

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
EXTENSIÓN LATACUNGA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DEL COMERCIO**



**PROYECTO DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
ACADEMIA DE BAILE DE RITMOS FOLKLÓRICOS
ECUATORIANOS A FIN DE RESCATAR Y DIFUNDIR LA
CULTURA DE NUESTRO PAÍS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

AUTOR:

OSCAR FERNANDO CALVOPÍÑA OSORIO

DIRECTOR: ING OSCAR CADENA CH.

CODIRECTORA: ING. ALEJANDRA TOVAR E.

Año 2012

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el Sr OSCAR FERNANDO CALVOPIÑA OSORIO, bajo nuestra supervisión.

.....
ING. OSCAR CADENA
DIRECTOR DE TESIS

.....
ING. ALEJANDRA TOVAR
CODIRECTORA DE TESIS

.....
ING. XAVIER FABARA
DIRECTOR DE CARRERA

.....
DR. RODRIGO VACA
SECRETARIO ABOGADO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CERTIFICADO

ING. OSCAR CADENA (DIRECTOR)

ING. ALEJANDRA TOVAR (CODIRECTORA)

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE BAILE DE RITMOS FOLCLÓRICOS ECUATORIANOS A FIN DE RESCATAR Y DIFUNDIR LA CULTURA DE NUESTRO PAÍS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI**" realizado por el señor: OSCAR FERNANDO CALVOPIÑA OSORIO ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la **ESPE**, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, **SI** recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de UN empastado y UN disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat. Autorizan al señor: OSCAR FERNANDO CALVOPIÑA OSORIO que lo entreguen al ING. XAVIER FABARA, en su calidad de Director de Carrera.

Latacunga, 05 de Octubre de 2012

Ing. Oscar Cadena
DIRECTOR

Ing. Alejandra Tovar
CODIRECTORA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, OSCAR FERNANDO CALVOPIÑA OSORIO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE BAILE DE RITMOS FOLCLÓRICOS ECUATORIANOS A FIN DE RESCATAR Y DIFUNDIR LA CULTURA DE NUESTRO PAÍS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI" ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, 05 de Octubre de 2012

OSCAR FERNANDO
CALVOPIÑA OSORIO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
AUTORIZACIÓN

Yo, OSCAR FERNANDO CALVOPÍÑA OSORIO

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ACADEMIA DE BAILE DE RITMOS FOLCLÓRICOS ECUATORIANOS A FIN DE RESCATAR Y DIFUNDIR LA CULTURA DE NUESTRO PAÍS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI" cuyo contenido, ideas y criterios son de MI exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, 05 de Octubre de 2012

OSCAR FERNANDO
CALVOPÍÑA OSORIO

DEDICATORIA

Éste esfuerzo lo dedico a Dios, a toda mi familia y a ESPEL Cultural.

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mi familia, porque son quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, comprensión y educación siendo mi apoyo en todo momento, a la vez han depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba.

Por último a ESPEL Cultural por haberme dado una vocación, la oportunidad de formar parte de ella y haber sido quien inspiro la realización del tema propuesto.

Un gracias a todos ustedes, por haber hecho de mí la persona lo que ahora soy.

AGRADECIMIENTO

A la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO EXTENSIÓN LATACUNGA por darme la oportunidad de estudiar, ser un profesional y prestar mis servicios a la misma.

A mi director y codirectora de tesis, Ing. Oscar Cadena, Ing. Alejandra Tovar, quienes con sus conocimientos, experiencia, paciencia a la vez motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores que durante toda mi carrera profesional aportaron con su dedicación y experiencia para mi completa formación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo, otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación de mercado para la factibilidad de creación de una academia de baile de ritmos folklóricos ecuatorianos ha sido elaborado con el objetivo rescatar y difundir la cultura de nuestro país mediante la exposición a nivel nacional e internacional los trabajos realizados en mencionada academia, siendo una experiencia agradable para las personas que acudan a la entidad ya que se sentirán que están realizando una actividad a favor de los valores culturales de nuestro país, a la vez recorriendo y conociendo muchos lugares donde requieran una actuación. La academia ofrecerá un espacio de esparcimiento ya que la rutina dancística ayuda a disminuir el estrés, también es una invitación a socializar ya que esta actividad requiere de trabajo en equipo, coordinación y confianza en los demás y por último el baile impone de actividad física lo que ayuda a nuestra salud evitando especialmente el sedentarismo en la comunidad del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi.

En el mencionado proyecto se conocerá la importancia y justificación del proyecto ya que ayudara en dos campos importantes, en el rescate cultural y en la salud física. En cuanto al rescate cultural nos informaremos que el Ecuador es un país rico en cultura rítmica, observaremos los orígenes dancísticos y más de 40 ritmos folklóricos propios del país.

