invertido en ambos escenarios obtendrán ganancias y la inversión se recuperara en el escenario optimista +20% en 1 mes 13 días y en el escenario pesimista -20% en 2 meses con 5 días.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Los problemas sociales, físicos y psicológicos que cada día enfrentan los adultos mayores, además de las limitaciones, hacen que sobrellevar esta etapa sea difícil, además del abandono de las personas más cercanas a ellos como familiares y amigos. Los adultos mayores en el Ecuador enfrentan el abandono, ya que el 14,9% son víctimas de negligencia y abandono, esto indica que los adultos mayores son descuidados por sus familiares o amigos, para ello es necesario cubrir esta carencia que tiene la sociedad frente a los adultos mayores, de disponer de una agencia que facilite la distracción y recreación de los adultos mayores. Estos datos reflejan un potencial desde el punto de vista social y de mercado para el presente emprendimiento, constituyéndose en una alternativa para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores de Ambato.

- El estudio de mercado realizado para la agencia de distracción y recreación demostró ser factible desde el punto de vista del mercado, por cuanto hubo una gran aceptación de los clientes considerados como público objetivo (adultos mayores afiliados al IESS) con un valor de aceptación del 98.13%, además se estimó un precio referencial de 90 dólares por cada paquete de servicio ofrecido, en parte porque en la actualidad en el mercado no existe una agencia que ofrezca servicios similares. Se utilizará como canal de comercialización la venta directa, para ello se contará con personal de atención al cliente. El DPI real se tomó en base al 3% que es la capacidad que puede cubrir la agencia en relación a las actividades de distracción y recreación.

- Para que la agencia opere de forma normal es necesario que en la estructura organizativa de la agencia cuente con los siguientes puestos necesarios: gerente general chofer profesional, enfermera, fisioterapeuta, cocinero, y atención al cliente, estableciendo de esta manera dos niveles jerárquicos: nivel ejecutivo y nivel operativo. El lugar ideal para el funcionamiento de la agencia se determinó mediante el método de factores ponderados, en donde se determinó que el mejor lugar para la ubicación es en la ciudadela España, calles Gomes de la Cerna y García Lorca.
- La misión de la agencia es ofrecer servicios de distracción y recreación para los adultos mayores, mediante personal calificado y capacitado para brindar las mejores experiencias a nuestros clientes. La visión de la empresa es ser la agencia líder en la provincia de Tungurahua en el segmento de distracción y recreación de los adultos mayores, reconocidos por su capacidad de ofrecer servicios de calidad y calidez humana. Los valores se determinaron a través de una matriz axiológica, se determinaron que la calidez, trabajo en equipo, responsabilidad, puntualidad, son los valores y principios que ayudaran a la agencia a crear y fortalecer la cultura organizacional.
- Los indicadores financieros fueron positivos, con una TIR de 62.88%, comparado con TMAR de 21.06%, es mayor por lo cual existe una tasa de rentabilidad atractiva para los inversionistas, además en el cálculo de la VAN1 se obtuvo un valor de \$ 791.672,58 y en el VAN 2 de \$791.483.28 lo cual refleja retornos positivos mayores a la inversión inicial.

7.2 Recomendaciones

- La sociedad debe prestar más atención a las necesidades de los adultos mayores, ya que forman parte del grupo de personas vulnerables, que se describe tanto en la Constitución del Ecuador como en el plan Todo una Vida, es necesario que la sociedad elimine los estereotipos sobre los adultos mayores sobre en especial considerar que son personas que no pueden distraerse y recrearse.

- Desarrollar el plan de emprendimiento, debido a que es factible, y se atiende una necesidad que ha sido por años descuidada en la ciudad de Ambato, ya que se dispone únicamente de asilos en donde los adultos mayores pasan el resto de su vida encerrados en una habitación, para ello se observó que existe la necesidad de cuidar de los adultos mayores y pensar en su bienestar mediante la distracción y recreación permitirán mejorar su calidad de vida.
- Es necesario para que la agencia opere de forma eficiente contar con personal capacitado y motivado para cuidar de los adultos mayores, a través de servicios de calidad y con calidez humana, para ello es necesario el entrenamiento y capacitación constante del personal.
- Innovar constante el servicio de distracción y recreación con el fin de brindar nuevos servicios para los adultos mayores, para ello es importante el estudio constante del mercado, para posesionar la agencia en el mercado y expandirse a otras ciudades de la zona central de Ecuador.
- Observando que existe un mercado con un amplio margen de Demanda Potencial Insatisfecha, se prevé que en el futuro la agencia puede adquirir otra buseta para incrementar la capacidad de generar los paquetes de distracción y recreación, también para expandirse a otras ciudades de la región central del Ecuador.

Bibliografía

- Alcance. (2019). *Importancia de la recreación en adultos mayores*. Obtenido de <http://www.alcance.com.uy/importancia-de-la-recreacion-en-adultos-mayores/>
- Alvarado, V. M. (2016). *Ingeniería de costos*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Ansotegui, C. (2015). *Ética de las finanzas*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer S.A.
- Árraga, M., & Sánchez, M. (2017). *Recreación y calidad de vida en adultos mayores que viven en instituciones geriátricas y en sus hogares. Un estudio comparativo*. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología: 737-756.
- Arredondo, M. M. (2015). *Contabilidad y Análisis de Costos*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754-indicadores-econ%C3%B3micos>
- Bernardo, J. R. (2018). *Psicogeriatría. Una mirada hacia el futuro*. Santiago de Chile: Ebooks Patagonia.
- Castillo, C. F. (2017). *Sistema de administración de operaciones para el sector frutícola del cantón Cevallos provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25764/1/365%20o.e..pdf>
- Castillo, C. F., Álvarez, L. E., Chamorro, D. E., Sisa, D. I., & Esparza, F. F. (2019). La administración de operaciones como herramienta para mejorar la competitividad en el sector frutícola. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera. (2018). *Normas de Información Financiera 2018*. Ciudad de México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C.

- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Córdoba, C. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *TENDENCIAS*, 58-68.
- Cruz, I. (2014). *Canales de distribución*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Cuevas, C. (2012). FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo). *Estudios Gerenciales*.
- Domínguez, G. (2016). *Didáctica y aplicación de la administración de operaciones*. México D.F.: Insituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Fajn, S. (2001). *Recreación en la Vejez, una propuesta saludable*. Obtenido de <http://Pscomundo.com/tiempo/cve-pe2/biblio1.htm>
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. San José: Editorial Tecnológico de Costa Rica.
- Flórez, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Gamboa, J. M., & Santiago, N. I. (2018). *Introducción a la contabilidad general*. Ambato: Publicaciones y Libros-Consejo Editorial UTA.
- García, J. A., Reding, A., & López, J. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en educación médica*, 217-224.
- García, M., Zeró, M., & Sánchez, Y. (2015). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 88-103.
- Grande, I. (2014). *Marketing de los servicios*. Editorial ESIC: Madrid.
- IESS. (2016). *Boletín Estadístico Número 22*. Quito. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/documents/10162/8421754/BOLETIN+ESTADISTICO+22+2016?version=1.0>

- IESS. (2016). *Jubilación patronal y la jubilación del seguro social del IESS*. Obtenido de <https://actuaria.com.ec/jubilacion-patronal-y-la-jubilacion-del-seguro-social-del-iess/>
- INEC. (2010). *Fascículo provincial Tungurahua*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Kotler, P., & Kartajaya, H. (2018). *Marketing 3.0*. Madrid: Editorial LID.
- Lacalle, G. (2018). *Operaciones administrativas de compraventa*. Madrid: Editorial EDITEX.
- López, V., & Pérez, J. (2011). Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-37682011000700008&lng=es&nrm=iso
- Luna, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Mancheno, M. J. (2016). Consideraciones sobre el Marketing Ético. *Revista Publicando*, 509-519. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/368/pdf_231
- Mancheno, M. J., & Villalba, R. F. (2016). Habilidades directivas y el desarrollo empresarial en la industria de calzado a través de la modelización. *Revista Publicando*, 620-637. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/386/pdf_242
- Manzano, M. A., Mancheno, M. J., & Gamboa, J. M. (2019). Logística comercial: un enfoque para la toma de decisiones en las MIPYMES de la Zona 3 del Ecuador. *Espirales*. Obtenido de <http://revistaespirales.com/index.php/es/article/view/423/354>
- Martín, M. (2017). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Madrid: Editorial ESIC.
- Martínez, C. M. (2018). Evaluación Financiera. *Facultad de Economía*.

- Maza, J., Chávez, G., & Herrera, J. (2017). Revalorización de propiedades planta y equipo (PPYE) con fines de financiamiento. *Revista Universidad y Sociedad*, 184-190.
- Méndez, G., & López, E. (2014). Metodología para el pronóstico de la demanda en ambientes multiproducto y de alta variabilidad. *Tecnura*, 89-102 .
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016). *Contabilidad financiera para Contaduría y Administración*. Bogotá: ECOE ediciones.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Editorial ECOE.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (Septiembre de 2012). *Analizan problemática del adulto mayor*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101389382/analizan-problema-tica-del-adulto-mayor>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2019). *Dirección Población Adulta Mayor*. Obtenido de <https://www.inclusion.gob.ec/direccion-poblacion-adulta-mayor/>
- Molina, H. (2014). Financiamiento de inversiones mediante el "Project finance". *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 76-82.
- Monsalvo, R., Romero, M., & Miranda, G. (2014). *Balance de Materia y Energía: Procesos Industriales*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Moreno, J. A. (2014). *Contabilidad de la Estructura Financiera de la Empresa*. México: Grupo Editorial Patria.
- Muñoz, J. (2002). *Psicología del envejecimiento*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Nivelo, W. (2011). *Manual práctico para el diseño y evaluación de proyectos*. Ciudad de México.
- Otzen, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*.
- Pacheco, C., & Pérez, G. J. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ciudad de México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

- Parra, M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento y Gestión*, 89-127.
- Perdiguero, M. Á. (2018). *Diseño y organización del almacén*. Málaga: ICE Editorial.
- Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Ramos, J. (2017). *Marketing digital para empresas del sector turístico*. E-book.
- Reyes, O. (2013). *Nuevas Tendencias En El Negocio Electrónico*. Bloomington: Palibrio.
- Sastre, R. (2014). *La dirección de las organizaciones*. Buenos Aires: Editorial Universitaria.
- Scharch, A. (2016). *El marketing como estrategia de emprendimiento*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Šerić, ., & Ljubica, J. (2018). *Market Research Methods in the Sports Industry*. Bingley: EMERALD Publishing.
- Sorlózano, M. J. (2017). *Optimización de la cadena logística*. Málaga: IC Editorial.
- Talaya, A., & Mondéjar, J. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Editorial ESIC.
- Traver, J. (2016). Construcción y validación de un cuestionario de actitudes hacia la innovación educativa en la universidad. *Perfiles educativos*.
- Villaruel, E. (2015). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Madrid: Ifsa publishing.
- Villaseca, D. (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*. Madrid: Editorial ESIC.