

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



UNIDAD DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA FUNDACIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL SIN
FINES DE LUCRO PARA LOS ADULTOS MAYORES”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del Grado de Magister en
Administración y Dirección de Empresas.**

AUTOR:

Carmen Rosa Vásquez Vera, Ps. Ind.

TUTOR:

Ing. Juanito Lascano Polo, MBA

**Quito – Ecuador
2012**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Graduación, nombrado por la Comisión Académica de Posgrados de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “**CREACIÓN DE UNA FUNDACIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL SIN FINES DE LUCRO PARA LOS ADULTOS MAYORES**” , presentado por la Maestrante Carmen Rosa Vásquez Vera, estudiante del programa de Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Tercera Promoción MBA13, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de Posgrados designe.

Quito, octubre 2012

TUTOR

Ing. Juanito Lascano Polo, MBA
C.C. 1704700937

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Tercera Promoción MBA13, declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito a la obtención del Grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, octubre del 2012

Carmen Rosa Vásquez Vera

C.C. 091682055 - 8

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de Posgrados, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de posgrados.

Quito, octubre del 2012

Para constancia firman:
TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A mi Familia: Mi hijo, Miguel A. Gaibor Vásquez, su Padre, el Dr. Miguel A. Gaibor M. y a mis Queridos y extrañados Padres.

Carmita

AGRADECIMIENTO

A Dios, al Equipo humano de la Universidad Tecnológica Israel y a todas las personas y amigos que me apoyaron en este proceso.

Carmita

INDICE GENERAL

A.- PRELIMINARES

Portada.....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General de Contenidos.....	vii
Índice de cuadros, gráficos y anexos.....	xi
Glosario de abreviaturas y siglas.....	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Abstract.....	xvi

B.-CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema.....	2
Planteamiento del problema	2
Formulación del problema.....	3
Sistematización del problema.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos específicos.....	4
Justificación teórico.....	4
Marco Teórico.....	5.
Marco Conceptual.....	14
Hipótesis.....	16
Aspectos Metodológicos.....	16

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Marketing Mix (producto, precio, plaza.....	19
Análisis del Macro entorno (oportunidades, amenazas.).....	20
Análisis del Micro entorno (oportunidades, amenaza.).....	34
Segmentación del mercado (Colegio Bilingüe “ITALIA”)	36
Investigación de mercado.....	36
Tamaño de la muestra.....	37
Encuesta.....	39
Tabulación y análisis de resultados.....	42
Oferta de mercado.....	53
Demanda del mercado.....	54
Demanda insatisfecha.....	55

CAPÍTULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Misión.....	57
Visión.....	58
Valores corporativos.....	58
Objetivos.....	59
Estrategia.....	60
Planes de acción.....	63
Balance Score Card	65

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Macro localización.....	68
Micro localización.....	69
Recursos (Tecnológicos, Humanos, Financieros, Económicos).....	72
Cadena de valor.....	74
Mapa de procesos.....	76
Flujo o diagramación de procesos.....	77
Propuesta estratégica.....	78

CAPÍTULO V

ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

Presupuesto.....	82
Presupuesto de inversión.....	82
Inversión Total.....	82
Inversión en activos fijos o tangibles.....	83
Inversión de activos diferidos o intangibles.....	87
Capital de Trabajo.....	89
Financiamiento.....	90
Fuentes de financiamiento.....	90
Estructura del Financiamiento.....	91
Tabla de amortización del Préstamo.....	91
Presupuesto de Costos.....	92
Costos Variables.....	92
Costos Fijos.....	93
Gastos administrativos.....	97
Gastos de venta.....	98
Gastos Financieros.....	99
Gastos de Producción.....	100

Proyección de Ingresos.....	102
Presupuesto de Ingresos.....	102.
Estado de resultados.....	102
Flujo de Caja.....	104
VAN.....	107
TIR.....	109
PRI.....	110
Punto de Equilibrio.....	111

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	112
Recomendaciones.....	113

C.- MATERIALES DE REFERENCIA

Bibliografía.....	114
Anexo 1: Plan de Estudios de las TIC para AM.....	115
Anexo 2: Fotografías de las Instalaciones.....	117

INDICE DE CUADROS

1. Cuadro No. 1 (Procesos Cognitivos estudiados).....	8
2. Cuadro No. 2 (Medio Ambiente).....	25
3. Cuadro No. 3 (Análisis del Desempleo en Ecuador).....	26
4. Cuadro No. 4 (Análisis del Desempleo en Ecuador).....	28
5. Cuadro No. 5 (Análisis del Desempleo en Ecuador).....	28
6. Cuadro No. 6 (Análisis de la Inflación en Ecuador 2012).....	29
7. Cuadro No. 7 (Análisis de la tasa de interés del Ecuador del 2012.....	31
8. Cuadro No. 8 (Análisis de la tasa de interés del Ecuador del 2012.....	32
9. Cuadro No. 9 (Análisis de la tasa de interés del Ecuador del 2012.....	32
10. Cuadro No. 10 (Resultados de la Encuesta General).....	42
11. Cuadro No. 11 (Resultados de la Pregunta 1).....	43
12. Cuadro No. 12 (Resultados de la Pregunta 2).....	44
13. Cuadro No. 13 (Resultados de la Pregunta 3).....	45
14. Cuadro No. 14 (Resultados de la Pregunta 4).....	46
15. Cuadro No. 15 (Resultados de la Pregunta 5).....	47
16. Cuadro No. 16 (Resultados de la Pregunta 6).....	48
17. Cuadro No. 17 (Resultados de la Pregunta 7).....	49
18. Cuadro No. 18 (Resultados de la Pregunta 8).....	50
19. Cuadro No. 19 (Resultados de la Pregunta 9).....	51
20. Cuadro No. 20 (Resultados de la Pregunta 10).....	52
21. Cuadro No. 21 (Demanda Proyectada).....	55
22. Cuadro No. 22 (Estrategias para Aplicarse.....	56
23. Cuadro No. 23 (Planes de Acción).....	63
24. Cuadro No. 24 (Balance Score Card).....	65
25. Cuadro No. 25 (Matriz Locacional).....	71
26. Cuadro No. 26 (Inversión Total).....	82
27. Cuadro No. 27 (Inversión Activos Fijos).....	83
28. Cuadro No. 28 (Maquinaria y Equipo).....	84
29. Cuadro No. 29 (Utensilios y Accesorios).....	84
30. Cuadro No. 30 (Equipos de Computación).....	85
31. Cuadro. No. 31(Equipos de Oficina).....	85

32. Cuadro No. 32 (Muebles y Enseres).....	86
33. Cuadro No. 33 (Inversión Activos Diferidos).....	87
34. Cuadro No. 34 (Gastos de Puesta en Marcha).....	87
35. Cuadro No. 35 (Gastos de Organización).....	88
36. Cuadro No. 36 (Gastos de Patente).....	88
37. Cuadro No. 37(Capital de Trabajo).....	90
38. Cuadro No. 38 (Estados de Fuentes y Usos).....	91
39. Cuadro No. 39 (Tabla de Amortización).....	92
40. Cuadro No. 40 (Insumos).....	93
41. Cuadro No. 41 (Mano de Obra Indirecta).....	94
42. Cuadro No. 42 (Reparación y Mantenimiento).....	94
43. Cuadro No. 43 (Seguros).....	95
44. Cuadro No. 44(Depreciación de los Activos Fijos).....	96
45. Cuadro No. 45 (Amortización).....	97
46. Cuadro No. 46 (Gastos Administrativos).....	97
47. Cuadro No. 47 (Gastos de Venta).....	98
48. Cuadro No. 48 (Gastos Financieros).....	99
49 Cuadro No. 49 (Costos de Producción Anuales).....	100
50. Cuadro No. 50 (Costos de Producción Proyectados).....	101
51. Cuadro No.51 (Estados de Resultados).....	102
52. Cuadro No. 52 (Estado de Situación).....	103
53. Cuadro No. 53 (Flujo de Caja).....	105
54. Cuadro No. 54 (Flujo de Caja de Inversionista).....	106
55. Cuadro No. 55 (Valor Actual Neto del Proyecto).....	108
56. Cuadro No. 56 (Valor Actual Neto del Inversionista).....	108
57. Cuadro No. 57 (Cálculo de la TIR).....	109
58. Cuadro No. 58 (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	110
59. Cuadro No. 59 (Punto de Equilibrio).....	111

INDICE DE GRÁFICOS

1. Gráfico No. 1 (Medias Obtenidas en CIF).....	7
2. Gráfico. No. 2 (Medias Obtenidas en Orientación Espacial).....	8
3. Gráfico No. 3 (Medias Obtenidas en Memoria Inmediata).....	9
4. Gráfico No. 4 (Los A.M. y las TIC A).....	12
5. Gráfico No. 5 (Los A.M. y las TIC B).....	13
6. Gráfico No. 6 (Los AM y las TIC C).....	13
7. Gráfico No. 7 (Producto Interno Bruto).....	22
8. Gráfico No. 8 (Tasas del Sistema Financiero Productivo Corporativo...)	32
9. Gráfico No. 9 (Tasas del Sistema Financiero Productivo Empresarial....)	33
10. Gráfico No. 10 (Tasas Máximas de los Segmentos de Crédito).....	34
11. Gráfico No. 11 (Resultados de la Encuesta General).....	42
12. Gráfico No. 12 (Resultados de la Pregunta 1).....	43
13. Gráfico No. 13 (Resultados de la Pregunta 2).....	44
14. Gráfico No. 14 (Resultados de la Pregunta 3).....	45
15. Gráfico No. 15 (Resultados de la Pregunta 4).....	46
16. Gráfico No. 16 (Resultados de la Pregunta 5).....	47
17. Gráfico No. 17 (Resultados de la Pregunta 6).....	48
18. Gráfico No. 18 (Resultados de la Pregunta 7).....	49
19. Gráfico No. 19 (Resultados de la Pregunta 8).....	50
20. Gráfico No. 20 (Resultados de la Pregunta 9).....	51
21. Gráfico No. 21 (Resultados de la Pregunta 10).....	52
22. Gráfico No. 22 (Demanda Proyectada AM).....	56
23. Gráfico No. 23 (Demanda Insatisfecha AM).....	56
24. Gráfico No. 24 (Mapa de la Parroquia Mariscal Sucre).....	68
25. Gráfico No. 25 (Calles de la Ubicación de la Fundación).....	69
26. Gráfico No. 26 (Plano de la Micro Localización).....	72
27. Gráfico No. 27 (Cadena de Valores).....	74
28. Gráfico No. 28 Mapa de Procesos Enseñanza a los A.M.).....	76
29. Gráfico No. 29 (Flujo o Diagramación de Procesos).....	77
30. Gráfico No. 30 (A. M. y la TIC, D).....	80

31. Gráfico No. 31 (A.M. y las TIC, E).....	81
32. Gráfico No. 32 (Fachada de la Institución Externa).....	117
33. Gráfico No. 33 (Fachada de la Institución Interna).....	118
34. Gráfico No. 34 (Laboratorio de Informática, A).....	119
35. Gráfico No. 35(Laboratorio de Informática, B).....	120

GLOSARIO DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

TIC: Tecnologías Informáticas de la Comunicación

AM: Adultos Mayores

CIF: Conocimientos Informáticos

BSC: Balance Score Card

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

UNIDAD DE POSGRADOS

MAESTRIA EN ADMINISTRACION Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“CREACIÓN DE UNA FUNDACIÓN CON RESPONSABILIDAD SOCIAL SIN FINES DE LUCRO PARA LOS ADULTOS MAYORES”

AUTORA

Carmen Rosa Vásquez Vera

TUTOR

Ing. Juanito Lascano Polo, MBA

RESUMEN

Como resultado de todo el trabajo de investigación sobre la falta de atención al target seleccionado para este proyecto, que en esta caso son; los familiares Adultos Mayores de los alumnos del Colegio Bilingüe Italia, orientada a la educación y actualización de las TIC para conseguir no solo el beneficio personal o familiar sino también sociocultural, logrando de este modo, una sociedad Adulta Mayor mas segura de si misma, conectada a la tecnología y con mentes activas y cuerpos sanos, que les permita rodearse de un circulo social y emocional de manera asertiva y con bases firmes para poder desenvolverse con total seguridad.

De este modo se creara una fundación con responsabilidad social sin fines de lucro con voluntarios de cursos superiores de informática que impartirán clases los fines de semana en un horario de 4 horas por la mañana, además estará compuesto de tres niveles cada uno será de dos meses aproximadamente y se evaluará el desarrollo del Adulto Mayor al final de cada nivel

PALABRAS CLAVES: Adultos Mayores (A.M.), TIC (Tecnologías Informáticas de Comunicación), Responsabilidad Social, Rentabilidad humana, Voluntariado juvenil, inserción.

ISRAEL TECHNOLOGY UNIVERSITY

POSTGRADUATE UNIT

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

TOPIC:

"BUILDING A FOUNDATION WITH SOCIAL RESPONSIBILITY NON PROFIT FOR SENIORS"

AUTHOR

Carmen Rosa Vásquez Vera

TUTOR:

Ing. Juanito Lascano Polo, MBA

ABSTRACT

As a result of all the research on the lack of attention to the target selected for this project, which in this case are: Aging relatives of students of Italian Bilingual School, oriented education and updating of ICT to achieve not only personal or family benefit but also sociocultural, thereby achieving a more adult society Mayor-confident, connected to technology and active minds and healthy bodies, allowing them to be surrounded by a circle of social and emotional assertively and firm basis to be able to function safely.

This will create a foundation with social responsibility nonprofit volunteer senior computer courses that offer classes on weekends at a time of 4 hours in the morning, and will consist of three levels each is two months about and assess the development of the Elderly at the end of each level

KEYWORDS: Senior (Old Persons), ICT (Information Technology Communication), Social Responsibility, Human Performance, Volunteer,

B.- CONTENIDOS

INTRODUCCION

Con la presente investigación que a continuación se presenta pretende exponer una propuesta de educación en TIC orientada a Adultos Mayores familiares de los estudiantes del Colegio Bilingüe “ITALIA”, considerando que este tipo de proyecto se origina debido a los fuertes cambios socioculturales de las últimas décadas, realizando su planificación de acuerdo al grupo poblacional destinatario de las mismas y teniendo en cuenta el reconocimiento por parte de los Adultos Mayores, quienes enfrentan el reto de llevar adelante nuevos aprendizajes para integrarse al grupo social con el que conviven e integrarse a la sociedad moderna.

Colaborando con este propósito, en primera instancia se llama a la sociedad a reflexionar sobre los cambios poblacionales y se caracteriza a la misma, donde es innegable la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es así que en segundo lugar, se caracteriza al Adulto Mayor como sujeto destinatario de los diferentes cambios que se deben proponer desde el sistema educativo. Por último, se describe la propuesta de educación de Adultos Mayores en TIC del Programa Educativo de Adultos Mayores de la Fundación que se creará específicamente por este motivo y la valoración de la misma por parte de los estudiantes de la tercera edad y sociedad en general.

Es sumamente importante la incorporación a la sociedad moderna mediante las Tecnologías Informáticas de la Comunicación por parte de los Adultos Mayores lo que permitirá dar mayor acogida a programas educativos para los mismos, así como interactuar con ellos en diferentes talleres y actividades (Lecturas motivadoras con textos del Plan de Lectura del Colegio Ej.: Adulto Mayor, Autoestima, entre otros) que buscan profundizar el conocimiento en ellos para prepararlos en una nueva metodología educativa.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

TEMA DE TESIS

Creación de una fundación con responsabilidad social sin fines de lucro, para los adultos mayores que son padres de familia y abuelos de los estudiantes de primaria y secundaria del “Colegio Bilingüe ITALIA” de la ciudad de Quito mediante el voluntariado juvenil.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existen antecedentes de formación que permiten a los individuos estar incluidos en la sociedad a lo largo de toda la vida, en este sentido se vienen generando distintas transformaciones en el sistema educativo y es posible observar que existen una serie de esfuerzos relacionados con la posibilidad de generar proyectos destinados a la formación del AM. Distintos organismos e instituciones entre los que se encuentran las universidades nacionales, llevan adelante programas de capacitación ofreciendo formación en diferentes áreas de conocimiento. Deberán crearse los mecanismos necesarios, para que en la Sociedad de la Información, la formación sea continua y alcance a la mayor cantidad de personas (las que van a necesitar nuevos conocimientos habilidades y destrezas).

Por otra parte, poder acceder a estos conocimientos, significa para el AM no quedar marginado de todos los adelantos que estas tecnologías imponen. También significa compartir con las generaciones jóvenes un espacio que estos ya manejan con soltura; sentirse vigentes dentro de una sociedad cada días más informatizada, y comunicarse con otros de manera casi inmediata; sin olvidar que una parte de esta población se encuentra activa laboralmente y en este ámbito el manejo de las herramientas informáticas resulta muy importante.

Sin embargo, se enfrentan con un gran desafío pretendiendo usar en su beneficio estas nuevas herramientas, como ya lo hicieron con otras tecnologías del siglo XX como la radio, la tv, el teléfono, por lo que la creación de una fundación que abogue el desarrollo comunitario educativo y personal de los estudiantes del colegio “COLEGIO

BILINGUE ITALIA” permitirá buscar una comunidad que tenga entre sus prácticas la responsabilidad social que justifique el proceso educativo integral

Los programas educativos destinados a Adultos Mayores contemplan entre otras posibilidades, el acercamiento del AM a las TIC, presentando estos gran interés, dada la importancia que tienen las mismas en la actualidad y su papel relevante, no sólo como contenido, sino como medio para hacer llegar otra formación a los destinatarios, es por este motivo fundamental de inserción de los adultos mayores a la sociedad moderna que se realiza esta investigación a los padres de familia de los estudiantes del colegio “Colegio Bilingüe ITALIA” de Quito, y llegar a determinar el aporte social de una fundación que enseñe Aa los adultos mayores sin fines de lucro.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desarrollo de las Tic (Tecnologías Informáticas de comunicación), en una educación inclusiva en los adultos mayores ha dado lugar a que este grupo importante de la sociedad no tenga la oportunidad de incorporarse a la comunidad en mejores condiciones?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- 1.- ¿Como puede incidir en una mejor calidad de vida con el empleo de las Tics en los adultos mayores?
- 2.- ¿Que estrategias se pueden utilizar para formar una sociedad de las TICS en este grupo objetivo?
- 3.- ¿Cómo se puede medir el impacto que generaría en el adulto mayor?
- 4.- ¿Cuáles son los costos que se utilizaría para la incorporación de los adultos mayores en las TICS?

OBJETIVO GENERAL

Crear una fundación de responsabilidad social con el fin de apoyar el desarrollo del aprendizaje de las Tic (Tecnologías Informáticas de la Comunicación), permitiendo disminuir la brecha digital que existe actualmente con las personas adultas mayores que son padres de familia y abuelos de los estudiantes de primaria y secundaria del colegio “Colegio Bilingüe ITALIA” de la ciudad de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Promover la igualdad de acceso a la educación digital en los AM
- 2.- Disminuir la Brecha Digital
- 3.- Capacitar a los AM con las TIC mediante el voluntariado juvenil
- 4.- Fomentar con el ejemplo la creación de espacios para este Target

JUSTIFICACIÓN

Justificación Teórica

Conociendo que en nuestro medio el sistema de educación formal obligatoria no alcanza para dar respuesta a todas las necesidades presentes y más aún a las futuras. Es así como el modelo de formación actual comienza a incluir mecanismos que posibiliten prolongar las etapas de formación a lo largo de toda la vida. El modelo mencionado implica cada vez mayores esfuerzos dedicados a abandonar el tradicional sistema transmisivo por uno en el que lo esencial no sea el conocimiento mismo, sino la capacidad de alcanzarlo. Se trata, por lo tanto, más que de aprender, de “aprender a aprender”. En este sentido, todos los actores sociales necesitan de una formación permanente para desempeñarse en cada momento de sus vidas, ya que en esta sociedad no se aprende para la vida, sino que se aprende toda la vida.

Los cambios tecnológicos, si no son aceptados por los adultos, provocan un alejamiento generacional que perjudica en muchos aspectos la convivencia con el mundo actual, perdiendo la posibilidad de beneficios y conocimientos que logra la integración.

Esta generación de adultos mayores debe luchar con una cultura que piensa que las personas de edad ya no se incluyen en las actividades de uso de las tecnologías. Afortunadamente esto se está revirtiendo y cada vez más vemos que los supuestos marginados acceden y se benefician con las nuevas herramientas.

Es por este motivo que la creación de una fundación sin fines de lucro es indispensable para la enseñanza de las Tic a los adultos mayores del colegio “Colegio Bilingüe ITALIA” de la ciudad de Quito lo que permitirá evidenciar que existe una gran cantidad de personas que se pueden beneficiar con esta enseñanza.

MARCO REFERENCIAL

Marco Teórico

Actualmente, se habla a menudo de la “brecha digital” para marcar la diferencia (ya sea entre individuos, grupos o áreas geográficas) de acceso, utilización y capacidad en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). En este contexto, las personas mayores conforman un grupo que suele vivir al margen de la Sociedad de la Información, a pesar de que constituyen una parte cada vez más importante de nuestra población, de que disponen de mucho tiempo libre en su hogar y de que podrían sacar provecho de las TIC para acceder a la información, gestionar trámites administrativos o compras online desde casa, contactar con otras personas mayores o con sus seres queridos y enriquecer sus actividades de ocio. Además, el uso del ordenador implica una actitud dinámica que puede estimular las capacidades cognitivas de las personas mayores ayudándoles también a mantener la mente en ejercicio.

Existen en nuestro país iniciativas destinadas fundamentalmente a la formación en TIC como por ejemplo las “Aulas de Alfabetización Digital” o las “Aulas de Nuevas Tecnologías”. En cuanto a la estimulación cognitiva a través del ordenador, existen proyectos que miden la “agudeza mental”, pero no existe ninguna iniciativa que aúne ambas experiencias y, menos aún, que mida la eficacia de la utilización de la tecnología como medio para prevenir el deterioro cognitivo

Los Adultos Mayores forman parte de una sociedad con cambios vertiginosos que imprimen un ritmo de vida muy exigente. La constante búsqueda de definiciones para la sociedad en la que vivimos, nos llevan a describirla como la sociedad de la comunicación y la información. Estamos en un medio que posee alta densidad comunicativa, producto esto de la introducción generalizada de las Tecnologías de la Información y Comunicación (en adelante TICs) en todos los ámbitos de nuestras vidas. Estas incluyen la informática, la telemática y los medios audiovisuales de comunicación, que permiten almacenar, procesar y transportar cada vez mayor volumen de información, generando de esta manera diferentes cambios sociales. Esta es la denominada Sociedad o Era de la Información y se va a definir como “...el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información.” (Gonzalez Gisbert et al.1996).