Si hablamos de salud, el baile es una actividad que gusta y ayuda a las personas ya que si es bien manejada se considerada como una terapia, aprenderemos que los primeros estudios de la bailo terapia tiene origen en Europa y ahora en día lo aplican en todas partes del mundo ya que esta actividad ayuda tanto en la parte mental como física.

Nuestra entidad al ser una alternativa nueva y que une dos campos muy importantes como salud y cultura, empresarialmente hablando muestra resultados comprometedores tanto para los clientes como para la entidad así que esperamos este proyecto se ponga en marcha y esté disponible para la comunidad entera.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE DESARROLLO.....	ii
CERTIFICACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iv
AUTORIZACIÓN.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
INDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES	1
1.1 OBJETIVOS	1
1.1.1. OBJETIVO GENERAL	1
1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	1
1.3. MARCO TEÓRICO	2
1.3.1 FOLKLORE ECUATORIANO	2
1.3.2 PRINCIPALES RITMOS ECUATORIANOS	4
1.3.3 DANZATERAPIA O TERAPIA CON UTILIZACION DEL BAILE.....	16
CAPITULO II.....	32
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	32
2.1 MACROAMBIENTE.....	32
2.1.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	32
2.1.2 ASPECTOS ECONÓMICOS	33

2.1.3. AMBIENTE POLÍTICO ECONÓMICO.....	35
2.1.4. AMBIENTE SOCIO CULTURAL.....	36
2.1.5. AMBIENTE TECNOLÓGICO.....	37
2.2 MICROAMBIENTE	38
2.2.1 COMPETENCIA	38
2.2.2 CLIENTES.....	38
2.2.3 PROVEEDORES	43
2.3 ANÁLISIS FODA.....	43
2.4 MATRIZ BCG	44
2.5 MATRIZ ANSOFF	46
2.5.1 PENETRACIÓN EN EL MERCADO.....	47
2.5.2 DESARROLLO DEL MERCADO.....	47
2.5.3 DESARROLLO DE PRODUCTOS	48
2.5.4 DIVERSIFICACIÓN	48
2.6 ESTUDIO DE MERCADO	49
2.6.2 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	54
2.6.3 PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	55
2.6.4 CUESTIONARIO	56
2.7.5 RESULTADOS ESTADÍSTICOS.....	58
2.7.6 ANÁLISIS DE MERCADO	73
2.8 DEMANDA	73
2.9 OFERTA	74
2.10 DEMANDA INSATISFECHA.....	75
2.11 MARKETING MIX.....	75
2.11.1 SERVICIO	75

2.11.2 PRECIO	76
2.11.3 PLAZA.....	77
2.11.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	78
CAPÍTULO III.....	79
ESTUDIO TÉCNICO	79
3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	79
3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO.....	79
3.2 INGENIERÍA DE PROYECTO	82
3.3 CAPACIDAD INSTALADA	83
3.3.1 MATERIALES A UTILIZAR EN EL PROYECTO.....	84
3.3.2 EQUIPOS QUE INTERVIENEN EN EL PROYECTO.....	85
3.3.3 PERSONAL REQUERIDO	85
3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO	86
3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA	86
3.5.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPIEDAD.	87
3.5.2 DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA.	87
3.6 PROCESO DEL SERVICIO.....	88
3.6.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	88
3.6.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN	88
3.6.3 PROCEDIMIENTO - MACROPROCESO: PRODUCCIÓN.....	89
3.6.4 PROCEDIMIENTO - SUBPROCESOS.....	91
3.6.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESOS	93
CAPITULO IV.....	96
DISEÑO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	96
4.1 VISIÓN.	96
4.2 MISIÓN.	96

4.3 POLÍTICAS.....	96
4.4 VALORES.....	97
4.5 CONSTITUCIÓN LEGAL.....	98
4.5.1 ASPECTOS TRIBUTARIOS.....	99
4.5.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	101
4.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	103
4.7 ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	104
4.8 DESCRIPCION DE LOS CARGOS.....	105
CAPÍTULO V.....	111
ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	111
5.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	111
5.2 DETERMINACIÓN DE GASTOS.....	113
5.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	113
5.2.2 GASTOS DE VENTAS.....	114
5.2.3 MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	114
5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	115
5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	117
5.5 FLUJO DE EFECTIVO.....	117
5.6 BALANCE PROYECTADO.....	119
5.7 VAN, TIR DEL PROYECTO.....	121
5.7.1 VAN.....	121
5.7.2 TIR.....	122
5.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	124
5.9 EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL.....	130
CAPÍTULO VI.....	131
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	131