Las nuevas herramientas que se incorporan permanentemente a los distintos escenarios sociales traen aparejados rápidos y significativos cambios, de los cuales podemos destacar aquellos relacionados al ámbito laboral: la aparición de nuevos sectores productivos dedicados al diseño y desarrollo de tecnologías informáticas; la transformación de otros ya existentes por la incorporación de las tecnologías mencionadas y finalmente la desaparición de sectores y puestos laborales como subproducto de la revolución tecnológica.

Los AM enfrentan los desafíos que la “Nueva sociedad” propone, pero la realidad indica que las posibilidades de integración aún no están totalmente adecuadas. Son diferentes las causas que se relacionan con la problemática de integración; uno de los mayores impedimentos de los AM para vincularse con los demás, es el prejuicio que el resto de las personas tienen sobre ellos y que muy a menudo se transforma en un obstáculo que deben afrontar. Muchos prejuicios sociales relacionan a la vejez con el alejamiento de la persona mayor de la sociedad, el aislamiento, la soledad y la exclusión, y esto obviamente no favorece al AM, como tampoco a la sociedad.

Ante los avances tecnológicos de las últimas décadas, existen en los AM dos actitudes, están los que demuestran indiferencia o si se quiere temor y los que sumergidos en ellos, tratan de asimilarlos e ir perfeccionándose.

Los cambios tecnológicos, si no son aceptados por los adultos, provocan un alejamiento generacional que perjudica en muchos aspectos la convivencia con el mundo actual, perdiendo la posibilidad de beneficios y conocimientos que logra la integración.

“Esta generación de adultos mayores debe luchar con una cultura que piensa que las personas de edad ya no se incluyen en las actividades de uso de las tecnologías. Afortunadamente esto se está revirtiendo y cada vez más vemos que los supuestos marginados acceden y se benefician con las nuevas herramientas”

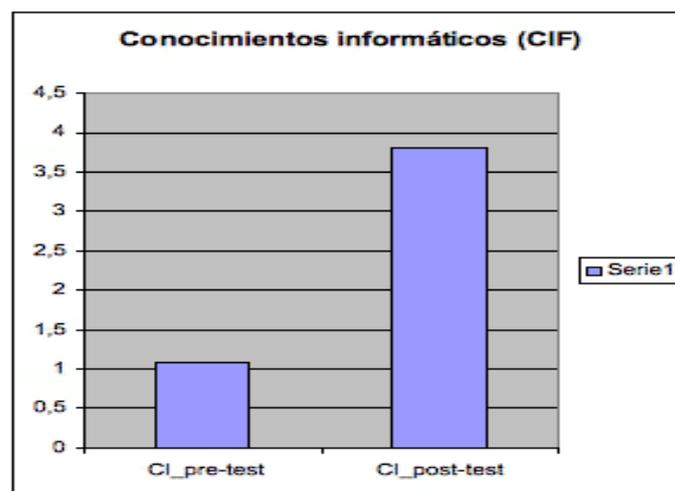
Proyecto Edad:

Primeros resultados de la investigación

“Las evaluaciones se han llevado a cabo a través de una serie de test diseñados o adaptados por el equipo investigador, liderado por la Universidad Complutense. Se ha seleccionado a una muestra de usuarios que han realizado las distintas pruebas, tanto en una fase pre-test, antes de iniciar el curso, como en una fase post-test, tras llevar a cabo el curso proyecto EDAD”ⁱ.

Ante todo se ha demostrado que la participación en el Proyecto EDAD mejora los conocimientos informáticos de las personas mayores, como puede verse en la tabla a continuación:

Gráfica 1. Medias obtenidas en conocimientos informáticos (CIF)



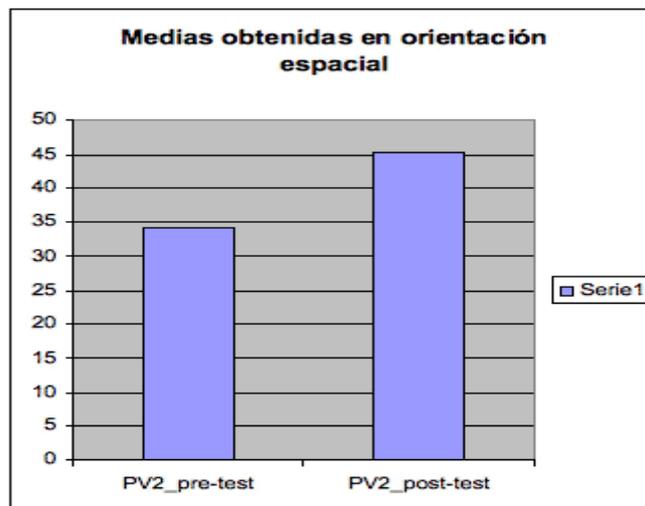
Además, la investigación ha analizado distintos procesos cognitivos mediante el análisis de las siguientes variables:

Cuadro 1. Procesos cognitivos estudiados

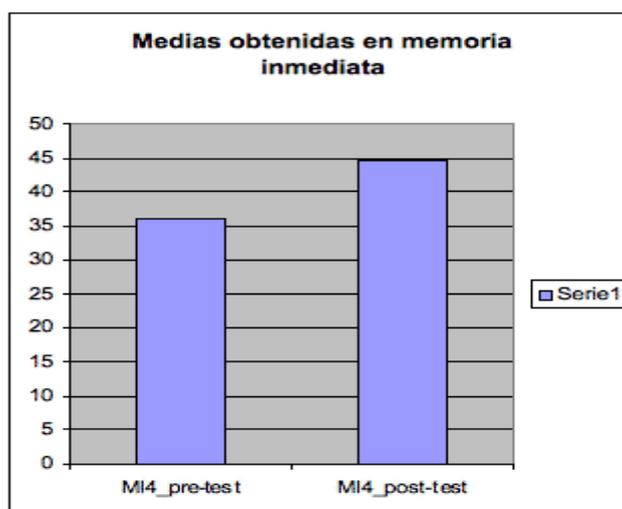
1. Percepción visual
2. Orientación espacial
3. Habla receptiva
4. Memoria inmediata
5. Memorización lógica
6. Dibujos temáticos
7. Actividad conceptual
8. Control <u>atencional</u>

Los primeros resultados muestran que la participación en el Proyecto EDAD mejora los procesos cognitivos de las personas mayores, como se muestra en las gráficas 2 y 3, que compara la muestra en una fase pre-test y en una fase post-test tras la participación en el Proyecto EDAD en lo referente a la orientación espacial y la memoria inmediata.

Gráfica 2. Medias obtenidas en orientación espacial



Gráfica 3. Medias obtenidas en memoria inmediata



“Estos primeros resultados, que se espera sean corroborados por la investigación que se realiza y amplía en la actualidad, demuestran que el proyecto EDAD es eficaz para la el aprendizaje de la informática y la tecnología en general en personas mayores poco familiarizadas con esta temática, y, de este modo, contribuye a disminuir la Brecha Digital ampliando el uso de la tecnología por parte de los usuarios. Por otra parte, el análisis de datos también nos permite afirmar que las personas mayores que formaron parte de la muestra mejoran sus procesos cognitivos, lo que contribuye a una mayor calidad de vida y a retrasar los procesos de dependencia”.

Algunas características propias del Adulto Mayor

Para lograr comprender el compromiso que implica pensar propuestas de formación destinadas a Adultos Mayores, resulta necesario conocer las características que identifican a este grupo poblacional. El mismo no es un grupo homogéneo, puesto que presenta notables diferencias no sólo por cuestión de edad, sino también desde el punto de vista social, cultural, profesional, etc. Resulta importante describir brevemente las siguientes características que definen a los adultos mayores como una población heterogénea.

La diversidad de edades Una característica a tener en cuenta en la población de adultos mayores, es que la edad cronológica de sus integrantes es diversa. En general, en el

proceso clínico del envejecimiento, se pueden distinguir distintos grupos según el rango de edades, que van desde los 50 años en adelante, pero “...esta división es relativa, pues el envejecimiento se desarrolla en forma diferente de acuerdo con factores individuales y sociales y no sigue una cronología rigurosa en cada persona. Si bien puede existir una relación entre la edad cronológica y el proceso de envejecimiento, esta no es válida por sí misma...” (Aramburu, 2003).

¿Quiénes usan la computadora y la Internet en la tercera edad?

El adulto mayor, usuario de computadora o de Internet posee algunas características diferentes con respecto a los usuarios de los otros grupos poblacionales, pues suele ser una persona que aprendió su empleo en forma autodidacta, tiene ingresos económicos anuales más altos, posee una mayor funcionalidad en las actividades de la vida diaria y un mayor nivel educativo, y el porcentaje de usuarios varones de esta edad es más grande que el de mujeres. Pero gran parte de los individuos que componen este grupo etéreo no disfruta los beneficios que ofrece la informática.

¿Por qué aprender el uso de la computadora e Internet en la tercera edad?

Al igual que en otros sectores de la población, la computadora es una herramienta que les ofrece a los adultos mayores enormes beneficios como medio de interacción social y cultural, entretenimiento, actividad laboral y formación, entre otros. Hay evidencias de que existe un efecto negativo del empleo de computadoras y de Internet en el bienestar psicológico de niños, adolescentes y adultos jóvenes que contradicen los beneficios que proporcionan a los adultos mayores. Basta mencionar que con estas herramientas no importa el espacio físico ni el tiempo, por lo que el adulto mayor se puede relacionar, informarse, comprar, vender, realizar trámites y llevar a cabo otras actividades a pesar de tener algún tipo de incapacidad que le impida el movimiento. Con la computadora, tampoco son problemas la distancia, los horarios, los cambios climáticos ni otros inconvenientes que son resultado de su edad.

Estas tecnologías permiten a los ancianos aumentar y mejorar su desarrollo individual y social, así como optimizar su calidad de vida desde los puntos de vista técnico, económico, político y cultural. *Mente sana en cuerpo sano*, y por lo tanto las actividades

intelectuales apoyan y aumentan la autonomía en la edad avanzada, por lo que se consideran un factor protector contra una vejez decadente. Las aplicaciones de Internet, como el correo electrónico y el acceso en línea a recursos de información, les proporcionan ventajas particulares, pues el dominio de estas habilidades aumenta su nivel de autoestima. En la actualidad, es en Internet donde hay más información a disposición de los usuarios; basta dar un clic para que aparezcan cientos de archivos, bibliotecas o bases de datos de diversos temas, lo que permite que el adulto mayor se mantenga informado, actualizado y forme parte de una sociedad en constante evolución sin sentirse marginado.

Uno de los mayores beneficios que los usos de la computadora proporcionan al adulto mayor es que lo ayuda a superar el miedo a la soledad y al aislamiento de sus familiares. En el ciberespacio aumenta su posibilidad de interactuar y su autonomía personal y social. Por estas razones, en Internet se han creado espacios especiales para este grupo de edad con la finalidad de desarrollar las relaciones interpersonales y el contacto con su entorno. También fomenta las relaciones intergeneracionales, pues el anciano descubre intereses comunes con sus familiares más jóvenes, permitiéndole pasar con ellos muchos ratos agradables.

¿Para qué usa una computadora el adulto mayor?

Las razones por las que los adultos mayores aprenden el uso de la computadora son diversas, como adquirir nuevos conocimientos y elevar la autoestima; otras responden a necesidades más concretas, como prepararse para ayudar a sus hijos o nietos en sus estudios, conseguir un nuevo empleo o mantenerse en el actual. Una vez que dominan una computadora, la utilizan como herramienta de cálculo, escritura, comunicación, información de interés, aprendizaje continuo, entretenimiento. Además, a menudo visitan sitios de charla para encontrar nuevos amigos o intercambiar información sobre sus pasatiempos.

Barreras por Romper

Mientras experimentan la disminución de sus relaciones sociales y la pérdida de movilidad física durante el envejecimiento, muchos ancianos sienten que son incapaces

de aprender a usar las computadoras y la Internet. Como nunca han estado expuestos a estas nuevas tecnologías, ni idea tienen que les ayudarán en la ampliación de su red social. A veces creen que su uso nada les aportará de novedoso a sus rutinas; por ejemplo, piensan que no hay quien reciba sus correos electrónicos o no saben a quién preguntar sobre cuestiones técnicas. Otra de las desventajas del uso de las TIC es que aún son económicamente inaccesibles para este grupo de edad debido a sus escasos ingresos, pues en muchos casos dependen de las pensiones de jubilación o de aportaciones que les dan sus familiares.



Gráfico 4: LOS ADULTOS MAYORES Y LAS TIC A

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+adultos+mayores>.



Gráfico 5. LOS ADULTOS MAYORES Y LAS TIC B

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+adultos+mayores.>



Gráfico 6. LOS ADULTOS MAYORES Y LAS TIC C

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+adultos+mayores.>

“Los adultos mayores también afrontan numerosas restricciones físicas y mentales, algunas de ellas relacionadas con la edad, como la disminución de la capacidad visual, la pérdida de la memoria de corto plazo o el número creciente de enfermedades crónico-degenerativas, como la artritis. Estos padecimientos propios de la edad plantean todavía más obstáculos a vencer en el proceso de aprender y dominar las TIC. Aunado a esto, con frecuencia experimentan niveles más altos de ansiedad y tienen actitudes menos favorables que la gente más joven debido a sus niveles más altos de ácidos sin grasas, indicadores de la respuesta metabólica del cuerpo humano al estrés.

Algunas actividades con los dispositivos de entrada como el ratón causan dificultades a los adultos mayores, como las simples acciones de arrastrarlo, hacer clic o doble clic o mover objetos. El diseño poco amigable de las pantallas, los programas o las páginas de Internet, así como el tamaño pequeño de la fuente, el uso de menús desplegables o un fondo pobre en color los confunde o frustra. Incluso hay impedimentos culturales lingüísticos relacionados con la terminología de las computadoras. Como se aprecia, todos estos obstáculos se centran en la accesibilidad estructural y limitan a numerosos ancianos en el manejo de las computadoras y la Internet”.

MARCO: CONCEPTUAL

Andrología.- es la parte de la medicina encargada del estudio, exploración, e investigación de cualquier aspecto relacionado con la función sexual y reproducción masculina.

Adultos mayores.- Este es el término o nombre que reciben quienes pertenecen al grupo etario que comprende personas que tienen más de 65 años de edad. Por lo general, se considera que los adultos mayores, sólo por haber alcanzado este rango de edad, son lo que se conocen como pertenecientes a la tercera edad, o ancianos.

Ancianos.- El término anciano se utiliza para referirse a aquella persona que se encuentra dentro de los parámetros de lo que se llama tercera edad o población de personas mayores.

TIC.- Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) - constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional - y por las Tecnologías de la información

(TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces)". Pero en su sentido social y no netamente informático puesto que no tendría tal caso hacernos más bolas con nuevos conceptos si estuviéramos describiendo lo mismo

Método.- En la programación orientada a objetos, un método es una subrutina asociada exclusivamente a una clase (llamados métodos de clase o métodos estáticos) o a un objeto (llamados métodos de instancia).

Internet.- Internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial

Degenerativo.- Sentido del degenerativo, Degenerativo - Que causa o produce el paso de una cualidad o un estado a otro peor

Computador.- Una computadora o un computador, (del latín computare -calcular-), también denominada ordenador (del francés ordinateur, y éste del latín ordinator), es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información útil.

Tecnología.- Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas

Edad.- Tiempo transcurrido desde el inicio de un evento; Una de las partes de la vida de una persona; Un período en la historia; Avance del tiempo o de la vida

Ciberespacio.- El ciberespacio o ciberinfinito es una realidad virtual que se encuentra dentro de los ordenadores y redes del mundo. El ciberespacio es un tema recurrente en la ciencia ficción.

Grupo etario.- El concepto se refiere a los grupos de edad en que se divide la población, un ejemplo es el grupo de 0 a 1 año, luego el de 1 a 5, y de aquí los grupos se dividen en subgrupos cada cinco años hasta los 65 años, luego de se hace un grupo de 65 años y más.

Campo Intergeneracional.- El conjunto de conocimientos (teorías, investigaciones, práctica) y de acciones (en especial las políticas públicas y los programas intergeneracionales) encaminados a aprovechar de modo beneficioso el potencial de la intergeneracionalidad (encuentro de e intercambio entre personas y grupos pertenecientes a distintas generaciones).

Dispositivos.- Los dispositivos de entrada y salida son el conjunto de aparatos tecnológicos que usan las distintas unidades de un sistema de procesamiento de información

Homogéneo.- El término “homogéneo” se utiliza para caracterizar a dos o más cosas o seres vivos que se asemejan

Telemática.- Básicamente, puede definirse como *telemática* la transmisión de datos a distancia entre y por medio de ordenadores

HIPÓTESIS GENERAL

¿Con la creación de una fundación con carácter social se facilitaría la enseñanza de los adultos mayores en el uso de las TIC (Tecnologías Informáticas de comunicación)?.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizará principalmente los siguientes métodos:

Método Analítico: Al establecer fundamentos, detalles pensamientos de varios autores con el objeto de llegar a la verdad del problema planteado.

“A través de este método se efectuará el análisis de las bases teóricas y procesales que sirven de sustento para el desarrollo del tema investigado, por lo que, se recurrirá al estudio de las citas bibliográficas que contienen la síntesis de los datos de varios autores que se han tomado como referencia.”

Método Inductivo:- Este método se utilizará para reconocer a profundidad el entorno de la fundación, creación y desarrollo de los procesos administrativos y estudiar los impactos que genera en beneficio de los adultos mayores el uso de las TIC.

Método Deductivo: Permitirá establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales de la fundación y enseñanza de las TIC en los adultos mayores padres de familia de los estudiantes del Colegio “Colegio Bilingüe ITALIA”. Esto permite indagar en los aspectos genéricos relativos a la investigación, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse, esto es, los parámetros teóricos y normativos que den soluciones requeridas.

PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El proceso de investigación se lo realizará con el método científico principalmente, y los demás que se requieran para el proyecto de forma tal que contribuyan con el aporte científico para el mismo y estas son:

- Búsqueda de la información bibliográfica y de campo en base de fuentes primarias y secundarias
- Recopilación y clasificación de la información
- Determinación del tamaño de la muestra
- Diseño de la encuesta para saber la aceptación de los adultos mayores
- Aplicación de la encuesta
- Tabulación de la encuesta
- Evaluación de los resultados de la encuesta
- Toma de decisiones
- Diseño e Implementación de estrategias

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Como el objeto de obtener información que apoye la investigación se acudirá a la técnica del fichaje, puesto que se ha convertido en verdadero cimiento cuya finalidad es retener toda información que llega a la memoria para utilizarla en el momento adecuado.

La ficha bibliográfica que tiene como propósito dar una visión integral del contenido de la fuente bibliográfica, mediante la anotación del nombre del autor, del tema de la obra examinada, de la parte específica utilizada del índice, de la edición, de la editorial, así

como de otros datos importantes referentes a la obra estudiada y requerida para alimentar el contenido de la investigación

La ficha nemotécnica que, como ayuda memoria o ficha de trabajo es relevante por sus características peculiares y descriptivas, contiene las notas conceptuales o ideas principales del tema así como los datos informativos sobre el autor, la obra, la materia, el título, los demás temas y subtemas, los capítulos, clasificación y orden de las fichas, y la página o páginas consultadas, que a criterio del investigador merecen ser destacadas en el tema a tratarse, convirtiéndose en la herramienta más adecuada y de suma importancia en el tratamiento de la presente indagación. Además de estas técnicas se utilizará las siguientes fuentes de información:

Fuentes Primarias: Entre las fuentes primarias que se utilizará tenemos las siguientes: entrevistas, cuestionarios, técnicas de observación directa a empresarios que están en el sector de la rehabilitación y en la cual las empresas han demostrado ser competitivas a través de una gestión empresarial exitosa, etc.

Fuentes Secundarias: Para la recolección de información secundaria que se utilizará en esta investigación están: libros especializados, revistas, estadísticas, Internet, INEC, periódicos, tesis, proyectos investigativos, etc.

CAPITULO II

MARKETING MIX (producto, precio, plaza, promoción)

Un producto es el resultado de un proceso de producción que es comercializado al mercado para su adquisición, uso o consumo, satisfaciendo las necesidades del mercado, por medio del canal de distribución o por la empresa productora

En el caso de la fundación la Tecnología es lo que se va a ofertar: Uso de internet, como crear un correo electrónico, uso de herramientas básicas en un correo, etc).

Precio

El precio es una cantidad de dinero que establece la relación de cambio entre el comprador y el canal de distribución, y del canal de distribución con la empresa.

Factores Que Intervienen En La Fijación Del Precio

Los factores que inciden sobre la fijación precio son los siguientes:

- Costo de la materia prima. (cueros ,textiles, plumón)
- Costo de insumos.
- Costo de producción (MOD, MOI, CIF)
- Precios de la competencia

Para nuestra investigación:

(no existe porque será gratuito este servicio para los AM)

Plaza: Colegio Bilingue ITalia de la Ciudad de Quito

Mezcla Promocional

La mezcla promocional es una combinación de instrumentos promocionales que sirven para llegar a los clientes y consumidores. Cada instrumento promocional tiene sus propias características y costos.

Las estrategias de promoción a ser usadas son las siguientes:

Creación y difusión del servicio mediante una página web en internet

Lanzamientos del servicio dando a conocer nuevas características modernas

Promociones Cliente Interno y material P.O.P.

Promoción: Para nuestra investigación serán los eventos, trípticos, la promoción de boca en boca, (alumnos del mismo Colegio que al recibir clases en el nuevo laboratorio que se adquirió en este septiembre del 2011 hablarán sobre el Laboratorio de Informática que está con tecnología de punta porque el promedio de cada máquina es de 840.00 ud. cada una.) y otros medios de hacer conocer este producto ofertados para los AM del Colegio Bilingüe Italia de la ciudad de Quito.

ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Macro ambiente: En el Entorno del marketing existen dos niveles de fuerzas externas: De un lado tenemos los factores macro, llamados así, porque afectan a todas las organizaciones y un cambio en uno de ellos ocasionará cambios en uno o más de los otros; generalmente estas fuerzas no pueden controlarse por los directivos de las organizaciones, constituye todos los elementos externos a una organización que resultan relevantes para su operación, incluso elementos de acción directa e indirecta.

Ecuador

La economía ecuatoriana bien puede ser descrita a través de importantes etapas o fases macroeconómicas y financieras. Hasta principios de los años ochenta en el país predominaba el modelo de sustitución de las importaciones, mismo que subrayaba el rol de la industria nacional; cambios importantes, tanto a nivel local como internacional han determinado el fin de este modelo.

1. A raíz del descubrimiento de los yacimientos de petróleo, que han determinado una importante apertura comercial del Ecuador y un cambio radical de la política a favor del desarrollo industrial; así el país ha conocido un rápido crecimiento económico como indiscutibles mejoramientos en los servicios públicos, pero también un incremento en la tasa de inflación y un aumento de la deuda externa.

2. El mercado local ha tenido un proceso gradual de apertura al comercio internacional, proceso que actualmente se encuentra en una fase de refuerzo y mejoramiento; confirmando lo dicho anteriormente, están las políticas adoptadas por el anterior Gobierno y su decisión de firmar un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional a fin de liberar los precios en el mercado .
3. En los últimos años, al interior de la industria ecuatoriana, se ha dado un gran desarrollo en las actividades del sector agropecuario y petrolero; y, gradualmente, se ha disminuido la importancia de la agricultura, del mismo modo, la crianza de animales así como la pesca han crecido considerablemente, sobretodo aquella encaminada a la exportación, siendo prueba de ello la creciente producción y exportación de camarones y otros rubros relativos al sector agroalimentario.

La estrategia de acción del Gobierno actual se puede resumir en los siguientes objetivos:

1. Luchar contra la corrupción, impunidad e injusticia social.
2. Luchar contra la pobreza y el desempleo.
3. Mejorar la producción y la productividad con el fin de alcanzar niveles de competitividad más altos.
4. Garantizar la seguridad social, jurídica, alimentaria y ambiental.
5. Inaugurar un proceso pragmático y coherente de reformas políticas e institucionales tendientes a mejorar el proceso de modernización del país.

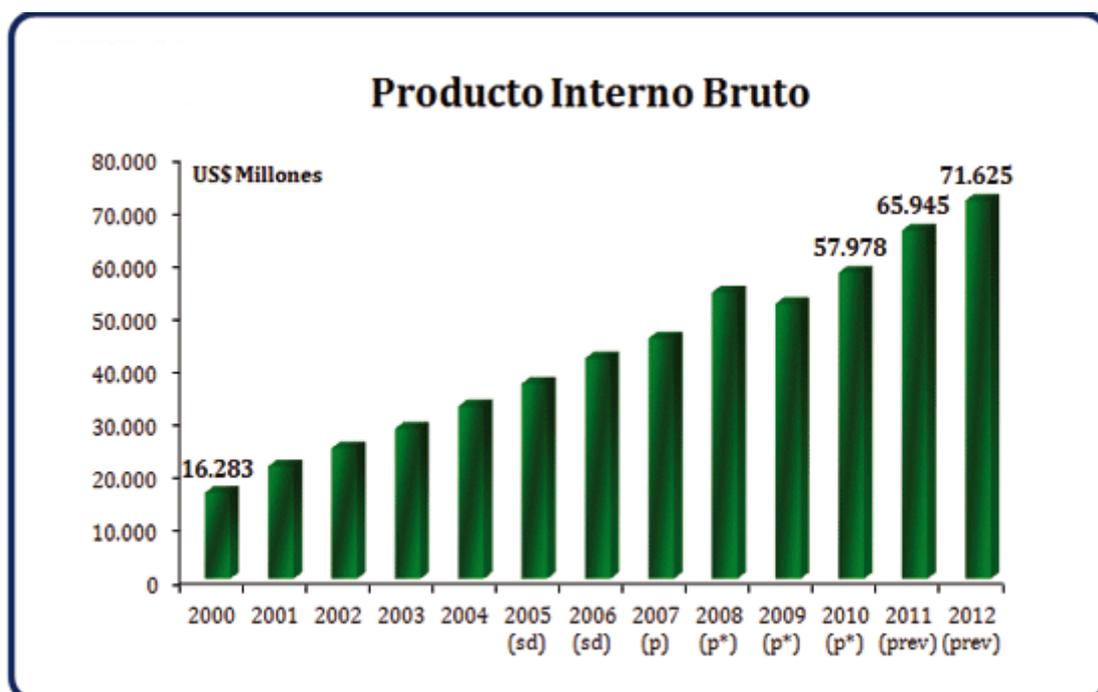
Esto constituye una ventaja para el proyecto por cuanto aumenta la confianza en el país con estas políticas del gobierno así como la lucha contra la corrupción y la impunidad e injusticia social.

Análisis Producto Interno Bruto del Ecuador.

A partir del año 2000 el PIB real ha experimentado un crecimiento del 305% al pasar de US\$16.283 millones a US\$65.945 millones en 2011. En 1999 la economía registró una variación de -5,3%, el peor registrado desde 1994 ya que la economía sufrió una fuerte inestabilidad política y monetaria.

Sin embargo se recuperó y según cifras del BCE, el 2004 sería el año de mayor crecimiento con 8,82%. Para el 2007 la variación anual fue de 2,04%; mientras que para el 2008 el PIB creció en 7,24%; en 2009 registró un crecimiento mínimo de 0,36%; a pesar de que la previsión del BCE era de 3,15%. Para el 2010 se estima que el crecimiento fue de 3,58%, para 2011 el crecimiento se ubicó en 7,78% y según las previsiones en 2012 será de 5,35%

Gráfico No 7.
Producto Interno Bruto Ecuatoriano



Responsable: Autora

Segundo, las plazas de trabajo creadas por el sector público son, en su gran mayoría, temporales y tienen un alto componente burocrático (no es casualidad que la tasa de desempleo en Quito sea sustancialmente inferior a la de Guayaquil). Por lo tanto, el Estado no debe olvidar el papel crucial que tiene el sector privado al momento de crear empleos formales. La seguridad jurídica, la solidez institucional y el modelo económico deben ser coherentes para fomentar las inversiones, pues de lo contrario los capitales fugan a otras latitudes. Si bien el reciente aprobado Código de la Producción otorga novedosos mecanismos de apoyo e incentivos tributarios a ciertas industrias y zonas geográficas, introduce el “Salario Digno” el cual castigará a la mayoría de empresas pequeñas y medianas que emplean abundante mano de obra y que carecen de utilidades

elevadas para completar dicha exigencia laboral. Tres efectos indeseables: posible ocultamiento de utilidades, recorte de futuras inversiones y disminución de futuras contrataciones laborables.

Análisis demográfico del Ecuador al 2012

La población de la República del Ecuador al año 2011 asciende a 14.483.500 personas habitantes, con la más alta densidad poblacional de América del Sur, teniendo 56.5 habitantes por km².

A pesar que los ecuatorianos hace tan sólo un siglo se concentraban con más alta frecuencia en la región Sierra en los Andes, hoy en día la población está dividida casi equitativamente entre Sierra y Costa.

La población ecuatoriana es etnoracialmente diversa, pero resulta difícil establecer porcentajes exactos a distintos grupos ya que la definición que tenía no es equivalente a la de raza, y las estadísticas sobre la composición etnoracial del país según diferentes fuentes varían por este motivo.

Según datos publicados por el INEC sobre el censo de población y vivienda 2010, mostró ciertas peculiaridades de la evolución del comportamiento del país y que refleja también una mejora y tendencia de comportamiento a tener una demografía propia de un país desarrollado. Entre algunas características, el acceso a tecnologías por sus habitantes que llega a un considerable porcentaje. La pirámide poblacional muestra una tendencia cada vez más perpendicular, lo que denota, menor número de hijos por pareja, mayor porcentaje de adultos mayores, y una población que en la actualidad su mayoría está en edad de trabajar.

También se cabe destacar que el Ecuador crece 2.5 millones de habitantes cada 10 años. La diferencia entre el censo del 2001 al 2010 fue de 9 años y no 11 años como entre 1990 y el 2001 cuando el Ecuador subió su población de 9.6 millones en 1990 a 12.2 millones en el 2001, Una diferencia de 2.6 millones de habitantes en 11 años, y de 12.1 millones de habitantes en el 2001 a 14.5 millones en el 2010, Una diferencia de 2.4 millones de habitantes en 9 años. Se estima que para el próximo censo que sería en el año 2020 la población ecuatoriana sería de 17.0 a 17.5 millones de habitantes y para el

2030 el Ecuador tendría 21 millones de habitantes, posiblemente pasándole a Chile en población o en pares ambas naciones sudamericanas

El incremento de la población permite que exista mayores ancianos mayores lo que constituye una ventaja para nuestro proyecto que se basa justamente en este nicho de mercado siendo una ventaja para el proyecto.

Análisis Político Social del Ecuador al 2012.

El Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4.2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0.1% de la tierra. Existe cierta estabilidad económica pero con bases débiles y de forma forzosa. (esto de manera general para Latinoamérica, pero es una tendencia para todos los países latinoamericanos entonces lo podemos aplicar también para el nuestro) En el informe "Panorama Laboral 2008", la OIT estimó que con un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 1.9% en el 2009, la tasa de desempleo urbano aumentaría a entre 7.9 y 8.3% como promedio anual.

Esto constituye una ventaja para el proyecto por cuanto el gobierno de Correa permite mejoras a nivel social incrementando el bienestar del individuo en la sociedad mediante programas de apoyo ciudadano.

Política ambiental

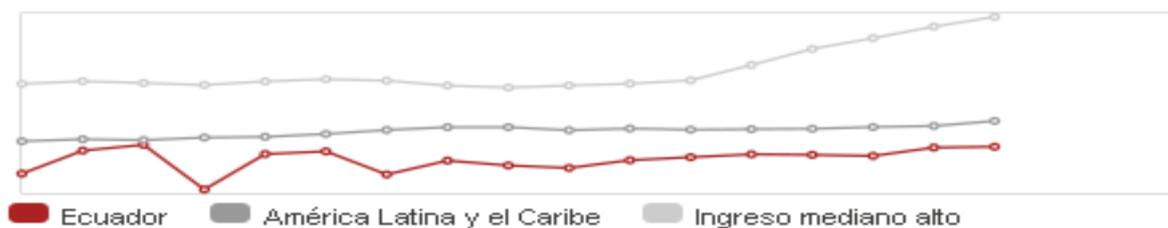
El Presidente Correa ha afirmado que el suyo es un Gobierno "verde" por su defensa del medio ambiente. En esta línea, ha decidido retornar a la Comisión Ballenera Internacional para impedir el reinicio en la caza de estos mamíferos; ha establecido una veda a la extracción de maderas preciosas; y ha anunciado que por una compensación de 350 millones de dólares anuales de la comunidad internacional renunciaría a la explotación de un campo petrolero con alrededor de 1000 millones de barriles, una de sus mayores reservas de petróleo, localizadas en una reserva de la biosfera conocida como el Parque Nacional Yasuní, en la cuenca amazónica. La propuesta espera recaudar aportes a partir de 2010.

Constituye una ventaja por cuanto se presta mucha atención al ambiente mediante políticas que permiten mantener un equilibrio ambiental.

Cuadro No.2

Medio ambiente

Emisiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)



Fuente: INEC
Responsable: Autora

Inversión social

Según la Oficina de Prensa de la Presidencia, otras realizaciones del Gobierno en las primeras semanas de actividad fueron el incremento en un 15% de la inversión social del Estado, la comprometida duplicación del Bono de Desarrollo Humano, destinado a ayudar a las familias con menos recursos económicos y en situación de pobreza; así como un incremento del 100% en el bono de la vivienda para facilitar la construcción, compra y rehabilitación de las viviendas de las personas más desfavorecidas. Además se ha comenzado a distribuir medicamentos de manera gratuita.

La inversión social ha aumentado en los últimos años lo que representa una ventaja para este proyecto por cuanto se presta mucha atención al desarrollo humano y ayuda a las familias con menos recursos.

Análisis Tecnológico del Ecuador al 2012

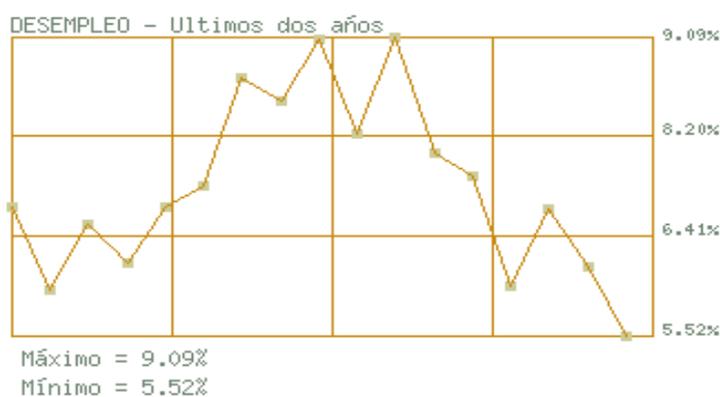
Las actuales características del ámbito tecnológico de Ecuador lo han ubicado en el puesto 108 (entre 138 países) del análisis realizado por el Foro Económico Mundial (FEM) sobre la capacidad de desarrollo y aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

El Informe Global de Tecnología (IGT) busca echar luz sobre la capacidad de los países de beneficiarse de las nuevas tecnologías para sus estrategias de competitividad y la vida diaria de sus ciudadanos. Este análisis centrado en el uso y desarrollo tecnológico, permite vislumbrar a los países mejor opcionados para ocupar la 'arena digital' espacio que ya se evidencia como el punto focal hacia dónde los avances tecnológicos están convergiendo el comercio, la información, la comunicación y la discusión pública.

El factor tecnológico representa el principal de los incrementos en los últimos años puesto que se busca el beneficio con nuevas tecnologías a nivel global siendo una ventaja para el proyecto puesto que permite enseñar con tecnologías de información modernas.

Análisis del desempleo en Ecuador

Cuadro No.3



Fuente: Banco Central del Ecuador

Responsable: Autora

Comparación de Tasa de desempleo frente a Encuesta mensual de opinión empresarial (EMOE)

Ecuador registró una tasa de desempleo urbano del 7,0 por ciento en el primer trimestre del 2011, muy por debajo del 9,1 por ciento registrado en igual periodo del año previo, informó hoy el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (INEC).

La cifra, sin embargo, es superior al 6,1 por ciento registrado en los últimos tres meses del 2010, según datos publicados en el portal web del INEC.

“El desempleo en el Ecuador se ha reducido en 2,1 puntos (frente al primer trimestre del 2010). Guayaquil y Machala son los lugares donde más ha descendido el desempleo en este último año”, dijo el director del INEC, Byron Villacís.

El subempleo se ubicó en un 50 por ciento en el primer trimestre del año, inferior al 51,3 por ciento de enero-marzo del 2010.

La ocupación plena, en tanto, subió a un 41,2 por ciento, desde el 37,6 por ciento de igual trimestre del 2010, precisó el INEC.

"Los sectores de mayor incremento de empleados han sido el de la industria manufacturera, con un incremento de 38.000 puestos de trabajo (...), sector de la enseñanza con un incremento de 28.000 puestos de trabajo", agregó Villacís.

La encuesta de desempleo se aplica en unos 127 centros urbanos del país incluidos Quito y Guayaquil, las dos urbes de mayor desarrollo del socio más pequeño de la OPEP.

Cuadro No.4



Fuente : Banco Central del Ecuador

Responsable:Autora

Cuadro No.5



Fuente: Banco Central del Ecuador

Responsable:Autora

La reducción del desempleo constituye una ventaja para este proyecto puesto que al existir menos personas que se encuentren en la desocupación se incrementa el número de personas que están laborando y produciendo ingresos los cuales son destinados al aumento del conocimiento y otros menesteres.

Análisis de la inflación en Ecuador al 2012

Cuadro No.6



Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable: Autora

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus

expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

El desempleo urbano bajó en el 2008 a un 7.4%, desde un 8.1% del año previo, en un contexto de crecimiento del 4.6% en la tasa del PIB regional. Según la OIT, hasta 2.4 millones de trabajadores podrían perder sus empleos en América Latina en el 2009, elevando la tasa de desempleo de la región por primera vez en seis años.

La competitividad no mejorará en el país porque la tendencia desde los años 2001, 2002 y 2003 en la relación del tipo de cambio real con países como Colombia es cada vez más negativa para el Ecuador. Precisamente con Colombia hemos perdido la capacidad competitiva en el orden del 26%». Los actuales indicadores del Ecuador no muestran que la economía nacional esté creciendo, la tendencia más bien es a la contracción y la recesión. Y esto se debe a que desde 1981 se han aplicado un total de 14 programas macroeconómicos y se han firmado 10 Cartas de intención con el Fondo Monetario Internacional (FMI), generando en el país, no desarrollo, sino atraso

Esto constituye una amenaza por cuanto al firmar programas macroeconómicos no se genera desarrollo sino atraso siendo la tendencia la contracción y recesión del país. La inflación de los últimos años se sigue incrementando siendo perjudicial para nuestro proyecto.

Análisis de las Tasas de Interés del Ecuador al 2012.

Cuadro No.7

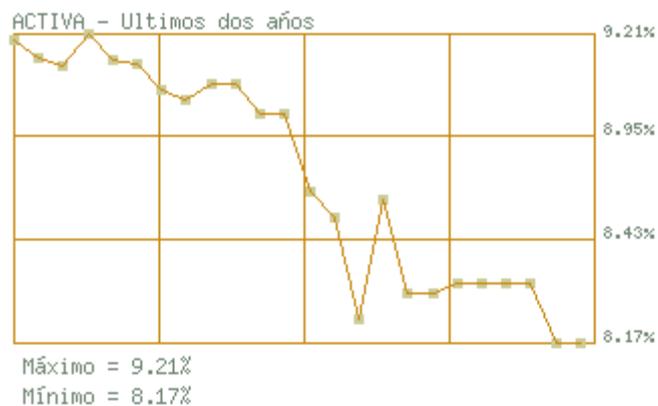
Vigentes para el mes de febrero de 2012

	Pasiva Referencial:	4.53
<i>Tasas de interés pasivas efectivas promedio por instrumento</i>	Depósitos monetarios	0.60
	Depósitos de Ahorro	1.41
	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
	Depósitos a plazo	4.53
<i>tasas de interés pasivas efectivas referenciales por plazo</i>	30-60	3.89
	61-90	3.67
	91-120	4.93
	121-180	5.11
	181-360	5.65
	361 y más	5.35

Fuente: Banco Central del Ecuador, página web www.bce.fin.ec

**Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable:Autora**

Cuadro No.8



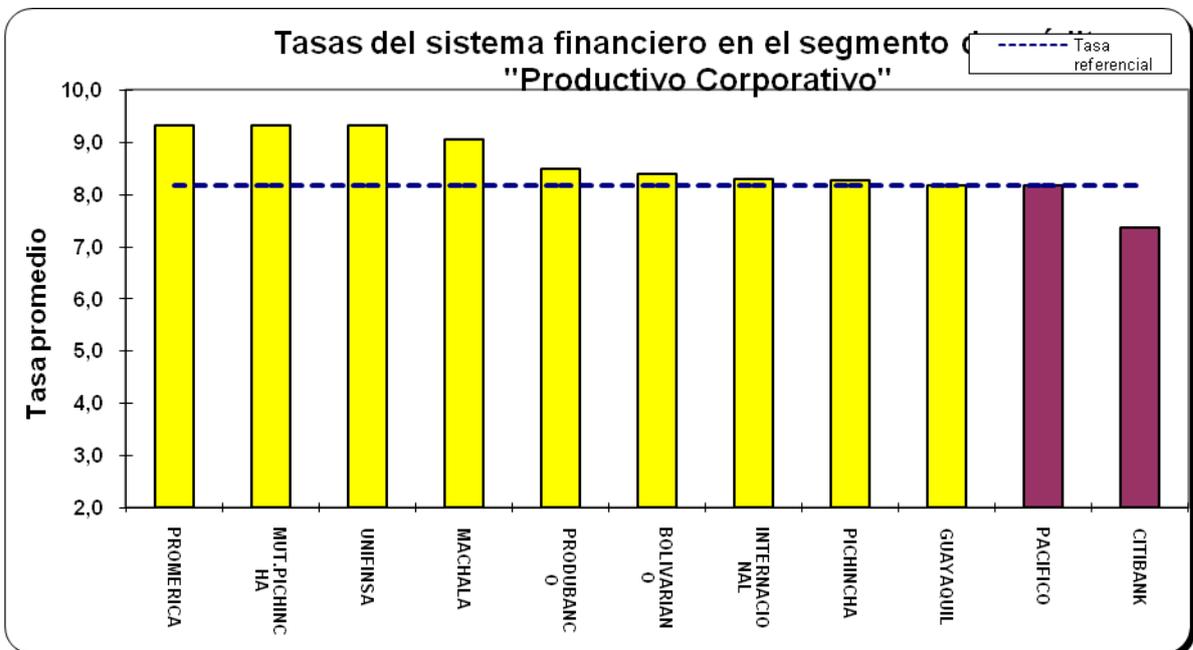
**Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable:Autora**

Cuadro No.9



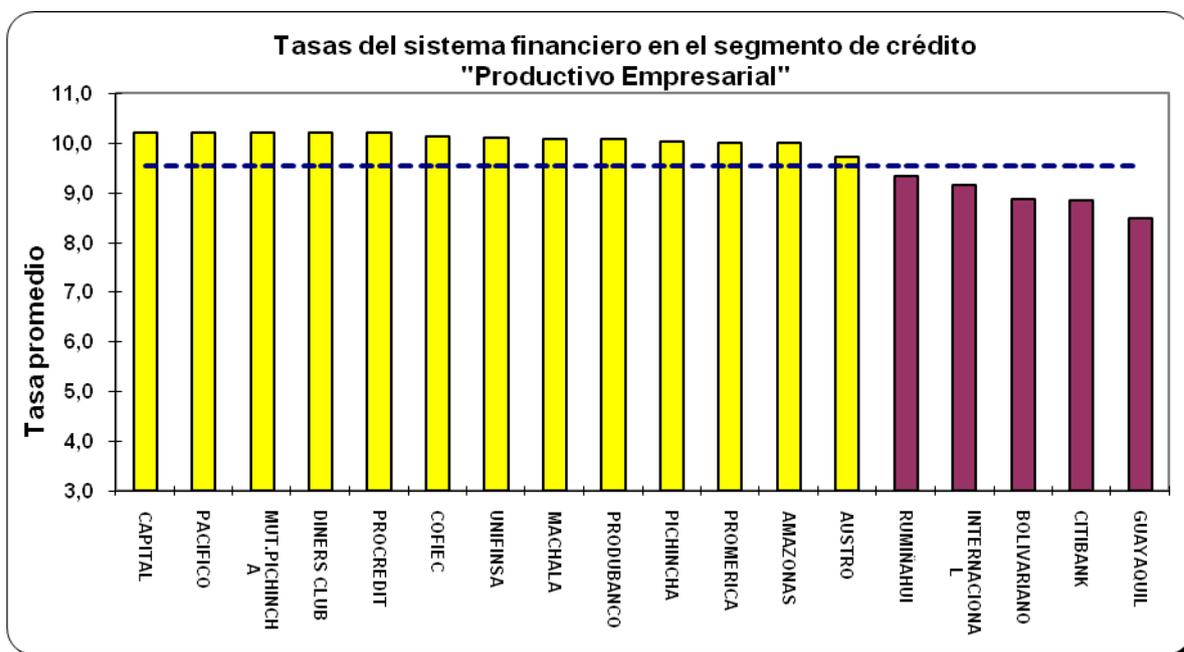
Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable:Autora

Gráfico No.8



Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable:Autora

Gráfico No.9



Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable: Autora

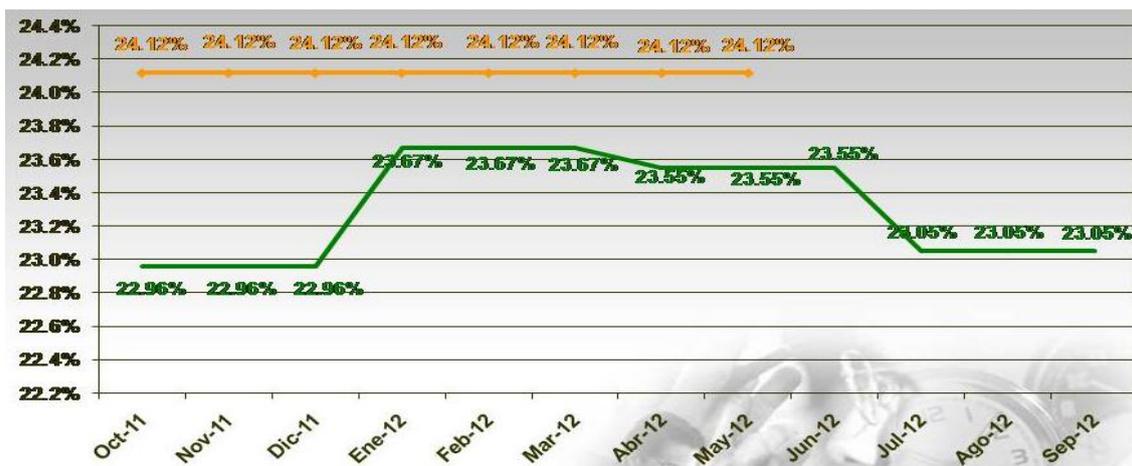
La información con la que se calculan las tasas referenciales para el mes de junio de 2012, corresponde a las operaciones de captación y colocación realizadas por las instituciones financieras en las semanas del 21 al 27 de abril de 2011; del 28 de abril al 4 de mayo de 2011; del 5 al 11 de mayo de 2012 y del 12 al 18 de mayo de 2012, conforme a las regulaciones del BCE, referidas en el marco regulatorio vigente.