6.1 CONCLUSIONES	131
6.2 RECOMENDACIONES	132
BIBLIOGRAFÍA	133

ÍNDICE TABLAS

CUADRO N° 2.1. POBLACIÓN POR SEXO COTOPAXI CENSO 2010	33
CUADRO N° 2.2. PRODUCTO INTERNO BRUTO	35
CUADRO N° 2.3. COMPETENCIA	40
CUADRO N° 2.4. FODA	44
CUADRO N°2.5: SEGMENTACIÓN	52
CUADRO N°2.6: CÁLCULO DE LA MUESTRA	54
CUADRO N° 2.7: CRONOGRAMA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.	55
CUADRO N° 2.8: GÉNERO	58
CUADRO N° 2.9: EDAD	59
CUADRO N° 2.10: LE ATRAE EL FOLKLOR	60
CUADRO N° 2.11: BAILA ALGUN RITMO ECUATORIANO.....	61
CUADRO N° 2.12: LE GUSTARIA CONOCER Y BAILAR.....	62
CUADRO N° 2.13: TERAPIA PARA EL CUERPO Y LA MENTE	63
CUADRO N° 2.14: CENTRO DE TERAPIA	64
CUADRO N° 2.15: ASISTE A ALGÚN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE..	65
CUADRO N° 2.16: ASISTIRA A UN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE DE RITMOS ECUATORIANOS	66
CUADRO N° 2.17: SI TIENE HIJOS LOS ENVIARÍA.....	67
CUADRO N° 2.18: SERVICIOS	68
CUADRO N° 2.19: UBICACIÓN	69
CUADRO N°2.20: PRECIO (NIÑOS)	70
CUADRO N° 2.21: PRECIO (JÓVENES, ADULTOS).....	71
CUADRO N° 2.22: HORARIO	72

CUADRO N° 2.23: DEMANDA	74
CUADRO N° 2.24: OFERTA	74
CUADRO N°2.25: DEMANDA INSATISFECHA.....	75
CUADRO N° 2.26: DEMANDA INSATISFECHA.....	77
CUADRO N° 2.27: CANAL DE DISTRIBUCIÓN	77
CUADRO N° 2.28: PUBLICIDAD	78
CUADRO N° 3.1: CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN LATACUNGA	81
CUADRO N°3.2: MUEBLES Y ENSERES - GERENCIA	84
CUADRO N° 3.3: EQUIPOS DE OFICINA - GERENCIA.....	84
CUADRO N° 3.4: EQUIPOS DE OFICINA – SECRETARÍA	84
CUADRO N° 3.5: MUEBLES Y ENSERES – SECRETARÍA.....	84
CUADRO N° 3.6: MUEBLES Y ENSERES.....	85
CUADRO N° 3.7: MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	85
CUADRO N° 3.8: PERSONAL REQUERIDO.....	86
CUADRO N° 4.1: PLAZOS PARA LA PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES	100
CUADRO N°4.2: ESTRATEGIAS DE SERVICIOS	107
CUADRO N°4.3: ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	108
CUADRO N°4.4: ESTRATEGIAS DE PLAZA	109
CUADRO N°4.5: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	110
CUADRO N° 5.1: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	112
CUADRO N° 5.2: DEPRECIACIONES	112
CUADRO N° 5.3: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	113
CUADRO N° 5.4: GASTOS DE VENTAS.....	114
CUADRO N° 5.5: MANO DE OBRA.....	115

CUADRO N° 5.6: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	115
CUADRO N° 5.7: PUNTO DE EQUILIBRIO.....	116
CUADRO N° 5.8: PROYECCIÓN DE VENTAS.....	117
CUADRO N° 5.9: FLUJO DE CAJA PROYECTADO	118
CUADRO N° 5.10: BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	120
CUADRO N° 5.11: DATOS VAN	121
CUADRO N° 5.12: DATOS PARA EL CÁLCULO TIR	122
CUADRO N° 5.13: INFORMACION VAN	123
CUADRO N° 5.14: FLUJO DE CAJA OPTIMISTA.....	124
CUADRO N° 5.15: FLUJO DE CAJA PESIMISTA	127