El Informe de la Evolución del Crédito y Tasas de Interés del Sistema Financiero Privado presenta las diferentes tendencias en la otorgación de crédito del sistema financiero, el análisis de los sectores económicos que demandan el crédito y la evolución de las tasas de interés efectivas de los diferentes segmentos. Este reporte se basa en la información remitida por las entidades financieras y los datos presentados corresponden a la información obtenida de las operaciones realizadas durante el mes, además de las operaciones de crédito nuevas.

“Desde septiembre 2007 hasta Julio 2012, el Gobierno Nacional implementó una política de reducción de tasas activas máximas, a partir de esta fecha las tasas se han

mantenido estables a excepción de los segmentos de: Consumo que pasó de 16.30% a 18.92% en junio 2009 y en febrero 2012 regresó a su tasa anterior (16.30%); Microcrédito Minorista (antes Microcrédito de Subsistencia) de 33.09% disminuyó a 30.50% en mayo de 2012 y, Microcrédito de Acumulación Simple de 33.30% se redujo a 27.50% en mayo de 2012”.

Gráfico No 10. Tasas Máximas de los segmentos de crédito.



Fuente: Banco Central del Ecuador
Responsable: Autora

La reducción en los porcentajes de las tasas constituye una verdadera ventaja para cualquier proyecto puesto que genera un aumento de la confianza en las inversiones y aumento de la demanda del consumidor.

ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO

Proveedores

Estos son firmas y personas que proporcionan los recursos que la compañía y sus competidores necesitan para producir bienes y servicios. Los desarrollos en el ambiente del proveedor pueden tener un impacto sustancial. Sobre las operaciones del marketing de la compañía. La escasez, huelgas, y otros sucesos pueden interferir con el cumplimiento de las entregas a los clientes y pueden dar lugar a pérdida de ventas a corto plazo y lesionar la confianza del cliente a largo plazo. Muchas compañías

prefieren comprar de múltiples fuentes para evitar una gran dependencia de un solo proveedor, que pudiera elevar precios arbitrariamente o limitar el abastecimiento.

Sin embargo, seleccionar intermediarios no es una tarea fácil. El fabricante ya no se encuentra a muchos intermediarios pequeños e independientes entre los cuales escoger, sino con organizaciones de intermediarios grandes y en crecimiento.

Competidores

Todas las compañías se enfrentan a una gran diversidad de competidores. Oportunidades y amenaza ambiental. El ambiente del marketing cambiante y limitante tiene un gran efecto sobre la compañía. El ambiente está en movimiento constante y ofrece todo el tiempo, oportunidades y amenazas nuevas. En vez de cambiar de modo lento y pronosticable, el ambiente es capaz de producir grandes sorpresas y choques. Participación de mercado y competencia.

Competencia:

-Los Cyber cafés (que realmente son una competencia indirecta y no fuerte porque ahí tiene un costo y no enseñan sólo facilitan el equipo), pasan a constituir una amenaza para la Fundación pero que no tienen mayor relevancia

En el 2009 encabezaban la lista de los principales sitios de acceso a la red, seguido de los hogares, pero a finales del 2010 cambiaron las posiciones (ver infografía), según el Reporte de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones, publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Esas cifras se reflejan en el día a día de los propietarios de los cibercafés, para quienes el negocio ha cambiado radicalmente en los tres últimos años, en gran medida por la facilidad para adquirir una computadora y contratar el servicio de Internet para la casa.

Esta situación es entendible, pues la Internet es cada vez más necesaria en los hogares, dice César Espinoza, gerente nacional de marketing del Grupo TV Cable, segunda proveedora de Internet a escala nacional. Las empresas saben que la conexión desde los hogares irá en aumento, lo cual irá acompañado de menores precios y mayor velocidad

de navegación. Hoy se pueden encontrar paquetes que van desde USD 13 mensuales, por un servicio que hace un año costaba USD 20.

Es así también que el acceso en hogares a las computadoras permite que los adultos mayores se empapen de muchas novedades de la tecnología de la información siendo una amenaza grande para nuestro proyecto.

-Amenazas de nuevas entrantes (futura competencia, pues al ver que un Colegio ofrece este producto a los AM, los otros podrían ofrecer también este servicio y serían una amenaza que se debe tomar muy en cuenta.

Otro de los grupos de interés que pueden optar por poner una fundación con este fin es el gobierno pero por el momento no existen programas de apoyo en este sentido.

Las diferentes compañías Movistar , Porta y Alegro cada vez se encuentran en desarrollo de programas que permitan llegar más al público con las tecnologías de la información y son una amenaza puesto que cualquier momento salen con alguna novedad para los adultos mayores. Estos grupos de interés determinan cambios dentro de la sociedad en lo que respecta a tendencias de uso de las Tic's.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO (Colegio Bilingüe "ITALIA")

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

Características de los segmentos de mercado: 1) Mensurabilidad: que pueden medir el poder adquisitivo, la cantidad de personas, y el perfil de los que componen cada segmento.

2) Accesibilidad: debemos tener en cuenta una porción del mercado que se pueda atender y alcanzar de manera eficaz.

3) Sustanciabilidad: los segmentos del mercado deberán ser bastantes grandes y rentables.

4) Accionamiento: se deberá diseñar programas efectivos para atraer a dichos consumidores.

Tipos de segmentación:

1) Geográfica: Se divide por países, religiones, ciudades, o barrios.

2) Demográfica: Se dividen por edad y etapa del ciclo de la vida. Por el sexo.

3) Psicográfica: Se divide según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad y los gustos.

4) Conductual: Se divide de acuerdo a los conductos, beneficios pretendidos, lealtad a la marca y actitud ante el producto.

Para nuestra investigación serán los adultos mayores del Colegio Bilingüe Italia de la ciudad de Quito.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

El Universo.- Se lo puede determinar en términos geográficos como puede ser una localidad, un municipio, un distrito, una provincia, un país; o en términos sectoriales, la población urbana.

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta al total del universo de estudiantes del Colegio Italia los cuales son 151 estudiantes por lo que se debe

establecer la muestra de los adultos mayores en base a este número de estudiantes tomando en cuenta un adulto mayor por cada estudiante como mínimo.

Muestra.- Para la determinación de la muestra en la investigación se ha utilizado la fórmula de universos finitos, la cual se detalla a continuación:

$$\text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} \quad (n) = \frac{P \times Q \times N}{K^2 + (N-1) \times E^2}$$

$$n = \frac{0,25 \times 0,25 \times 151}{22 + 151 - 1 \times 0,052 + 0,25 \times 0,25}$$

$$n = \frac{0,25 \times 0,25 \times 151}{150 \times 0,000625 + 0,0625}$$

$$n = \frac{9,4375}{0,15}$$

$$n = 62,91 \quad \Rightarrow \text{Muestra}$$

De donde:

n= Muestra

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

N= Universo

E2= Margen de error

K2= Margen de Confianza

La Encuesta

Esta será la herramienta mediante la cual determinaremos nuestro mercado objetivo, los servicios y productos que ofertaremos de acuerdo a las necesidades que tengan nuestros potenciales consumidores.

Como no es posible encuestar a todo un universo, es decir, a la población en la que enfocaremos nuestro estudio, es necesario dirigirse a una parte representativa de ella, a la cual llamamos muestra.

ENCUESTA (Elaborar formato)

ENCUESTA

El propósito de la siguiente encuesta es la realización de una Tesis de Finalización de Carrera, su objetivo es determinar la factibilidad de la creación de una Fundación para los padres y abuelitos de los alumnos del “**Colegio Bilingüe ITALIA**” sin fines de lucro para la enseñanza de las TIC’S (Tecnologías informáticas de comunicación), **AL ADULTO MAYOR.**

Solicito su colaboración al responder las siguientes preguntas, esta encuesta servirá para fines académicos únicamente.

Fecha: _____

DATOS GENERALES:

Edad: _____

Sexo: F () M ()

Estado Civil: _____

Ocupación: _____

Sector o Barrio de Residencia: _____

Parentesco con el estudiante: _____

Marque con una (X) su respuesta

1. ¿Conoce Ud. que son las TIC'S?

SI ()

NO ()

2. ¿Le gustaría pertenecer a una Fundación de Adultos Mayores que le capacite en la Tecnología de la Información?

Si _____ no _____ Por qué? _____

TIC = se encargan del estudio, desarrollo, implementación, almacenamiento y distribución de la información mediante la utilización de hardware y software como medio de sistema informático.

3.- ¿Cree usted que con la información sobre las Tic's que le proporcionará la fundación usted podría tener mayores conocimientos y se elevaría su autoestima?

SI () NO ()

Porque? _____

4.- ¿Con el conocimiento de las Tic's usted podría prepararse para ayudar a sus hijos o nietos en las tareas de la Escuela o Colegio?

SI () NO ()

Porque? _____

5.- ¿Conoce usted de algún centro o fundación en el sector que brinde enseñanza gratuita sobre las Tic's al ADULTO MAYOR?

SI () NO ()

6.- ¿Cuán necesario es para usted poder aprender sobre las Tic's y estar actualizado en visitar sitios de charla y hacer nuevos amigos via internet?

1 AL 100% indicar ()

Porque: _____

7.-¿Cómo mejoraría su forma de vida la creación de una fundación que enseñe las TIC'S a los adultos mayores?

Aumento del conocimiento de herramientas tecnológicas de información ()

Mejor desenvolvimiento a nivel social ()

Posibilidades de mejorar laboralmente ()

8.- ¿Qué aspecto considera usted que es el más importante en la enseñanza de las Tic's al adulto mayor por parte de la fundación?

Conocimiento () Desenvolvimiento social () Mejoramiento Laboral ()

Interacción social () Otro (especifique)___

9.- ¿Cree que la creación de una fundación donde se enseñe las Tic's a los adultos mayores es algo beneficioso para la comunidad en la que se vive?

SI () NO ()

Porque?_____

10.- ¿Considera una buena opción para los Adultos Mayores crear este tipo de Fundación asociada al Colegio donde sus hijos y/o nietos aprenden?

SI () NO ()

Porque?_____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

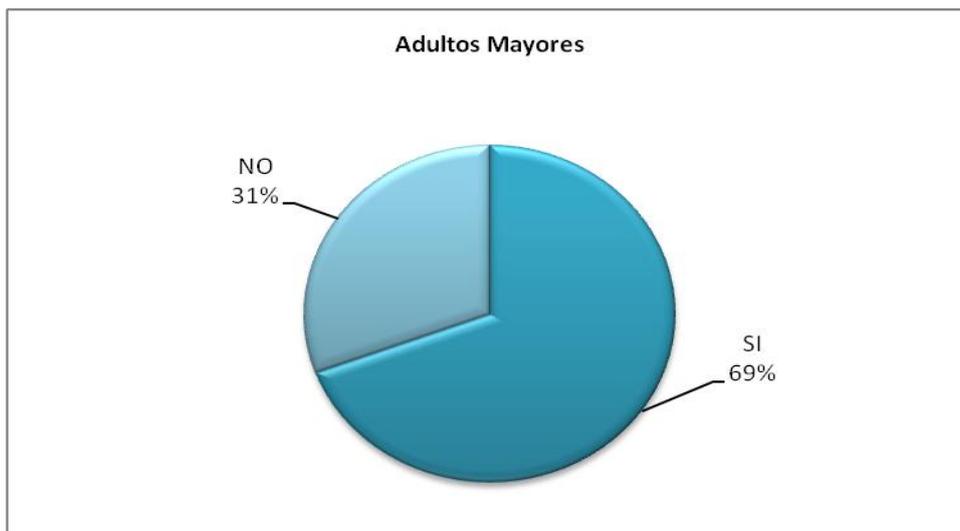
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La muestra es de 62 de acuerdo a los datos obtenidos al aplicar la fórmula de universos finitos.

Cuadro No.10. Resultados de la Encuesta General

ADULTOS MAYORES			
FEMENINO MASCULINO TOTAL			
No.	43	19	62

Gráfico No.11 Resultados de la Encuesta General



Fuente: Autor
Responsable:Autora

El 31% corresponde a hombres de la tercera edad y el 69 % a mujeres, esto nos indica que en esta investigación son las mujeres adultas mayores las que más necesitan de este servicio.

1. ¿Conoce Ud. que son las TIC?

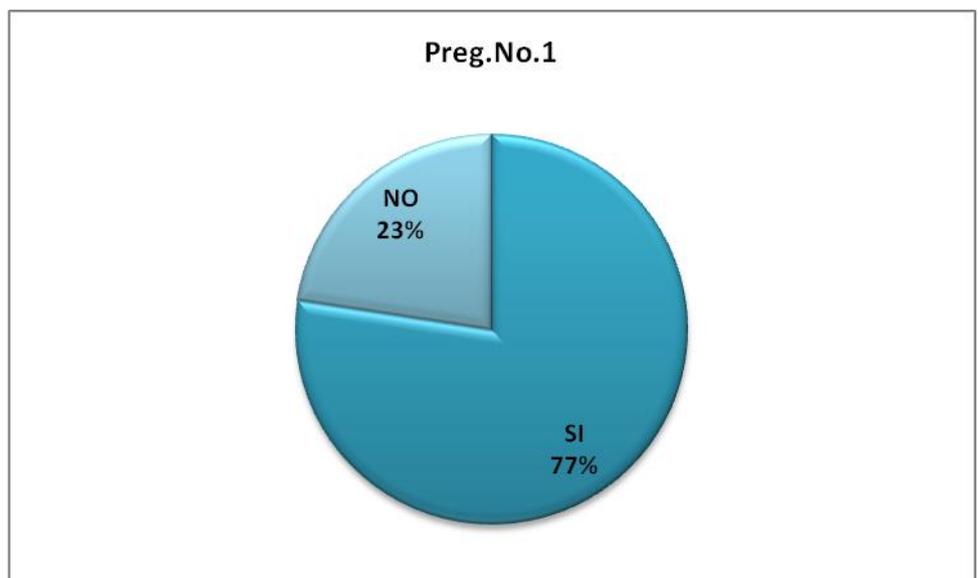
SI ()

NO ()

Cuadro No.11. Resultados de la Pregunta 1

PREGUNTA No.1			
	SI	NO	TOTAL
No.	48	14	62

Gráfico No.12. Resultados de la Pregunta 1



Fuente: Autor
Responsable:Autora

En la primera pregunta el 77% corresponde al sí y al no el 23% por lo que podemos determinar que existe un gran número de adultos mayores que desconocen las TIC y esto nos da una fortaleza inicial para la viabilidad del proyecto.

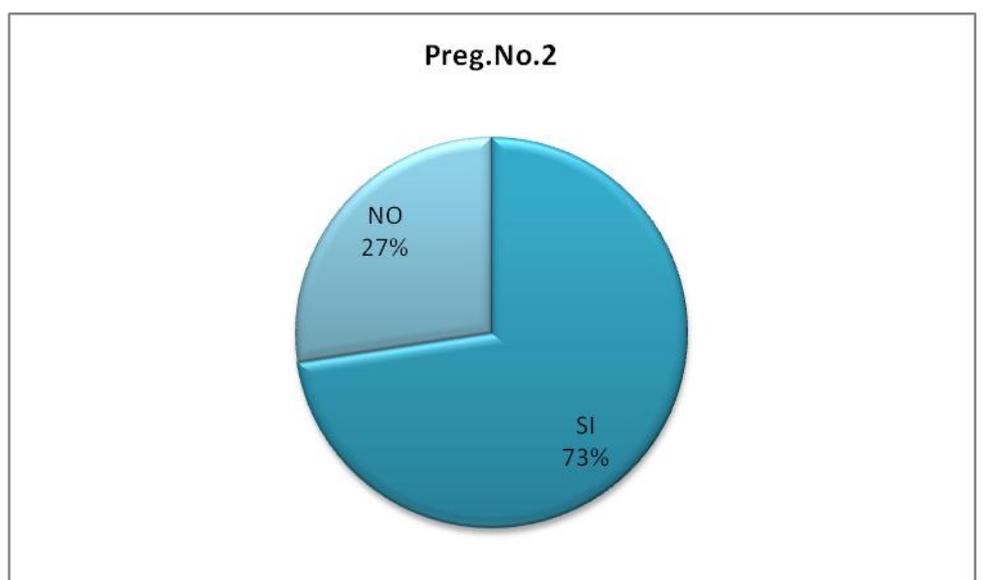
2. ¿Le gustaría pertenecer a una Fundación de Adultos Mayores que le capacite en la Tecnología de la Información?

Si _____ no _____ Por qué? _____

Cuadro No.12 Resultados de la Pregunta 2

PREGUNTA No.2			
	SI	NO	TOTAL
No.	45	17	62

Gráfico No.13 Resultados de la Pregunta 2



Fuente: Autor
Responsable:Autora

Con respecto a la segunda pregunta se determina que el 27% dice que no y el 73 % indica que sí; es decir que el target esta bien seleccionado en cuanto a sus deseos de integrarse a los cambios actuales y futuros

3.- ¿Cree usted que con la información sobre las TiIC que le proporcionará la fundación usted podría tener mayores conocimientos y se elevaría su autoestima?

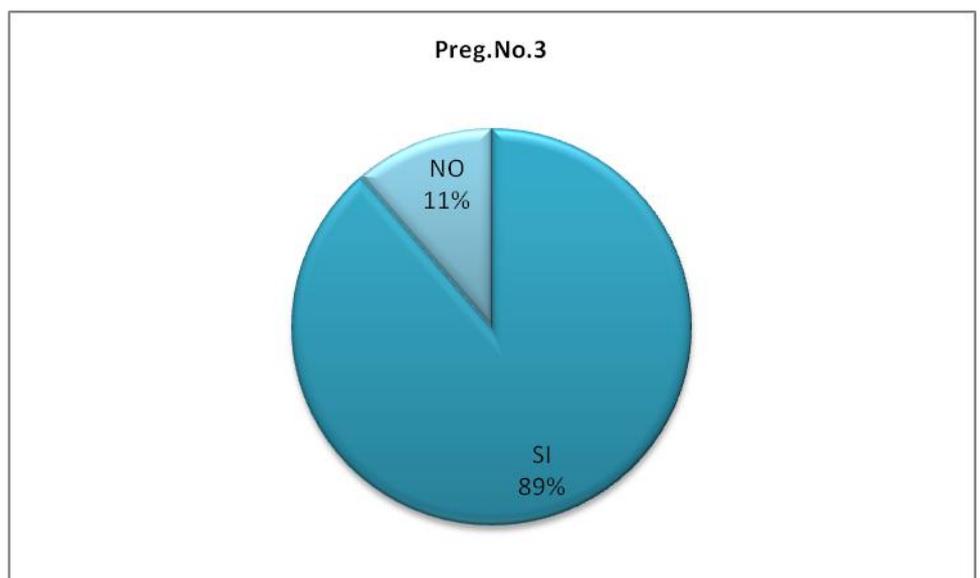
SI () NO ()

Porque?_____

Cuadro No.13 Resultados de la Pregunta 3

PREGUNTA No.3			
	SI	NO	TOTAL
No.	55	7	62

Gráfico No.14 Resultados de la Pregunta 3



Fuente: Autor
Responsable:Autora

El 89% dice que sí y el 11% indica que no, es decir que la aceptación para una inclusión social integra es apropiada y oportuna para este target.

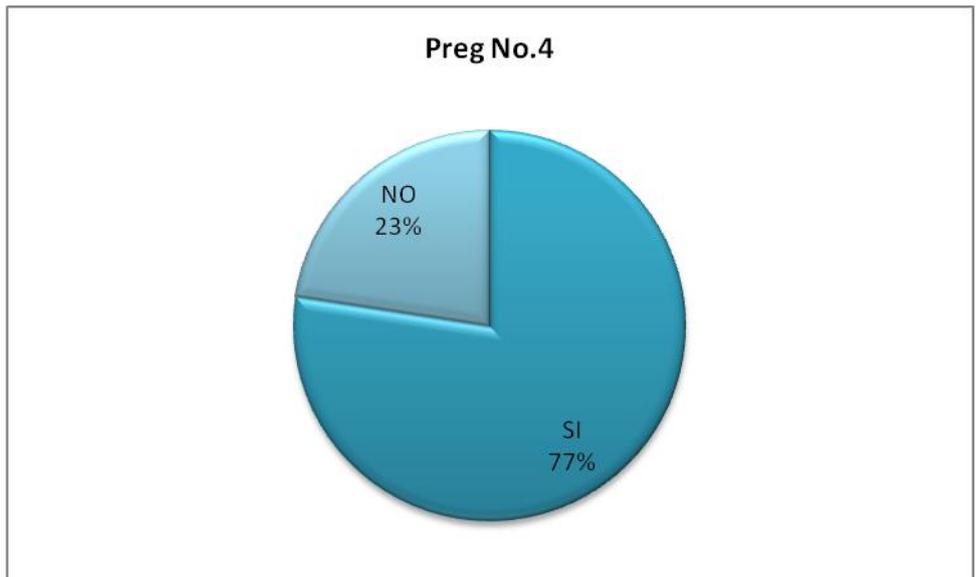
4.- ¿Con el conocimiento de las Tic's usted podría prepararse para ayudar a sus hijos o nietos en las tareas de la Escuela o Colegio?

SI () NO ()

Cuadro No.14 Resultados de la Pregunta 4

PREGUNTA No.4			
	SI	NO	TOTAL
No.	48	14	62

Gráfico No. 15 Resultados de la Pregunta 4



Fuente: Autor
Responsable:Autora

El 23% indica que no y el 77% indica que si, por supuesto que los A.M. quieren sentirse útil para su primer entorno que es la Familia y luego para sí mismos.

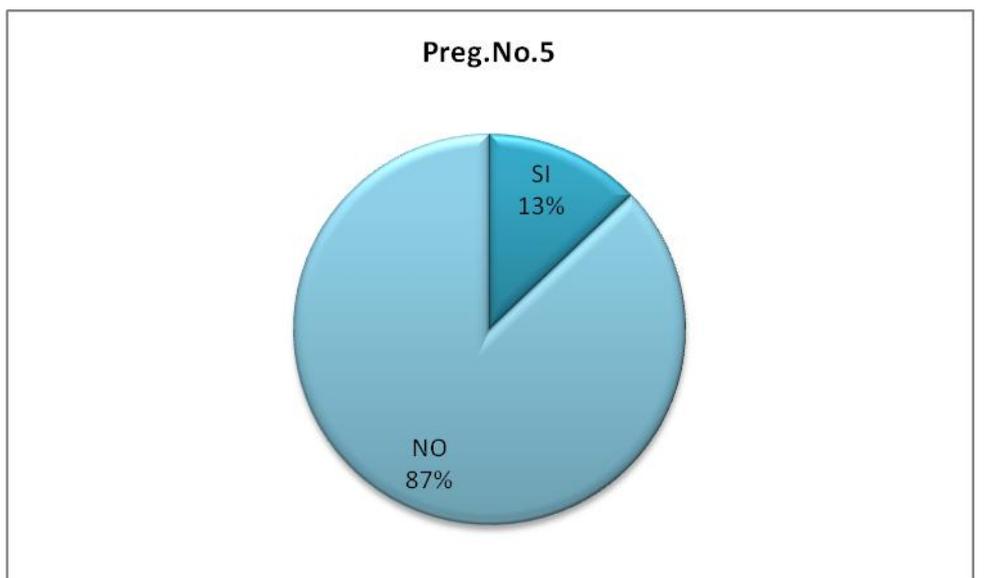
5.- ¿Conoce usted de algún centro o fundación en el sector que brinde enseñanza gratuita sobre las TIC al ADULTO MAYOR?

SI () NO ()

Cuadro No.15 Resultados de la Pregunta 5

PREGUNTA No.5			
	SI	NO	TOTAL
No.	8	54	62

Gráfico No 1.6 Resultados de la Pregunta 5



Fuente: Autor
Responsable:Autora

En la pregunta No.5 el 13% indicó que si y el 87 % indicó que no, actualmente no existe una Institución Privada (Colegio) que brinde este servicio gratuito y existe falta de información por parte del Gobierno a donde puedan acudir los A.M. para este tipo de servicios sociales,

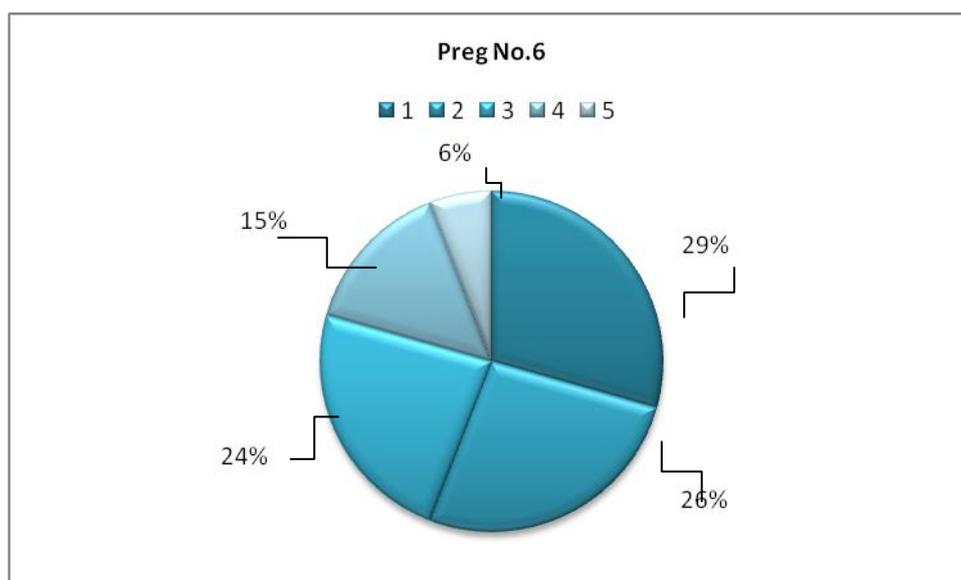
6.- ¿Cuán necesario es para usted poder aprender sobre las TIC y estar actualizado en visitar sitios de charla y hacer nuevos amigos via internet?

1 AL 100% indicar ()

Cuadro No.16 Resultados de la Pregunta 6

PREGUNTA No.6						
	100%	90%	80%	50%	20%	TOTAL
No.	25	12	10	6	9	62

Gráfico No.17 Resultados de la Pregunta 6



Fuente: Autor
Responsable:Autora

Contestaron 25 el 100% , 12 el 90% , 10 el 80%, 6 el 50% , 9 el 20%., es decir que no les es indiferente el conocer sobre estas herramientas que les permitan socializar con los demás.

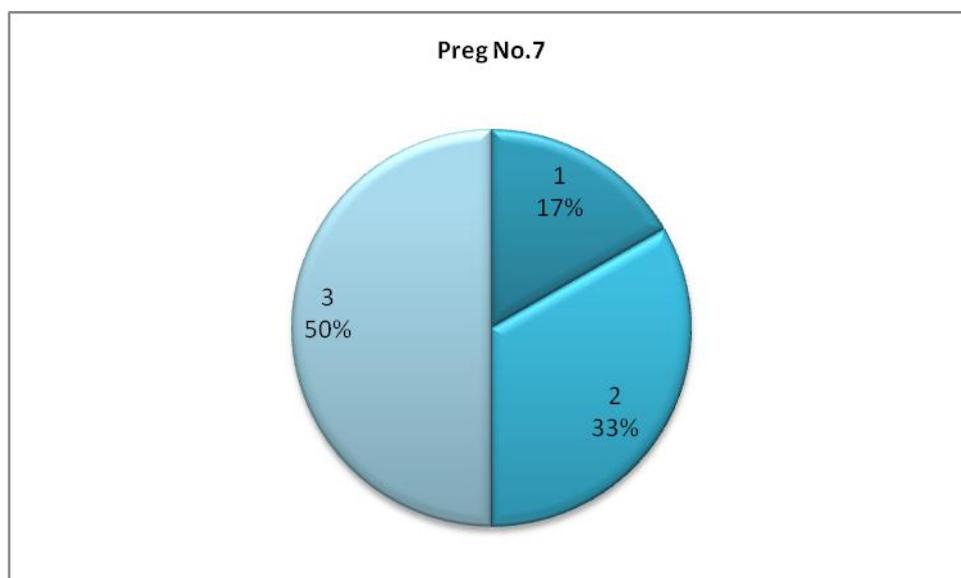
7.-¿Cómo mejoraría su forma de vida la creación de una fundación que enseñe las TIC a los adultos mayores?

- 1.-Aumento del conocimiento de herramientas tecnológicas de información ()
- 2.-Mejor desenvolvimiento a nivel social ()
- 3.-Posibilidades de mejorar laboralmente ()

Cuadro No.17 Resultados de la Pregunta 7

PREGUNTA No.7			
	1	2	3
No.	21	19	22

Gráfico No. 18 Resultados de la Pregunta 7



Fuente: Autor
Responsable:Autora

Como podemos reflejar en este gráfico, es satisfactorio saber que el 50% de nuestro target siente que necesita de esta capacitación y por ende acepta de la mejor manera el proyecto planteado.

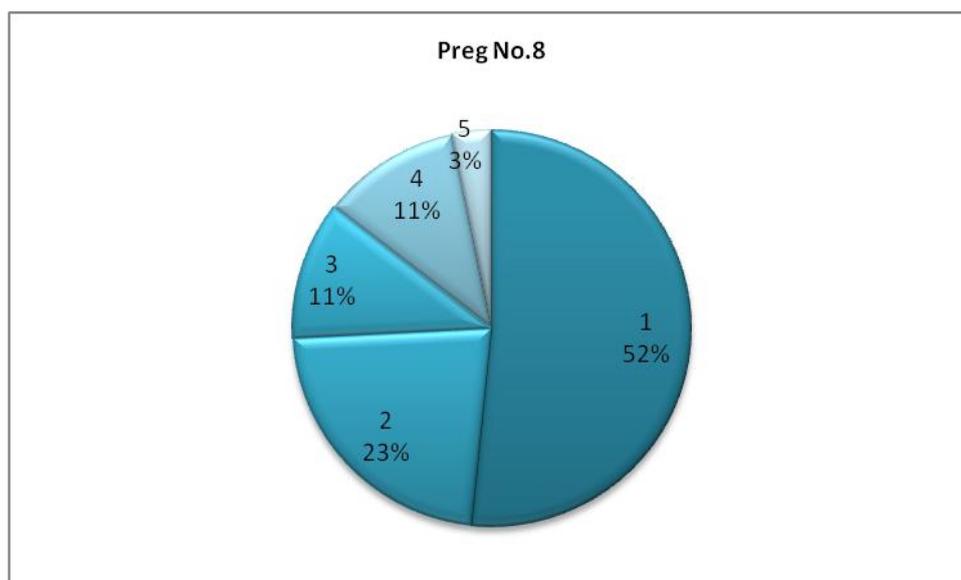
8.- ¿Qué aspecto considera usted que es el más importante en la enseñanza de las TIC al Adulto Mayor por parte de la fundación?

- 1.-Conocimiento () 2.- Desarrollo social () 3.-Mejoramiento Laboral ()
) 4.- Interacción social () 5.-Otro (especifique)___

Cuadro No.18 Resultados de la Pregunta 8

PREGUNTA No.8						
	1	2	3	4	5	TOTAL
No.	32	14	7	7	2	62

Gráfico No.19 Resultados de la Pregunta 8



Fuente: Autor
Responsable:Autora

Luego de la tabulación de datos se determina que de la respuesta No.1 corresponde al 52% , de la respuesta No. 2 corresponde el 23% , de la respuesta No.3 el 11%, de la respuesta 4 el 11% , de la respuesta 5 el 2%.

Definitivamente nuestro Target se encuentra en una necesidad de conocimiento para poder desenvolverse de mejor manera en nuestra sociedad.

9.- ¿Cree que la creación de una fundación donde se enseñe las Tic's a los adultos mayores es algo beneficioso para la comunidad en la que se vive?

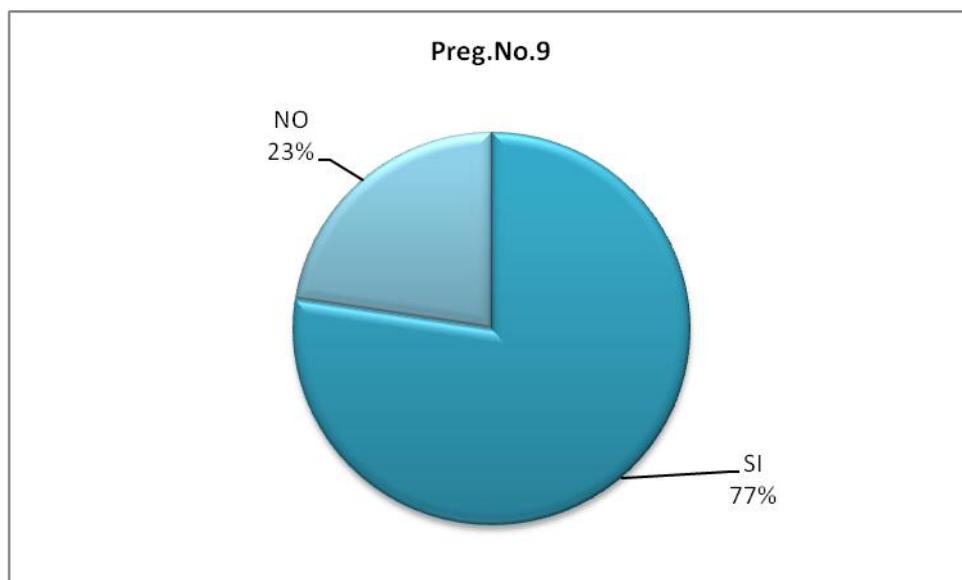
SI () NO ()

Porque?_____

Cuadro No.19 Resultados de la Pregunta 9

PREGUNTA No.9			
	SI	NO	TOTAL
No.	48	14	62

Gráfico No.20 Resultados de la Pregunta 9



Fuente: Autor
Responsable: Autora

De la tabulación de datos tenemos que por el SI corresponde el 77% y por el no 23%; esto refleja las necesidades inmediatas que tienen los A.M. de actualizarse por ellos en primera instancia y para la inserción a la comunidad productiva nuevamente.

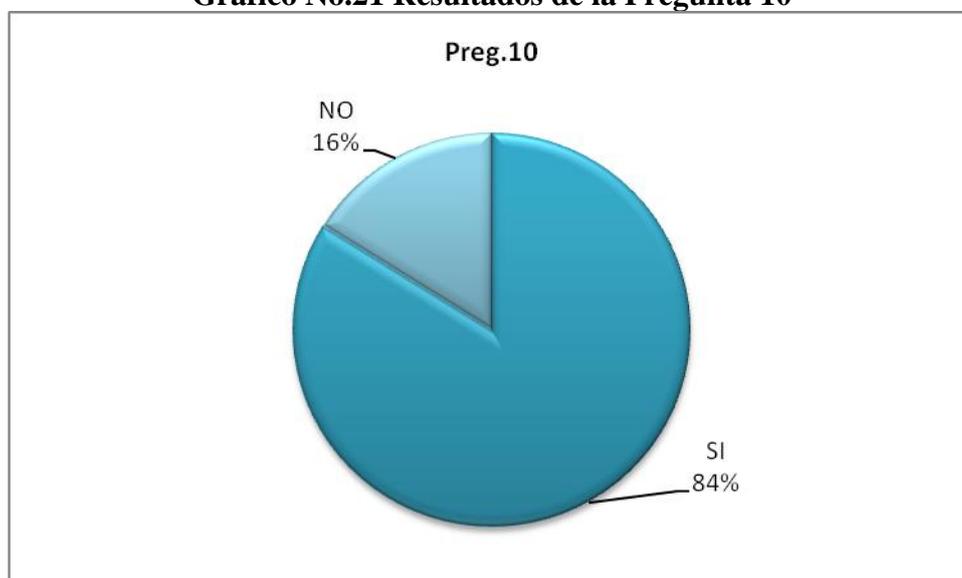
10.- ¿Considera una buena opción para los Adultos Mayores crear este tipo de Fundación asociada al Colegio donde sus hijos y /o nietos aprenden?

SI () NO ()

Cuadro No.20 Resultados de la Pregunta 10

PREGUNTA No.10			
	SI	NO	TOTAL
No.	52	10	62

Gráfico No.21 Resultados de la Pregunta 10



Fuente: Autor
Responsable:Autora

Por tabulación de datos se determina que por el SI corresponde al 84% y por el No 16%.. Definitivamente los resultados de esta pregunta 10 confirman la aceptación y viabilidad en cuanto a necesidad por satisfacer del Target seleccionado para este proyecto. Sin embargo posteriormente se hace un análisis general de la encuesta.

Análisis de resultados.

Una vez realizado el análisis de las preguntas de la encuesta se obtiene los resultados en donde se puede dar cuenta que la población de adultos mayores que requieren de la enseñanza de las Tic´s el 73% indica que si y el 27% que no

Resultado ser un amplio porcentaje el que determina que la creación de una fundación sin fines de lucro y que eduque en esta opción a los adultos mayores beneficiará a la comunidad, siendo el 84% de aceptación y el 16% de no aceptación. El 52 % acepta que el si, se da más por ser parte del conocimiento el enseñar al adulto mayor el uso de las nuevas tecnologías de la información el cual es un amplio porcentaje, de lo que se puede concluir que existe el nicho de mercado amplio de adultos mayores que requieren se cree una fundación sin fines de lucro y que mejore la situación de la comunidad.

OFERTA DE MERCADO

El acceso a la tecnología es un derecho y todos los seres humanos deben aprender a manejar las herramientas tecnológicas que tienen a disposición.

Las motivaciones personales como ver las fotos de sus hijos en el exterior o ayudar a sus nietos a hacer las tareas, son algunas de las razones por las que los adultos mayores se interesan en aprender el manejo de la computadora. A paso lento, el Paint, Office e incluso navegar por la red, se pueden convertir en actividades sencillas y cotidianas.

Según los últimos Indicadores Sociodemográficos del Mercado de las Telecomunicaciones que presentó el INEC y MINTEL, el 5.0% de los adultos mayores usan Internet. En comparación con el acceso que tiene el resto de la población, el porcentaje es mínimo. Esto no sucede con el celular, que llega al 29%, pero que aún así dista del 44.9% que tiene, por ejemplo, el grupo etario comprendido entre los 55 y 64 años.

En nuestro país existen fundaciones, ONG`s y programas que apuntan a facilitar el acceso de la tecnología a varios sectores en el país, no solo los adultos mayores, con el objetivo de superar la brecha digital. Un ejemplo de capacitación digital es el programa del Consejo Provincial de Pichincha denominado Pichincha Net. Este programa ha beneficiado a 3.000 personas en 20 parroquias de la Provincia comprendida entre las edades de 15 a 65 años. El programa se divide en dos módulos, el primero destinado al manejo básico del computador y herramientas ofimáticas; y el segundo destinado a la navegación en Internet.

La Fundación ChasquiNet también ha desarrollado proyectos durante 11 años para llevar la tecnología a escuelas y generar estudiantes y docentes innovadores en este ámbito. Su campo de acción comprende la creación y utilización de centros de gestión comunitaria y promoción de redes de gestión de conocimientos, como las Escuelas Inter@ctivas. Debido al contacto con unidades educativas, son muchos los adultos mayores que han capacitado en sus programas. De ahí que, lo principal a la hora de enseñar la tecnología sea ‘aprender jugando’ empezando por conocer sus cualidades y luego acceder a la tecnología.

DEMANDA DEL MERCADO

Una característica a tener en cuenta en la población de adultos mayores, es que la edad cronológica de sus integrantes es diversa. En general, en el proceso clínico del envejecimiento, se pueden distinguir distintos grupos según el rango de edades, que van desde los 50 años en adelante, el envejecimiento se desarrolla en forma diferente de acuerdo con factores individuales y sociales y no sigue una cronología rigurosa en cada persona. Si bien puede existir una relación entre la edad cronológica y el proceso de envejecimiento, esta no es válida por sí misma.

En relación a la formación de las actuales generaciones de Adultos Mayores de nuestro país, es importante destacar que la misma fue caracterizada por la cultura del esfuerzo y el trabajo, y por la carga de tener que responder a las expectativas y frustraciones que sobre ellos depositaron sus padres. Por otra parte, esta población está constituida por generaciones que no han atravesado la masificación de la educación. Según datos brindados por INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), el 29,5 % no completó la enseñanza primaria, y el 50,7% completó el nivel primario pero no el secundario. Las mujeres presentan un nivel de educación más bajo que los varones. Entre aquellas de 80 años y más, el 41,4% no completó la primaria y el 47,3 % habiéndola completado, no finalizó el nivel secundario.

DEMANDA INSATISFECHA

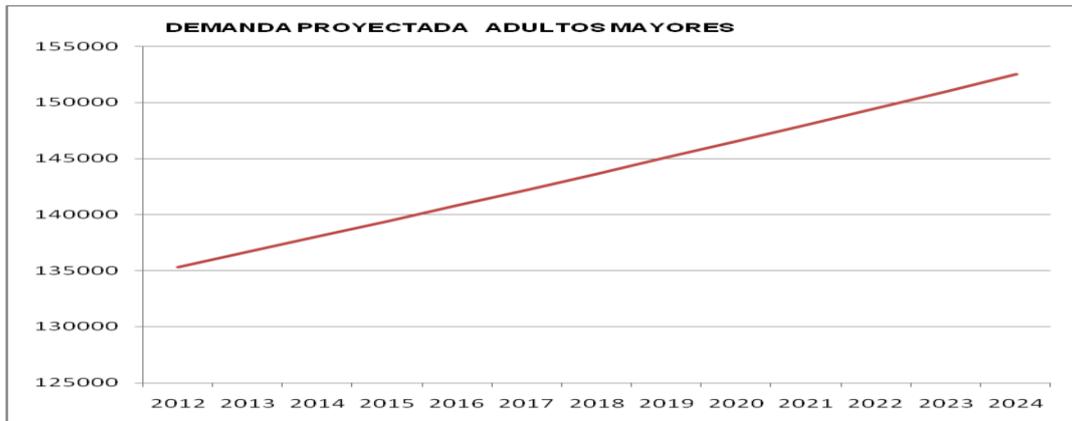
La demanda insatisfecha representa en el Ecuador según estadísticas del INEC una población de 334,987 personas entre los 50 a 60 años o más de las cuales se estima que un 40% de la población viven en una dramática situación económica, sin apoyo social, y relegados del desarrollo tecnológico de la información, esto significa que más de 134,000 personas mayores adolecen de los mínimos satisfactores necesarios para vivir dignamente y considerando que ellos deben también ser parte de la sociedad de la información , se crea esta fundación del AM para enseñarles las Tic's y que sean capaces de estar inmersos dentro del desarrollo tecnológico de la información.

Cuadro No.21 Demanda Proyectada

AÑOS	ADULTOS MAYORES
2012	135340
2013	136693
2014	138060
2015	139441
2016	140835
2017	142244
2018	143666
2019	145103
2020	146554
2021	148019
2022	149500
2023	150995
2024	152504

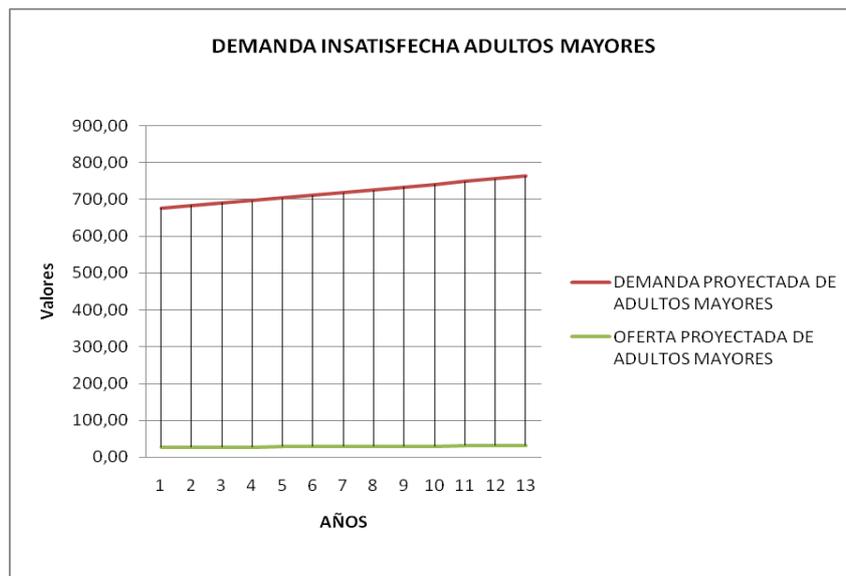
Fuente: Autor
Responsable: Autora

Gráfico No.22



Fuente: Autor
Responsable: Autora

Gráfico No.23



FUENTE: Datos de proyecciones de demanda y oferta estimada
ELABORACIÓN: Autor

De acuerdo al gráfico se puede establecer que la demanda de adultos mayores es amplia al 2011 incrementándose año con año así como la oferta de centros de estudios y cibercafés en cambio no tiene tanto incremento, dando como resultado que la proyección de la demanda insatisfecha presente un amplio margen

Capítulo III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

“La Misión es la razón de ser de una persona, equipo y empresa, con lo que le permite existir, lograr su sostenibilidad o rentabilidad. La declaración de Misión describe el propósito general de la organización. La Misión es lo que es la organización: Hoy, es el propósito central para el que se crea un ente”.

La Misión proyecta la singularidad de tu organización, sin importar el tamaño. Idealmente la Declaración de la Misión debe constar de **3 partes**:

1. Descripción de lo que la empresa hace,
2. Para quién está dirigido el esfuerzo, el target, el mercado objetivo.
3. Presentación de la particularidad, lo singular de la organización, el factor diferencial.

Anteriormente se involucraba al final al accionista que esperaba réditos de su capital. Hoy prácticamente cayó en desuso. No debe confundirse la Misión con el "Lema" de la empresa. un lema puede enunciar un principio, mas no proyecta lo que la misión, como algo permanente y duradero. ¿Podría tenerse una "Misión" y un "Lema" simultáneamente? Sí, pueden mantenerse los dos. Los lemas han sido utilizados desde decenas de años. Es muy probable que de la Misión se derive el lema y lleve su esencia, pero no deben confundirse.

“Desarrollar un Centro de formación en la ciudad de Quito, para la enseñanza de las TIC para los Adultos Mayores sin fines de lucro y con responsabilidad social para lograr la inserción de los mismos en las nuevas tecnologías de la información (TIC); mediante el voluntariado juvenil”.

VISIÓN

“La Visión Estratégica es una imagen del futuro deseado que buscamos crear con nuestros esfuerzos y acciones”ⁱⁱ. Es la brújula que nos guiará a líderes y colaboradores. Será aquello que nos permitirá que todas las cosas que hagamos, tengan sentido y coherencia. La organización en el FUTURO.

Respóndete ¿Qué es lo realmente queremos?

- Debe ser factible alcanzarla, no debe ser una fantasía.
- La Visión motiva e inspira.
- Debe ser compartida.
- Debe ser clara y sencilla, de fácil comunicación.

La Visión es una declaración acerca de lo que su organización quiere llegar a ser. Debe tener resonancia con todos los miembros de la organización y permitirles sentirse orgullosos, emocionados, y ser parte de algo mucho más grande que ellos mismos. Una visión debe potenciar las capacidades de la organización y la imagen de sí misma. La Visión le da forma y dirección al futuro de la organización.

La visión de la Fundación es “Llegar a disminuir la brecha digital de las TIC en el Adulto Mayor en la ciudad de Quito de forma inclusiva y sin fines de lucro”

VALORES CORPORATIVOS

El personal de La Fundación para la enseñanza de los adultos mayores se apoya en el cumplimiento de Valores Corporativos para cumplir nuestra misión y visión como empresa:

Cumplimiento: Realizar nuestra labor con compromiso y acorde con las características de control de calidad. En nuestra actividad, este valor se reflejará de manera especial en la Puntualidad, Responsabilidad y Organización con que trataremos a los adultos mayores

Servicio: Reflejar el entusiasmo, la vocación y el sentido de satisfacción propio por la asistencia a los demás. Mediante la afectividad, cordialidad, respeto y amabilidad en el trato con adultos mayores y compañeros de trabajo.

Compromiso: Devolver a la comunidad con convicción personal y profesional nuestro conocimiento mejorado y compartirlo de la forma más acertiva.

Excelencia: Actualizar constantemente al personal para que este altamente calificado, capacitado y especializado en su labor, para ofrecer a los adultos mayores los mejores resultados buscando la excelencia.

3.4 OBJETIVOS

Objetivos Generales

Crear un Fundación de responsabilidad social sin fines de lucro con la finalidad de apoyar el desarrollo del aprendizaje de las Tic´s; permitiendo disminuir la brecha digital que existe actualmente con las personas adultas mayores que son los padres de familia y abuelos de los estudiantes del Colegio Bilingüe “Italia” de la ciudad de Quito mediante un voluntariado juvenil.

Objetivos específicos

- 1.- Promover la igualdad de acceso a la educación digital en los AM
- 2.- Disminuir la Brecha Digital
- 3.- Capacitar a los AM con las TIC mediante el voluntariado juvenil

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Se brindará un servicio de calidad a fin de satisfacer las necesidades y demandas de quienes se beneficiarán directamente, actualizandoles para que se puedan comunicar al mismo nivel utilizando herramientas que ofrece el servicio de internet mediante la dotación de la fundación con todo aquello que pueda requerir principalmente un recurso humano con vocación de servicio y responsabilidad a la comunidad; para tener todo a disposición de quienes van a ser los beneficiados finales, los adultos mayores que son abuelitos y padres de familia de los estudiantes del Colegio Italia

ESTRATEGIAS DE PRECIO

En nuestro caso de estudio no se cobrará ningún valor por la enseñanza de las tic's a los adultos mayores de la Fundación por cuanto al fomentar el interés y el desarrollo social mediante voluntariado de jóvenes quienes facilitaran los conocimientos apropiados a los adultos mayores sin ningún costo por la enseñanza.

Si se conoce que al crear la fundación es de carácter solidario y que por el servicio de enseñanza no se cobra, es de mucha importancia realizar un análisis de costos en los que se incurre así como proyectar financieramente la situación económica de la fundación es por ello que se realizará el análisis financiero y determinando costos del servicio pero solo para demostrar cuanto financieramente es el costo beneficio de crear y dar el servicio de enseñanza, **pues tengamos claro que lo que se mediria en este proyecto no es el desarrollo económico; sino mas bien el aprendizaje de las TIC's en nuestro target seleccionado.**

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

Para nuestro caso la plaza es el Colegio Bilingüe Italia de la Ciudad de Quito, el cual esta situado en un lugar muy céntrico y estratégico que permitirá llegar a la mayoría de adultos mayores tanto de la fundación como del sector en dónde se dará a conocer sobre los servicios que se brindarán en lo referente a la enseñanza de las Tic's mediante laboratorios o aulas concebidas para esta enseñanza y de acuerdo a metodologías establecidas por el Ministerio de Educación integrándolos a una comunidad que utiliza el internet de manera común.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un servicio de la fundación a los adultos mayores, así como persuadir, motivar o inducir a que se inscriban en los talleres o cursos que se brindan en la fundación en horarios regulares.

- **Promoción de Ventas:** Estará dada por los mismos usuarios por el marketing viral
- **Publicidad:** Tomando en consideración la promoción de ventas, serán inicialmente los mismos usuarios los que hagan conocer nuestro servicio y sus bondades, beneficios y utilidad.

Cuadro No. 22 Estrategias para aplicarse

AREAS	ESTRATEGICOS	TACTICOS	OPERATIVOS
<p style="text-align: center;">SITUACION DEL MERCADO PARA ADULTOS MAYORES</p>	<p>Desarrollar un estudio de mercado con fuentes de información primarias secundarias que permita identificar las preferencias y necesidades vinculados a la actividad</p>	<p>Establecer el universo</p>	<p>Identificar el mercado</p>
		<p>seleccionar fuentes de información</p>	<p>definir ubicación de la Fundación para Adultos Mayores</p> <p>Desarrollar encuestas y entrevistas para adultos mayores</p>
		<p>Analizar la información</p>	<p>Identificar las premisas del mercado</p>

Fuente: Autora
Responsable: AutorA

Cuadro No. 23 .PLANES DE ACCIÓN

Objetivo Estratégicos	Objetivos Operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Meta	Calendario	Recursos	Valoración
Desarrollar un estudio de mercado con fuentes de información primarias y secundarias que permita identificar las preferencias y necesidades de los AM en la enseñanza de las TIC por personal de la fundación	Establecer el Universo	Diseño de la Encuesta	Supervisores de los Talleres para AM	Tamaño de la Muestra # de preguntas	Cobertura máxima de la muestra	15 días	H,T,M	5%
		Aplicación de Encuesta		% de Encuestados	100%	15 días	H,T,M	5%
		Tabulación de la Encuesta		# de datos validos obtenidos	100%	30 días	H,T,M	10%
		Informe de Encuesta		Resultados obtenidos	100%	15 días	H,M,T,F	5%
	Seleccionar Fuentes de Información	Diseño del Plano de Mercado		# de estudiantes	Todos los existentes	30 días	H,M,T,F	5%
		Medición del número de AM		# de estudiantes	Todos los existentes	30 días	H,T,M	

Objetivo Estratégicos	Objetivos Operativos	Acciones	Responsable	Indicadores	Meta	Calendario	Recursos	Valoración
Desarrollo del proyecto del aprendizaje de las TIC para los AM	Dar a conocer el servicio y Preparar las instalaciones	Enviar invitaciones	Administradora y Facilitadores	Confirmación en el listado de asistentes	Todos los existentes	10 días	H, M, T,F	5%
		Revisar los espacios físicos y los equipos	Administradora Facilitadores y conserje	Historial de Mantenimiento	Que todo este en buenas condiciones	5 días	H, M, T,F	5%
		Motivar e inducir a la inscripción de los AM a los niveles	Administradora y Facilitadores	Ficha general de inscripciones	Todos los asistentes	1 día	H, M, T,F	10%
	Iniciar los Módulos o Niveles para el aprendizaje de las TIC	Preparar materiales para los 4 módulos o niveles		Evaluaciones al final de cada módulo	Manejo de las TIC por los AM	8 meses aprox.	H, M, T,F	50%

BALANCE SCORE CARD (Cuadro No. 24)

El Balance Score card es un sistema de medida del rendimiento, derivado de la visión y la estrategia, que reflejará los aspectos más importantes de la Fundación

SCORE CARD					
PERPECTIVA FINANCIERA	PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FUNDACIÓN				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	DESARROLLO DE LA FUNDACIÓN	25	50	75	100
	CALIFICACIÓN	25	50	75	100
PERPECTIVA CLIENTE	CAPTAR NUEVOS CLIENTES				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	ADULTOS MAYORES HOMBRES	5	6	8	10
	ADULTOS MAYORES MUJER	5	6	8	10
	TOTAL	10	12	16	20
	CALIFICACIÓN	50	60	80	100
	SATISFACER NUEVAS NECESIDADES DEL CLIENTE				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	SOLICITUDES INGRESADAS	5	5	10	10
	SOLICITUDES ATENDIDAS	5	3	10	10
	DIFERENCIA	0	2	0	0
	CALIFICACIÓN	100	60	100	100

PERSPECTIVA DE PROCESOS	EVALUACION DE TALLERES IMPARTIDOS				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	CLIENTES SATISFECHOS	10	10	10	10
	CLIENTES INSATISFECHOS	2	5	2	2
	DIFERENCIA	8	5	8	8
	CALIFICACIÓN	80	50	80	80
	PROCESOS DE ACTUALIZACIÓN				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	CLIENTES SATISFECHOS	10	10	10	10
	CLIENTES INSATISFECHOS	2	4	1	2
DIFERENCIA	8	6	9	8	
CALIFICACIÓN	80	60	90	80	
APRENDIZAJE Y DESARROLLO	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN TICS				
	ACTIVIDAD	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE	4TO BIMESTRE
	CLIENTES SATISFECHOS	5	10	10	10
	CLIENTES INSATISFECHOS	5	6	6	8
	DIFERENCIA	0	4	4	2
	CALIFICACIÓN	100	60	60	80



Fuente: Autor
Responsable: Autora

Simbología:

El **verde** representa que el indicador está igual o por arriba de la meta planteada, en otras palabras, que el objetivo se haya cumplido o superado la meta.

El color **ámbar** se utiliza para mostrar un avance por debajo de lo esperado (meta), pero en un término aceptable, es decir, se representa con ése color cuando el objetivo regularmente es cumplido.

El color **rojo** señala que el indicador, está altamente desfasado de la meta que se había propuesta para el mismo, por lo tanto indica que el indicador no se ha cumplido.

ACLARACIÓN: En la Perspectiva Financiera del BSC, solo se refleja el Desarrollo de la Fundación, es decir el aprendizaje del target seleccionado, pues siendo una Fundación de carácter Social exclusivamente, no considero la parte financiera, sin embargo que se establece los costos en el capítulo V, para conocimiento de la inversión social, más no para ver rentabilidad económica, sino mas bien humana.

CAPÍTULO IV

MACRO LOCALIZACIÓN

Permite delimitar el número de soluciones posibles, determinando la región óptima.

Aquí se mencionarán las diferentes ventajas de cada uno de los posibles lugares donde se ubicará el proyecto como cercanía del mercado, competencia, espacio físico adecuado, restricciones legales aun así que el negocio ya proponga un lugar específico.

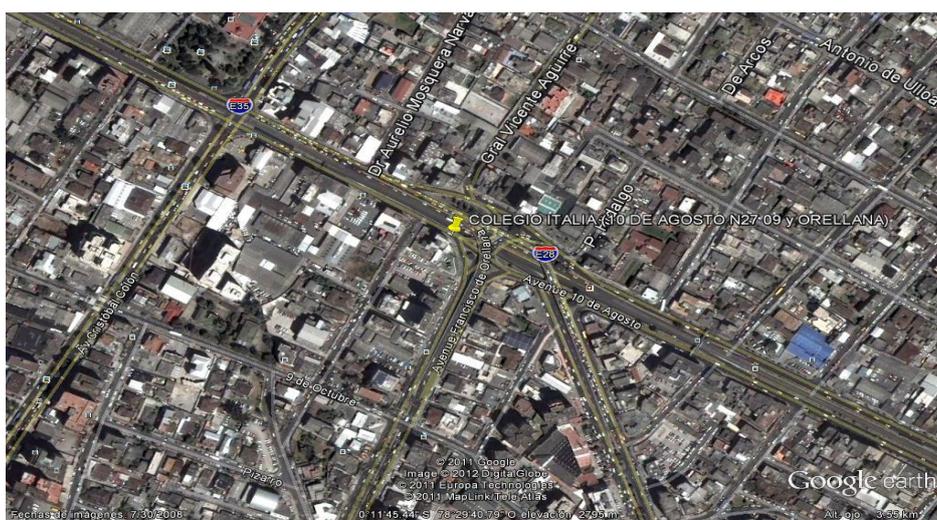
Según Calda Molina “es la definición de la zona, región provincia o área geográfica en que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales”.

El lugar de macro localización del proyecto a realizarse, consiste en la creación e implementación de la fundación que permitirá la enseñanza a los adultos mayores en las nuevas tecnologías de la información, en la provincia de Pichincha, sector de la Parroquia La Mariscal el mismo que se encuentra localizado en la siguiente área geográfica.

- Provincia: Pichincha
- Área: Urbana
- Cantón: Quito
- Parroquia Mariscal Sucre

Gráfico No.24

Mapa de La Parroquia Mariscal Sucre



Fuente: Investigación propia
Autor: Carmen Vásquez

MICRO LOCALIZACIÓN

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para la creación de la Fundación sin fines de lucro para la enseñanza de los padres y abuelitos de los estudiantes del Colegio Bilingüe Italia, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

Es así que La micro localización de la Fundación para adultos mayores de la ciudad de Quito se encontrará ubicado en la avenida 10 de Agosto N27 09 y Orellana, en la cual se podrá operar con toda la normalidad posible ya que tendrá todas las instalaciones necesarias

Gráfico No.25

Calles donde se ubicará la Fundación para adultos mayores



Fuente: Investigación propia
Autor: Carmen Vásquez

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

La finalidad es posibilitar la selección de alternativas, en virtud de identificar las características más adecuadas para la instalación de la Fundación de Adultos Mayores.

TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

La Fundación de Adultos Mayores debe tener acceso a transporte; porque si no se tiene transporte va a implicar costos de flete, peligros en la vía, seguridad y pérdida de tiempo al transportar el producto a los centros de expendio. Además se tiene que ver que el lugar donde va a funcionar la Fundación posea medios de comunicación como teléfono, fax, Internet, indispensables hoy en día para el comercio electrónico.

CERCANÍA A LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO

La localización de la Fundación debe estar cerca a centros de copiado y también de suministros de oficina debido a que esto contribuirá a reducir costos, manipulación y deterioro en los productos terminados.

CERCANÍA AL MERCADO

Es necesario que la Fundación se localice cerca a su mercado meta es decir en la ciudad de Quito específicamente sector La Mariscal, en donde hay una gran variedad de centros de expendio de los productos.

FACTORES AMBIENTALES

El clima, la temperatura y la humedad son también muy importantes y decisivos para el proceso de enseñanza de los Adultos Mayores; por lo que el lugar donde se ubique las aulas debe tener las condiciones climáticas idóneas.

ESTRUCTURA IMPOSITIVA LEGAL

La Fundación para Adultos Mayores que va a enseñar las Tic's a los Adultos Mayores para su funcionamiento requiere cumplir con las leyes vigentes en cuanto a su constitución legal de la misma, la obtención del RUC, patente municipal, registro patronal en el IESS, permiso de los bomberos y permiso de rotulación.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

La localización debe poseer instalaciones adecuadas en donde funcionen servicios básicos como, agua, luz, teléfono, gas, alcantarillado, etc. Todo esto ayudará a que la Fundación funcione de una mejor manera.

POSIBILIDAD DE ELIMINACIÓN DE DESECHOS

Tiene que haber la posibilidad de desecho de desperdicios principalmente de aguas servidas y de los desperdicios de tela, de eliminación de ruidos para no contaminar el medio ambiente y más bien preservarlo para las futuras generaciones.

MATRIZ LOCACIONAL

La ubicación exacta de la Fundación será definida a través de la ponderación de varios factores que califiquen las diversas alternativas. Cabe indicar que de acuerdo al análisis del numeral anterior, se seleccionó tres alternativas de ubicación en la parroquia La Mariscal.

SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA ÓPTIMA

A continuación se presenta la matriz locacional que instrumenta la selección de la mejor opción para la ubicación de la Fundación. En el siguiente cuadro se califica la mejor opción con 10 y con el 1 la peor opción. Con este propósito se ha determinado las siguientes alternativas:

- Opción No.1: Parroquia La Floresta
- Opción No.2: Parroquia Chaupicruz
- Opción No.3: Parroquia La Mariscal

Cuadro No 25: Matriz Locacional

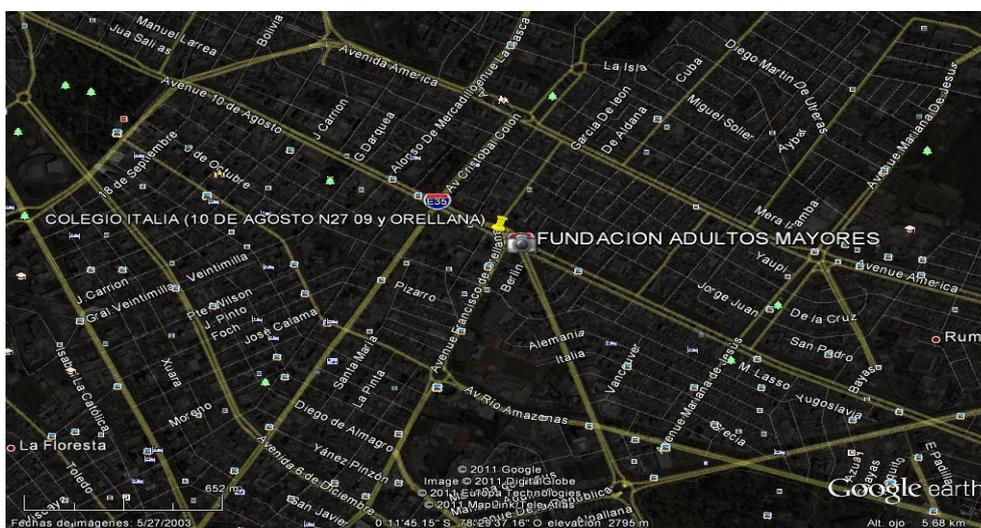
No.	Factor	Peso	Parroquia La Floresta		Parroquia Chaupicruz		Parroquia La Mariscal	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Transporte y comunicación	20%	2	0,4	7	1,4	8	1,6
2	Cercanía a las fuentes de abastecimiento	10%	2	0,2	8	0,8	8	0,8
3	Cercanía al mercado	20%	9	1,8	9	1,8	9	1,8
4	Factores ambientales	10%	7	0,7	7	0,7	9	0,9
5	Estructura impositiva / legal	15%	9	1,35	9	1,35	9	1,35
6	Disponibilidad de servicios básicos	10%	6	0,6	7	0,7	7	0,7
7	Posibilidad de eliminación de desechos	15%	7	1,05	7	1,05	7	1,05
	TOTALES	100%		6,1		7,8		8,2

Fuente: Investigación propia
Autor: Carmen Vásquez

De acuerdo a la matriz de localización se selecciona la parroquia La Mariscal, debido a su mayor cercanía al mercado, a las fuentes de abastecimiento, al transporte, comunicación así como también a los ≈ 72 que permiten tener una mayor agilidad en la “respuesta inmediata” ante un determinado pedido de servicios. A modo de aclaración se indica que la ponderación con respecto al factor cercanía del mercado se sujeta a ponderadores elevados dado que la mayoría de lugares se encuentran en la cercanía del área urbana de Quito.

PLANO DE LA MICRO LOCALIZACIÓN

Gráfico No.26



Fuente: Investigación propia
Autor: Carmen Vásquez

RECURSOS (Tecnológicos, Humanos, Financieros, Económicos).

Recursos Humanos:

Para desarrollar la investigación del proyecto de creación de una Fundación para la enseñanza de las Tic´s de Adultos Mayores se deberá tomar en cuenta el siguiente personal:

- persona encargada de la Fundación
- persona encargada de la contabilidad y administración
- personas encargadas de dar las clases

- persona encargada de marketing (interno en el Colegio inicialmente puede ser un alumno)
- persona encargada del aseo (seria el mismo conserje del Colegio)

Recursos Materiales

Los recursos materiales de la Fundación para la enseñanza de las Tic´s a los Adultos Mayores será lo siguiente:

- Las 14 máquinas del Colegio adquiridas este año lectivo y con servicio de fibra óptica. (lo más avanzado)
- 6 escritorios y 20 sillas
- 2 aulas 3 pizarras, 5 borradores, 12 marcadores de varios colores
- 6 cuadernos para cada uno de los que formamos la fundación 5 esferos, y 3 lápices
- El servicio de internet (es costeadado por el colegio es ilimitado.)

Recursos Financieros:

Se considera aproximadamente unos \$ 5.000,00, dólares como inversión inicial de capital social y adicional unos 200 dólares para marcadores, hojas, cuadernos, esferos, y quiza 20 usd. Para pasajes a los dos jóvenes de forma mensual, que vienen a enseñar a los adultos mayores este valor de \$ 220 dólares los cuales constituyen el fondo rotativo mensual.

CADENA DE VALOR

“La cadena valor es una herramienta de gestión diseñada por Michael Porter que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor”.

Gráfico No.27
Cadena de Valor



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Cadena_de_valor.png

Autor: Carmen Vásquez

Actividades primarias o de línea

Son aquellas actividades que están directamente relacionadas con la enseñanza a los adultos mayores que brindará la fundación.

Logística interior (de entrada): La mayoría de aulas contará con infraestructura para la enseñanza esto es sillas tipo escritorio, pizarras de tinta líquida y material de apoyo así como medios tecnológicos como laboratorio equipado con computadores para la enseñanza de las nuevas tecnologías de la información.

Operaciones: La mayoría de operaciones serán realizadas en la fundación esto es clases impartidas por profesionales en materias informáticas y talleres de computación.

Logística exterior (de salida): en lo referente a la realización de talleres con los adultos mayores se los puede realizar en campo abierto para que exista una mayor relajación en el aprendizaje siempre que primero se base en talleres que no se utilicen aspectos tecnológicos, estos talleres consistirán en razonamientos y teoría sobre las nuevas tecnologías de la información.

Mercadotecnia y ventas: En cuanto a la promoción de la enseñanza se llevará a cabo mediante los mismos estudiantes los cuales llevarán información a los adultos mayores indicándoles cuando se inician los cursos.

Servicios: La mayoría de estudiantes en los cursos de enseñanza sobre las TIC's para adultos mayores adicional a esto brindará información adicional sobre diferentes temas de salud que les puede interesar e inclusive se brindará asistencia médica de ser el caso mediante convenios con centro médico del sector

Actividades de apoyo o de soporte

La mayor parte de operaciones de servicio al cliente de la fundación tendrán soporte ya sea la infraestructura, recursos humanos, tecnología y aprovisionamiento.

Infraestructura de la empresa: la planeación, las finanzas y la contabilidad se realizarán en la fundación.

Gestión de recursos humanos: Esta área se hará cargo del reclutamiento del personal idóneo para trabajar en la fundación.

Desarrollo de la tecnología: Se utilizará laboratorios de informática para la enseñanza de los adultos mayores.

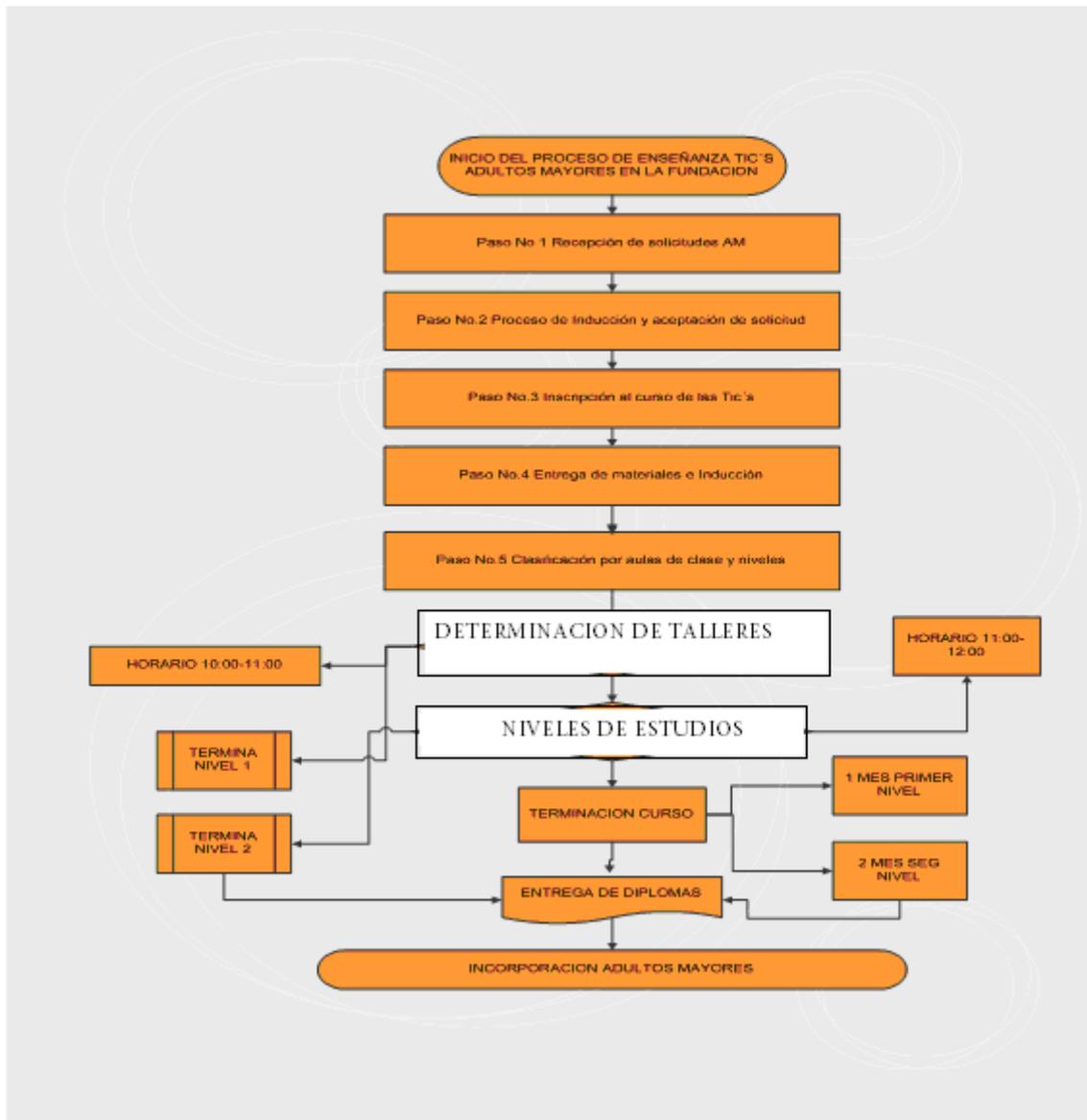
Aprovisionamiento: Se realizará compras, de los materiales utilizados por los adultos mayores.

El desagregar una empresa en estas actividades permite realizar un mejor análisis interno de ésta, permitiendo, sobre todo, identificar fuentes existentes y potenciales de ventajas competitivas, y comprender mejor el comportamiento en nuestro caso de la Fundación.

FLUJO O DIAGRAMACIÓN DE PROCESOS

Gráfico No.29

Flujo o diagramación de procesos en la enseñanza de las TIC para adultos mayores



Fuente: Autora
Responsable: Autora

PROPUESTA ESTRATÉGICA

La propuesta estratégica para este sector de los adultos mayores sería la enseñanza de las nuevas tecnologías de la información mediante cursos y talleres que le permitirían estar al tanto de las mismas

Que contiene el curso:

Curso Iniciación en los servicios de internet a los A.M, donde se enseñaría lo siguiente:

- 1.- abrir un correo electronico y todas las herramientas para usar
- 2.-como comunicarse via Skipe (video) y las diferentes alternativas
- 3.-Como crear un Blog y sus diferentes herramientas
- 4.-Como grabar información en cd, flash memory, y O celular.
- 5.-Como bajar información de internet (música, letras, etc de canciones u otra información)
- 6.-inicialmente haríamos esto luego a medida que veamos las necesidades podremos ajustar el producto que estamos ofreciendo)
- 7.-Algo de Liderazgo y Motivación utilizando los textos que se aplican en el proyecto del Colegio pero con otros títulos como "El adulto mayor" "Autoestima", y otros títulos que usamos en el Colegio para los jóvenes. (Son obras que tienen que leer a lo largo de los 6 años de estudio en el Colegio y al final ellos hacen una obra pequeña de todas sus lecturas y vivencias) y llegan a ser autores de su primera obra.
- 8.-Este curso sería los sábados a partir de las 10:00 hasta las 12:30
- 9.-Los participantes deben traer su cuaderno y esfero propio.
- 10.-El curso duraría un mes o sea 4 sábados, con condiciones que no deben faltar 2 sábados, cada nivel duraría 2 meses, es decir 4 niveles y al final de cada uno serán evaluados, recibirán luego de haber culminado todos los niveles un diploma general donde se les realizara un pequeña ceremonia en el mismo Colegio con sus familiares.

Talleres

Actualmente los Talleres de Computación resultan una interesante alternativa para los AM que buscan mantenerse actualizados en la “Nueva Sociedad” donde la introducción generalizada de las TICs es parte de la vida cotidiana. Estos talleres se encuentran dentro del área de Desarrollo Cultural y Tecnológico y están divididos en dos niveles.

Taller de Computación Nivel I

Este taller constituye la primera propuesta y tiene como objetivo fundamental aproximar al AM a las TICs, y que éste reconozca las potencialidades de las mismas. Para ello se trabaja con actividades especialmente adecuadas a los alumnos, teniendo en cuenta las diferentes características del Adulto Mayor ya abordadas en este trabajo.

En primer lugar se los acerca a los conceptos básico de Hardware, componentes visibles de una computadora, y de Software dando una idea general de las diferentes funciones que cumplen los programas, incluyendo algunos ejercicios simples a través del software que introduce la instalación del sistema operativo usado.

Al finalizar los dos primeros meses de trabajo se pretende que el alumno pueda paulatinamente comenzar a interactuar con los elementos indispensables para el manejo de la computadora (teclado y mouse), siendo de esta manera, capaz de aproximarse a un uso adecuado de los mismos.

A través de la introducción del Procesador de Texto, con las herramientas que éste ofrece, se busca desarrollar en el AM el interés por el uso de la computadora, de manera que pierda paulatinamente el miedo a interactuar con ella y que al término del taller pueda darle diferentes usos realizado entre otras producciones, cartas, tarjetas y agendas.

El Taller de Computación Nivel II

El trabajo en este taller está orientado al manejo de Internet como herramienta para acceder a la información y a los recursos ofrecidos por la red de redes como medio de comunicación entre las personas. Su principal objetivo es capacitar al alumno para obtener información de la web y comunicarse a través del uso de servicios como el correo electrónico. Para ello, en primera instancia, el AM aprende a navegar en la web.

El docente brinda direcciones de determinados sitios y acompaña la navegación, con el objetivo de reconocer los elementos que posibilitan el recorrido del mismo. Avanzando en el manejo de la web, lo AM utilizan algunos de los buscadores más conocidos (entre

ellos Google y Yahoo). Los diferentes temas propuestos para la búsqueda están orientados a que el alumno revalorice su condición de adulto mayor en la sociedad y también a responder diferentes interrogantes de temáticas de su propio interés.

Adquirida la práctica para la navegación de la web, a continuación los AM aprenden las operaciones básicas de uso del correo electrónico, redactando, respondiendo, reenviando mensajes y adjuntando archivos a través del uso del webmail que provee el sitio de Yahoo. Son los propios alumnos quienes realizan el proceso de suscripción al servicio.

A través del proceso de enseñanza y aprendizaje en los diferentes talleres, los Adultos Mayores reconocen su acercamiento a las nuevas tecnologías y los beneficios que esto provoca

Para este año se prevé la continuidad de esta actividad reforzando los objetivos propuestos en aquel momento, apostando a un crecimiento en este emprendimiento, incorporando nuevos alumnos y contado ya con el compromiso de trabajo interdisciplinario de varios docentes de los diferentes talleres



Gráfico 30. ADULTOS MAYORES Y LAS TIC D

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+adultos+mayores>



Gráfico 31. ADULTOS MAYORES Y LAS TIC E

Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+adultos+mayores>

Los diferentes equipos de trabajo formados adecuadamente asesorados y acompañados, posibilitan que el Adulto Mayor adquiera nuevo protagonismo, participando activamente de la vida en sociedad y realizando importantes aportes que combinan la experiencia y los conocimientos relativos a la historia vivenciada por su generación con la nueva forma de vivir que es lo que posibilitará la fundación.

Indicadores en Planes de acción: Para que la mayoría de los planes de acción para la enseñanza de las Tic`s a los Adultos Mayores se tomarán en cuenta tanto la muestra, las encuestas así como las tabulaciones para que de acuerdo a estos análisis se determine la mejor opción así como indicadores que nos permitan llegar a conclusiones sobre la factibilidad y la acogida del proyecto.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

PRESUPUESTOS

Según Jorge Burbano (1995). El presupuesto es “la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado.”

También indica que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlo.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Se plantea el siguiente presupuesto de inversiones para la Fundación de adultos mayores.

INVERSIÓN TOTAL

Las Inversiones son aplicaciones que las personas naturales o jurídicas dan a sus fondos, tanto propios como ajenos, y que se realiza con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro, y estas se las realiza en: Activos Fijos, Activos Diferidos y Valores

Cuadro No.26 : Inversión Total

INVERSIÓN	TOTAL USD.
Activos Fijos	12.686,76
Activos Diferidos	1.825,00
Capital de Trabajo	2.822,65
Inversión Total	17.334,41

Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez

La inversión está dada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, para el inicio de las operaciones de la Fundación para enseñanza de los AM, en activos fijos:

12.686,76 USD, en activos diferidos: 1.825,00 USD, y, en capital de trabajo: 2.822,65 USD, por lo tanto la inversión total del proyecto es de 17.334,41 USD, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de terceros.

La inversión total se entiende como los recursos tangibles, intangibles, financieros y humanos que requiere el proyecto comunitario. Para operar normalmente en un determinado período de tiempo.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES

El activo fijo comprende el conjunto de bienes que no son motivo de transacciones corrientes por parte del proyecto. Su valor monetario constituye el capital fijo de la empresa, los activos fijos se pueden clasificar en activos tangibles e intangibles. Los componentes del capital fijo tangible comprenden la maquinaria y equipos, muebles y enseres.

Cabe Indicar que no se considera inversión en terrenos, ni obras civiles en adecuaciones; pues se establece la opción de tomar una planta de producción solo en arrendamiento.

Cuadro No.27: Inversión Activos Fijos.

INVERSIÓN FIJA.	
COSTO	TOTAL USD.
Maquinaria y Equipo	408,00
Utensilios y Accesorios	73,44
Equipos de Computación	11.271,00
Equipos de Oficina	282,54
Muebles y Enseres	651,78
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.686,76

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

A continuación se detallan cada uno de los activos del proyecto de enseñanza de las Tic's a los AM.

Maquinaria y equipo

Cuadro No. 28: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Impresora Epson	Unidad	1	400,00	400,00
				0,00
				0,00
SUBTOTAL				400,00
2% Imprevistos				8,00
TOTAL				408,00

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Utensilios y Accesorios

Cuadro No. 29: Utensilios y Accesorios

UTENSILIOS Y ACCESORIOS.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Agendas	Unidad	4	8,00	32,00
Mandiles	Unidad	2	20,00	40,00
SUBTOTAL				72,00
2% Imprevistos				1,44
TOTAL				73,44

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Equipos de Computación.

Cuadro No.30: Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora escritorio	Unidad	14	700,00	9.800,00
Impresora multifuncional	Unidad	1	120,00	120,00
Laptop	Unidad	1	900,00	900,00
Central telefónica	Unidad	1	230,00	230,00
SUBTOTAL				11.050,00
2% Imprevistos				221,00
TOTAL				11.271,00

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Equipos de Oficina.

Cuadro No. 31: Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	2	30,00	60,00
Fax	Unidad	1	140,00	140,00
Calculadora	Unidad	1	15,00	15,00
Papelera	Unidad	3	8,00	24,00
Basurero	Unidad	4	5,00	20,00
Grapadora	Unidad	3	3,00	9,00
Perforadora	Unidad	3	3,00	9,00
SUBTOTAL				277,00
2% Imprevistos				5,54
TOTAL				282,54

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Muebles y Enseres.

Cuadro No.32 : Muebles y Enseres

**MUEBLES Y
ENSERES.**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios	Unidad	6	60,00	360,00
Pizarras	Unidad	3	50,00	150,00
borradores	Unidad	5	10,00	50,00
Marcadores	Unidad	5	6,00	30,00
Cuadernos	Unidad	6	6,00	36,00
Esferos	Unidad	5	2,00	10,00
Lápices	Unidad	3	1,00	3,00
SUBTOTAL				639,00
2% Imprevistos				12,78
TOTAL				651,78

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Las inversiones en activos diferidos o intangibles están representadas por aquellas inversiones cuyos beneficios se obtendrán en varios períodos. Este grupo tienen las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

Cuadro No. 33: Inversión Activos Diferidos

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	885,00
Gasto de patentes	490,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.825,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

A continuación se detallan los diferentes conceptos que se encuentran dentro de los activos diferidos:

Cuadro No.34: Gastos de Puesta en Marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.

CONCEPTO	COSTO USD.
Capacitación al personal	450,00
TOTAL	450,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

Cuadro No.35: Gastos de Organización

GASTOS DE ORGANIZACIÓN.

CONCEPTO	COSTO USD.
Honorarios de abogado	600,00
Notario	200,00
Inscripción Registro Mercantil	60,00
Publicación Registro Oficial	25,00
TOTAL	885,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

Cuadro No.36 : Gastos de Patente

GASTOS DE PATENTES.

CONCEPTO	COSTO USD.
Permiso Municipal	40,00
Derechos de patente	450,00
TOTAL	490,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

CAPITAL DE TRABAJO.

El Capital de Trabajo está presentado por el capital adicional, distinto de la inversión en activo fijo y diferido, con que hay que contar para que empiece a funcionar el proyecto. Por consiguiente, el capital de trabajo está dado por los recursos que la empresa necesita para operar en un período de explotación determinado.

El capital de trabajo corresponde a los recursos a ser invertidos en:

Costos de producción	<ul style="list-style-type: none">• Materia Prima.- Son aquellos materiales que se transforman en producto final o terminado.• Materiales Directos.- Son aquellos que intervienen en el proceso productivo y terminan formando parte del producto final.• Mano de Obra Directa,- Se refiere al costo de la mano de obra de los trabajadores que participan en la transformación de los materiales en productos terminados.
Costos Indirectos de Fabricación	<ul style="list-style-type: none">• Mano de Obra indirecta.- Está dado por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento.• Materiales Indirectos.- Son aquellos que participan en el proceso productivo, pero que no llegan a constituir parte integrante del producto terminado.• Suministros y Servicios.- Corresponde a gastos por concepto de agua, energía eléctrica, asistencia técnica, seguros y repuestos de maquinaria y equipos.
Gastos Operacionales	<ul style="list-style-type: none">• Gastos Administrativos.- Comprenden todos los desembolsos en que se incurre, como pagos correspondientes al personal administrativo, adquisición de materiales de oficina, etc.• Gastos Ventas.- Comprende todos los gastos que implica las operaciones logísticas del departamento como sueldos, promoción y publicidad, teléfono, materiales de oficina, gastos de representación.

La determinación del Capital de Trabajo se describe a continuación:

Cuadro No. 37: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Compras y Materia Prima	0,00
Materiales Directos	0,00
Mano de Obra Directa	0,00
TOTAL	0,00
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta	306,00
Insumos	328,32
Mantenimiento	40,55
Gastos Administrativos	1.606,07
Gasto de Ventas	173,40
Seguro	368,32
TOTAL	2.822,65
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2.822,65

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

FINANCIAMIENTO

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar la inversión; por lo general se refiere a la obtención de préstamos. La estructura de las fuentes de financiamiento está dada por recursos propios y de terceros.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La mejor alternativa como fuente de financiamiento para este tipo de proyecto y tomando en cuenta el monto de endeudamiento, se recomienda que se aplique en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobados, como la Corporación Financiera Nacional.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

El proyecto se encuentra financiado con el 84% (14569.01 dólares), con recursos propios y el 15,95% (2.765,40 dólares) ,restante por un préstamo.

Cuadro No.38 : Estado de Fuentes y Usos.

ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	12.686,76	73,19%	69,62%	12.069,01	3,56%	617,75
Activos Diferidos	1.825,00	10,53%	2,88%	500,00	7,64%	1.325,00
Capital de Trabajo	2.822,65	16,28%	11,54%	2.000,00	4,75%	822,65
Inversión Total	17.334,41	100,00%	84,05%	14.569,01	15,95%	2.765,40

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

Las condiciones del crédito son:

Las condiciones del crédito:

1. Monto 2.765,40
2. Interés 4,55% semestral
3. Plazo 5 años 9,30% CFN
4. Período de pago Semestral 10 años = 89 pe
5. Forma de amortización Dividendo Constante

Amortización Dividendo Constante

Una vez conocido el tipo de pago semestral, pasamos a calcular el valor de A_0 (valor actual de una renta unitaria, post pagable, de 10 semestres de duración, con un tipo de interés semestral del 4,55%)

A continuación se calcula el valor de la cuota constante

Cuadro No.39 : Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN.

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				2.765,40
1	224,56	125,73	350,29	2.540,85
2	234,77	115,52	350,29	2.306,08
3	245,44	104,85	350,29	2.060,64
4	256,60	93,69	350,29	1.804,04
5	268,27	82,02	350,29	1.535,77
6	280,46	69,83	350,29	1.255,30
7	293,22	57,07	350,29	962,09
8	306,55	43,74	350,29	655,54
9	320,49	29,81	350,29	335,06
10	335,06	15,23	350,29	0,00

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

PRESUPUESTO DE COSTOS

Es la suma de todos los elementos que se utilizan en la manufactura y en el proceso de comercialización.

Por la naturaleza del costo existen dos tipos de costos: fijos y variables.

COSTOS VARIABLES

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción este tipo de costos se incrementan.

Dentro de la naturaleza de los costos variables tenemos los siguientes:

a.- Compras de Materia Prima

Son aquellos que intervienen en el proceso de producción y terminan formando parte de la venta final; constituye la base de la empresa, en el presente caso de estudio estará constituido las compras de materia prima y servicios necesarios para su posterior comercialización.

b.- Materiales Directos

Son aquellos materiales que forman parte del proceso productivo.

c.- Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa del proyecto de exportación, se encuentra determinada por el personal requerido que participa en el proceso productivo,

d.- Insumos.

son indispensables los insumos para apoyar los procesos de producción y comercialización, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de 3.939,81 USD, anuales

Cuadro No.40 : Insumos

INSUMOS.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m ³	120	1.440	42,47	509,64
Luz Eléctrica	Kilowatts	3.000	36.000	179,41	2.152,92
Teléfono e internet	Minutos	22.000	264.000	100,00	1.200,00
SUBTOTAL				321,88	3.862,56
2% Imprevistos				6,44	77,25
TOTAL				328,32	3.939,81

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

COSTOS FIJOS

Son aquellos que no guardan relación directa con el volumen de producción. Su monto total permanece constante a través del tiempo, es decir, produzca o no la manufactura, la empresa tendrá que incurrir en esos costos.

a.- MANO DE OBRA INDIRECTA

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano de obra indirecta es de 3.672,00 USD anual.

Cuadro No.41: Mano de Obra Indirecta.

MANO DE OBRA INDIRECTA.

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Contador	300,00	1.800,00	3.600,00
Subtotal	300,00	1.800,00	3.600,00
2% Imprevistos	6,00	36,00	72,00
TOTAL	306,00	1.836,00	3.672,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

b.- Reparación y Mantenimiento.

Este valor está dado en función de de los activos fijos que dispone la empresa.

Cuadro No.42: Reparación y Mantenimiento

REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vehículo	0,00	5%	0,00	0,00
Maquinaria y Equipos	408,00	3%	1,02	12,24
Construcción	0,00	1%	0,00	0,00
Equipos de computación	11.271,00	4%	37,57	450,84
Equipos de oficina	282,54	1,5%	0,35	4,24
Muebles y Enseres	651,78	1,5%	0,81	9,78
Subtotal			39,76	477,09
2% Imprevistos			0,80	9,54
TOTAL			40,55	486,64

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

c.- Seguros.

El bienestar y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir siniestros, de una manera se garantiza la actividad de comercialización del proyecto.

Cuadro No.43: Seguros

SEGUROS.

CONCEPTO	VALOR INICIAL	COSTO PRIMA	SEGURO MENSUAL	SEGURO ANUAL
Vehículo	0,00	5,00%	173,26	2.079,17
Maquinaria y Equipos	408,00	6,00%	163,36	1.960,36
Utensilios y Accesorios	73,44	3,00%	3,29	39,42
Equipos de Computación	11.271,00	4,50%	18,33	220,01
Equipo de Oficina	282,54	2,00%	4,89	58,69
Muebles y Enseres	651,78	2,00%	5,18	62,14
TOTAL			368,32	4.419,78

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

d.- Depreciación.

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

Cuadro No.44: Depreciación de los Activos Fijos

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
DEPRECIACION COSTO:				
Maquinaria y Equipos	408,00	10,00%	10	40,80
Utensilios y Accesorios	73,44	10,00%	10	7,34
Total Depreciación Costo				48,14
DEPRECIACION GASTO:				
Vehículos	0,00	20,00%	5	0,00
Equipos de Computación	11.271,00	33,33%	3	3.757,00
Equipo de Oficina	282,54	10,00%	10	28,25
Muebles y Enseres	651,78	10,00%	10	65,18
Total Depreciación Gasto				3.850,43
TOTAL				3.898,58

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

- Se ha separado la depreciación para un adecuado cálculo.

e.- Amortización.

Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto.

Cuadro No.45 : Amortización

AMORTIZACIÓN.

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	450,00	20%	5	90,00
Gastos de Organización	885,00	20%	5	177,00
Gastos de Patentes	490,00	20%	5	98,00
TOTAL				365,00

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el cumplimiento de las actividades administrativas globales del proyecto comunitario., es decir, la operación general de la misma.

Cuadro No.46: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Director	1	556,90	3.341,40	6.682,80
Contador	1	417,68	2.506,05	5.012,10
TOTAL PERSONAL		974,58	5.847,45	11.694,90
GASTOS GENERALES				
Suministros de Oficina		600,00	3.600,00	7.200,00
		0,00	0,00	0,00
TOTAL GENERAL		600,00	3.600,00	7.200,00
2% Imprevistos		31,49	188,95	377,90
TOTAL		1.606,07	9.636,40	19.272,80

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

GASTOS DE VENTA.

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y comercialización de servicios.

Cuadro No.47 : Gastos de Ventas.

GASTOS DE VENTAS.				
GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
GASTOS PERSONALES				
Total Personal		0,00	0,00	0,00
GASTOS GENERALES				
Promoción	1 set	70,00	420,00	840,00
Propaganda	1 set	100,00	600,00	1.200,00
	1 set	0,00	0,00	0,00
Total Generales		170,00	1.020,00	2.040,00
GASTOS DE DISTRIBUCION				
		0,00	0,00	0,00
Total Gastos Distribucion		0,00	0,00	0,00
Subtotal		170,00	1.020,00	2.040,00
2% Imprevistos		3,40	20,40	40,80
TOTAL GASTOS VENTAS		173,40	1.040,40	2.080,80

Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez

GASTOS FINANCIEROS

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento

Cuadro No.48 Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS.

PERIODO	INTERÉS
0	
1	125,73
2	115,52
3	104,85
4	93,69
5	82,02
6	69,83
7	57,07
8	43,74
9	29,81
10	15,23
	737,50

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

COSTOS DE PRODUCCIÓN

La determinación de los costos está dada por la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, durante la producción anual. Los costos totales establecidos para el año se detallan a continuación.

Cuadro No.49 : Costos de Producción Anuales

COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras y Materia Prima		0,00
Materiales Directos		0,00
Mano de Obra Directa		0,00
Mano de Obra Indirecta	3.672,00	
Insumos		3.939,81
Depreciación Costo	48,14	
Reparación y Mantenimiento	486,64	
Seguros	4.419,78	
Subtotales	8.626,56	3.939,81
Total de Costo de Producción	12.566,37	
Gastos Administrativos	19.272,80	
Gastos Financieros	737,50	
Gastos de Ventas	2.080,80	
Depreciación Gasto	3.850,43	
Amortización	365,00	
Subtotales	26.306,53	
Costo Total	38.872,90	
Unidades Vendidas	151,00	
Costo Unitario	257,44	

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

Se ha separado la depreciación para un adecuado cálculo de los servicios prestados y de los gastos de operación de la Fundación

Cuadro No.50 Costos de Producción Proyectados

COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS PARA LOS 5 AÑOS POSTERIORES					
DE VIDA UTIL DEL PROYECTO: 2.011 - 2.015					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Materia Prima	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales Directos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de Obra Directa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos	3.939,81	4.294,39	4.680,89	5.102,17	5.561,37
VARIABLES	3.939,81	4.294,39	4.680,89	5.102,17	5.561,37
Mano de Obra Indirecta	3.672,00	4.002,48	4.362,70	4.755,35	5.183,33
Reparación y Mantenimiento	486,64	530,43	578,17	630,21	686,93
Seguros	4.419,78	4.817,56	5.251,14	5.723,75	6.238,88
Depreciación Costo	48,14	48,14	48,14	48,14	48,14
FIJOS	8.626,56	9.398,62	10.240,16	11.157,45	12.157,28
Total Costo de Producción	12.566,37	13.693,02	14.921,05	16.259,62	17.718,65
Gasto Administrativo	19.272,80	21.007,35	22.898,01	24.958,83	27.205,13
Gasto de Ventas	2.080,80	2.268,07	2.472,20	2.694,70	2.937,22
Gasto Financiero	737,50	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciación Gasto	3.850,43	3.850,43	3.850,43	93,43	93,43
Amortización	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
Total Gastos	26.306,53	27.490,85	29.585,64	28.111,96	30.600,78
Costo total	38.872,90	41.183,87	44.506,70	44.371,58	48.319,43
Unidades producidas	151,00	164,00	178,00	194,00	211,00
Costo Unitario	257,44	251,12	250,04	228,72	229,00

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

PROYECCIÓN DE INGRESOS

PRESUPUESTOS DE INGRESOS.

El presupuesto tomará como base la demanda total del producto a satisfacer, teniendo muy en cuenta como limitante, la máxima capacidad de servicios que se den.

Ingresos por Ventas: Los ingresos están dados por los servicios de enseñanza a los AM., esto es cuantificable en un período de tiempo, está relacionado directamente con el volumen de ventas.

ESTADO DE RESULTADO

Una vez que se dispone de la información necesaria se procede a estructurar el estado de resultados, el cual es importante porque representa un detalle ordenado de los ingresos y egresos, con el fin de establecer la utilidad resultante en un período determinado.

Cuadro No.51: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
EN DÓLARES					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	44.703,84	48.552,51	52.697,24	57.434,07	62.466,95
- Costo de Producción	12.566,37	13.693,02	14.921,05	16.259,62	17.718,65
= UTILIDAD BRUTA	32.137,47	34.859,50	37.776,19	41.174,46	44.748,31
- Gastos de Administración	19.272,80	21.007,35	22.898,01	24.958,83	27.205,13
- Gastos de Ventas	2.080,80	2.268,07	2.472,20	2.694,70	2.937,22
- Depreciación	3.850,43	3.850,43	3.850,43	93,43	93,43
- Amortización	365,00	365,00	365,00	365,00	365,00
= UTILIDAD OPERACIONAL	6.568,44	7.368,65	8.190,55	13.062,50	14.147,53
- Gastos Financieros	737,50	0,00	0,00	0,00	0,00
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	5.830,94	7.368,65	8.190,55	13.062,50	14.147,53
- 15% de Participación Trabajadores	874,64	1.105,30	1.228,58	1.959,37	2.122,13
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	4.956,30	6.263,35	6.961,96	11.103,12	12.025,40
- 25% Impuesto a la Renta	1.239,07	1.565,84	1.740,49	2.775,78	3.006,35
= UTILIDAD NETA	3.717,22	4.697,51	5.221,47	8.327,34	9.019,05

Se ha separado la depreciación para un adecuado cálculo del Costo del Producto y de los Gastos de Operación del proyecto

Cuadro No.52 : Estado de Situación

AÑO 2011-2015

ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO

AÑO 2011-2015

EN DÓLARES.

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	2.822,65	Préstamo por pagar	2.765,40
		TOTAL PASIVO	2.765,40
Activo Fijo			
		PATRIMONIO	
Vehículo	0,00		
Maquinaria y Equipos	408,00	Capital Social	14.569,01
Utensilios y Accesorios	73,44		
Equipos de Computación	11.271,00		
Muebles y Enseres	651,78		
Equipos de Oficina	282,54		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	450,00		
Gastos de organización	885,00		
Gastos de patentes	490,00		
TOTAL ACTIVOS	17.334,41	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	17.334,41

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

FLUJO DE CAJA

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja”.ⁱⁱⁱ El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos del proyecto de del inversionista, es decir el movimiento de efectivo. Para su cálculo se proyecta una serie de cinco años, con el objetivo de realizar los cálculos posteriores del VAN y TIR

Cuadro No.53 : Flujo de Caja del Proyecto

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA										
Años	Utilidad antes de impuestos	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Participación e impuestos (-)	Repartición Utilidades (-)	Flujo de efectivo (=)
0					17.334,31					-17.334,31
1	5.830,94	4.263,58								10.094,51
2	7.368,65	4.263,58						2.113,71		9.518,51
3	8.190,55	4.263,58						2.671,13		9.782,99
4	13.062,50	506,58						2.969,07		10.600,00
5	14.147,53	506,58						4.735,15		9.918,95

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Cuadro No.54 : Flujo de Caja Inversionista.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA										
Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Participación e impuestos (-)	Repartición Utilidades (-)	Flujo de efectivo (=)
0					17.334,31	2.765,40				- 14.568,91
1	3.717,22	4.263,58					459,32			7.521,47
2	4.697,51	4.263,58					502,04			8.459,05
3	5.221,47	4.263,58					548,73			8.936,32
4	8.327,34	506,58					599,76			8.234,15
5	9.019,05	506,58					655,54			8.870,08

Fuente: Investigación Propia.

Autor: Carmen Vásquez

$i = \text{tasa pasiva (recursos propios)} + \text{tasa activa (recursos de terceros)} + \text{riesgo del proyecto} + \text{inflación.}$

$i = 4,91\% (77,27\%) + 9,82\% (22,73\%) + 5\% + 2,87\%$

$i = 13,56\%$

13,56%

$T_{mar} = \text{Tasa Máxima} + \text{Inflación} + (\text{Tasa Máxima} * \text{Inflación})$

$T_{mar} = 11,83\% + 8,83\% + (11,83\%) * (8,83\%)$

$T_{mar} = 21,70\%$

$T_{mar} = \text{Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de Dcto.}$

DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente, de ahí su nombre, de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.iv

Para proceder al cálculo se establecerá una tasa que representa el costo de oportunidad de la siguiente forma:

$$T_{mar} = \text{Tasa Máxima} + \text{Inflación} + (\text{Tasa Máxima} * \text{Inflación})$$

$$T_{mar} = 11,83\% + 8,83\% + (11,83\%) * (8,83\%)$$

$$T_{mar} = 21,70\%$$

Tmar= Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de Descuento

Los datos de tasas máximas e Inflación han sido tomados del Banco Central del Ecuador.

$$VAN = \sum \left(\frac{M}{(1+i)^n} \right)$$

Cuadro No.55: Valor Actual Neto del Proyecto

**VALOR ACTUAL NETO
EN DÓLARES.**

VALOR ACTUAL NETO (INVERSIONISTA)		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-14.568,91	-14.568,91
1	7.521,47	6.180,11
2	8.459,05	5.710,94
3	8.936,32	4.957,21
4	8.234,15	3.753,11
5	8.870,08	3.321,95
TOTAL (VAN)		9.354,41

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Cuadro No. 56: Valor Actual Neto del Inversionista

VALOR ACTUAL NETO		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-17.334,31	-17.334,31
1	10.094,51	8.294,27
2	9.518,51	6.426,21
3	9.782,99	5.426,89
4	10.600,00	4.831,46
5	9.918,95	3.714,76
TOTAL (VAN)		11.359,28

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada.

Por medio de este instrumento se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que tendrá en la mejor alternativa, por lo tanto conviene realizar la inversión.

Cuadro No. 57: Calculo de la TIR

TASA de RETORNO.

TIR			
Financiero =	48,42%	Económico =	31,17%

0,49

0,23

CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO			
INVERSIONISTA			
AÑOS	FLUJO	TASA	TASA
	EFFECTIVO	MENOR 19%	MAYOR 23%
0	-14.568,91	-14.568,91	-14.568,91
1	7.521,47	-5.047,97	6.115,02
2	8.459,05	-5.677,21	6.877,27
3	8.936,32	-5.997,53	7.265,30
4	8.234,15	-5.526,28	6.694,43
5	8.870,08	-5.953,08	7.211,45
		-42.770,97	19.594,57

Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento el proyecto, contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

Cuadro No. 58: Periodo de Recuperación de la Inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	-14.568,91	-14.568,91	-14.568,91
1	7.521,47	6.180,11	-8.388,80
2	8.459,05	5.710,94	-2.677,86
3	8.936,32	4.957,21	2.279,35
4	8.234,15	3.753,11	6.032,46
5	8.870,08	3.321,95	9.354,41

**Fuente: Investigación Propia.
Autor: Carmen Vásquez**

Esto indica que el plazo para recuperación de la inversión es al 3ER. Año.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es por lo tanto el nivel que tiene que alcanzar una variable dada para obtener un equilibrio entre ingresos y gastos, sin beneficio ni pérdida.

Cuadro No.59: Punto de Equilibrio

AÑOS	Ventas Totales	Gastos Fijos	Costos Fijos	Costos Variables	Unidades Producidas	Precio de vta. unitario	Pto. Equilibrio $CF+GF/(Pu-CVu)$
1	44.703,84	26.306,53	8.626,56	3.939,81	151	296,05	129
2	48.552,51	27.490,85	9.398,62	4.294,39	164	296,05	137
3	52.697,24	29.585,64	10.240,16	4.680,89	178	296,05	148
4	57.434,07	28.111,96	11.157,45	5.102,17	194	296,05	146
5	62.466,95	30.600,78	12.157,28	5.561,37	211	296,05	159

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Se puede observar que de acuerdo a lo que se busca existe una demanda con un amplio mercado en lo referente a los adultos mayores cuyas edades van desde los 50 años en adelante siendo menester incluirlos en esta nueva metodología de aprendizaje. En lo que respecta a la oferta existe muchos sitios como cibercafés que cumplen la función social de dar a conocer las nuevas tecnologías a todas las personas pero no de forma eficiente al nicho de mercado que son los adultos mayores
- Del direccionamiento estratégico se obtiene como resultado la creación del organigrama funcional, así como el planteamiento de nuevas estrategias innovadoras en metodología educativa para adultos mayores.
- La mayoría de procesos creadores de valor están dados por los empleados que laboran en el centro que cuentan con mucha formación ética y de servicio social.
- De la investigación realizada, se establece que existe una gran demanda por aprender sobre las TIC en este sector de la población, cuyos integrantes se ven relegados de la sociedad por cuanto desconocen de estas herramientas, por lo que la investigación referente a la creación de una fundación que se dedique a la enseñanza de los adultos mayores en lo que son las nuevas tecnologías de la información es totalmente viable tanto socialmente como a nivel económico obteniéndose de acuerdo al análisis financiero rentabilidad para el tercer año obteniéndose un TIR financiero de 48,42% y un TIR económico de 31.17%

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda al existir una gran demanda por la enseñanza de las TIC para los Adultos Mayores incentivarlos mediante talleres gratuitos en donde se puedan relacionar con gente de su misma edad e inquietudes tecnológicas.
- Otra de las recomendaciones que se debe realizar en la fundación es dar todas las facilidades a este sector de la población por cuanto se les permitirá nuevamente estar insertos laboralmente en la sociedad para el aprendizaje de las TIC.
- Se recomienda programas de enseñanza de valores para los empleados que están insertos en el servicio social de los Adultos Mayores
- Se recomienda al realizar un análisis costo beneficio establecer valores solo para efectos contables del proyecto más no para fines de lucro puesto que la Fundación es de carácter social.
- Finalmente solicitar al MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) otras alternativas de financiamiento para esta clase de proyectos dirigidos a la comunidad y bienestar común.

C.- MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFIA

- Aaker, D. (1990) *Investigación de Mercados*. 3° Edición. Editorial: Mc Graw Hill. México.
- Amat,O. (1997) *Análisis Económico Financiero*, 16 Edición en Abril.
- Aramburo,S.(2003) *Problemáticas de la tercera edad: un desafío para el nuevo milenio*, pp.16-26, Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto, Argentina.
- Boyd, H.; Westfall, R.; Stasch, S. (1996) *Investigación de Mercados. Texto y casos*. 5° Edición. Editorial: Limusa S. A. México
- Farrel, D. (1990) *La gerencia estratégica*. Ed. Legis. Santafé de Bogotá.
- Freixas, A.(1997) *Envejecimiento y género: otras perspectivas necesarias*. En revista Anuario de Psicología, nro. 73, pp.31-42.
- Gonzalez Soto,(1996) *Las nuevas tecnologías en la educación*. En Salinas et. al. *Redes de comunicación, redes de aprendizaje*, pp. 409-422, Palma
- Oswald, D.(1984) “*Análisis Financiero guía Técnica para la toma de Decisiones*” Mc GrawHill, México 1984
- Malhotra,N. (1997) *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. 2° Edición. Editorial: Prentice Halll. México.
- Redondo,N.(2003). *Envejecimiento y pobreza en la Argentina al finalizar una década de reformas en la relación entre estado y sociedad. Simposio Viejos y Viejas Participación, Ciudadanía e Inclusión Social*, Santiago de Chile.
- Sallenave,J.(1993) *Gerencia y planeación estratégica*, Bogotá: Grupo Editorial Norma.

ANEXO 1: PLAN DE ESTUDIOS DE LAS TIC PARA ADULTOS MAYORES

Es importante resaltar que existirán 3 Fases dentro de este proceso:

- Familiarización
- Sensibilización
- Consolidación

LA PC

- Reconocimiento de las partes de un PC
- Reconocimiento de la impresora, copiadora y scanner

El Sistema Operativo

- Programas para escribir textos: Word y Excel (Nociones Básicas)
- Escritorio de Windows
- Las barras y el botón de inicio
- Los iconos y accesos directos
- Como cambiar la fecha y la hora
- Como cambiar protector y fondo de pantalla

Iniciar el Explorador

- La ventana del explorador
- Las vistas del explorador
- Crear y eliminar carpetas
- Copiar carpetas o archivos
- Mover carpetas o archivos
- Propiedades de las carpetas y archivos
- Buscar archivos o carpetas ocultas

Conoce la Papelera

- Restaurar archivos o carpetas
- Eliminar archivos o carpetas
- Vaciar la papelera
- Personalizar la papelera

Agregar o quitar programas

- Instalar programas
- Desinstalar programas

Reproductor de Windows Media

- Manejo del reproductor
- Agregar un archivo a una lista de reproducción
- Crear una lista de reproducción
- Comprimir y descomprimir un archivo
- El reproductor de CD
- Copiar archivos en un CD
- Copiar archivos en un Flash memory
- Copiar archivos a un Celular

Internet

- Los Navegadores (Google, Chrome, Internet explorer, Mozilla Firefox.)
- Configurar una cuenta de correo (Hotmail, yahoo, gmail, latinmail, Outlook express)
- Uso de las herramientas del correo electrónico
- Trabajar por internet (encuestas pagadas seguras)
- Vender por internet (mercado libre, mundoanuncio,etc)
- Comprar por internet
- Creación de un Blog
- Uso del traductor on line
- Enviar tarjetas virtuales animadas
- Youtube, Calameo, Yudu, slideshare
- Google maps, earth, apps.

Redes Sociales

- Crear una cuenta personal y grupal (Facebook, Twitter, Google Plus, Flickr)
- Mensajería instantánea (Messenger, Skype, Yahoo chat)

ANEXO 2: FOTOGRAFIAS DE LAS INSTALACIONES Y EQUIPOS

Gráfico 32. FACHADA DE LA INSTITUCIÓN: EXTERNA



Gráfico 33 FACHADA DE LA INSTITUCIÓN: INTERNA



Gráfico 34 LABORATORIO DE INFORMATICA A



Gráfico 35 LABORATORIO DE INFORMATICA B