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 2.1 CUADRO DE INFLACIÓN ANUAL DIC 2010 – DIC 2011	34
GRÁFICO N° 2.2. CUADRO DE PIB A ENERO 2010	35
GRÁFICO N° 2.3. MATRIZ BCG	46
GRÁFICO N° 2.4. MATRIZ ANSOFF	47
GRÁFICO N°2.5: APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE ANSOFF	49
GRÁFICO N° 2.6: GÉNERO.....	58
GRÁFICO N° 2.7: EDAD.....	59
GRÁFICO N° 2.8: LE ATRAE EL FOLKLOR	60
GRÁFICO N° 2.9: BAILA ALGUN RITMO ECUATORIANO	61
GRÁFICO N° 2.10: LE GUSTARIA CONOCER Y BAILAR.....	62
GRÁFICO N° 2.11: TERAPIA PARA EL CUERPO Y LA MENTE.....	63
CUADRO N° 2.14: CENTRO DE TERAPIA	64
GRÁFICO N° 2.12: CENTRO DE TERAPIA.....	64
GRÁFICO N° 2.13: ASISTE A ALGÚN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE .	65
GRÁFICO N° 2.14: ASISTIRA A UN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE DE RITMOS ECUATORIANOS	66
GRÁFICO N° 2.15: SI TIENE HIJOS LOS ENVIARÍA	67
GRÁFICO N° 2.16: SERVICIOS	68
GRÁFICO N° 2.17: UBICACIÓN.....	69
GRÁFICO N° 2.18: PRECIO (NIÑOS).....	70
GRÁFICO N° 2.19: PRECIO (JÓVENES, ADULTOS).....	71
GRÁFICO N° 2.20: HORARIO.....	72
GRÁFICO N°. 3.1: UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	80

GRÁFICO N° 3.2: MICROLOCALIZACIÓN.....	82
GRÁFICO N°3.3 : INFRAESTRUCTURA INTERNA.....	83
GRÁFICO N°. 3.4: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	87
GRÁFICO N°4.1: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	103
GRÁFICO N°4.2: ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	104

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 OBJETIVOS

1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un proyecto de factibilidad para la creación de una academia de baile de ritmos folclóricos ecuatorianos a fin de rescatar y difundir la cultura de nuestro país en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi

1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los factores del macro y microambiente.
- Realizar un estudio de mercado para conocer las condiciones físicas, mentales, necesidades, interés y expectativas de los habitantes de Latacunga en cuanto a la propuesta del rescate del folklor ecuatoriano mediante una academia de baile.
- Establecer un estudio técnico para determinar los factores de localización y el tamaño óptimo del proyecto.
- Realizar un estudio financiero e identificar las fuentes de financiamiento necesario para la puesta en marcha del proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto a través del cálculo del VAN, TIR, COSTO BENEFICIO, Y PERIODO DE RECUPERACION.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El proyecto que se pretende desarrollar cubrirá dos campos importantes, la primera es el rescate y difusión de las costumbres y tradiciones ancestrales de nuestro país y la segunda es la terapia física de la colectividad mediante el baile.

Pues si bien es cierto en el Ecuador existen más de 40 diferentes ritmos folclóricos propios, pero muchas de las personas desconocen y peor aún no los saben bailar, entonces, la intención de este proyecto es precisamente rescatar e implantar ritmos ecuatorianos en los ciudadanos de la zona de Latacunga, mediante la expresión dancística folclórica, brindando así un servicio que a más de dar una terapia física, puede ser expuesta a los demás también como aporte con la interculturalidad de nuestro país; y es de ahí que nace la importancia del proyecto, ya que ayudará al estado físico y mental de las personas sin olvidar también que se rescatara el folklor Ecuatoriano.

1.3. MARCO TEÓRICO

1.3.1 FOLKLORE ECUATORIANO

En el Ecuador, al igual que en otros países de la América Hispana, su actual población es el resultado de la fusión del nativo habitante de estas tierras con el español conquistador, circunstancia que permite determinar en su cultura raíces prehispánicas.

El enfrentamiento de estas dos culturas, tanto en lo físico como en lo ideológico, dio inicio a un notable fenómeno sociocultural que es evidente hasta nuestros días. Dos concepciones diferentes sobre la vida y fenómenos que se operan en su mundo circundante, formas distintas de explicar el cómo y por qué de las cosas, caracterizan a este enfrentamiento. Si bien el aspecto bélico concluyó con un aparente sometimiento del aborigen por parte del conquistador ibérico, el frente ideológico no se ha cerrado hasta la actualidad. Con el paso del tiempo la cultura del actual habitante ecuatoriano dejó de ser lo que inicialmente fue, ya no es ni americano ni europeo, es el resultado y síntesis de ambas, es un mestizo indo hispánico que tiene una forma muy caracterizada de ver y explicar las cosas que le identifica de los demás.

Este poblado mestizo ecuatoriano manifiesta su mundo interior a raíz de su propia interpretación del medio que lo rodea, y se proyecta en aspectos tales como la pintura, escultura, música y la danza. Los relatos y cuentos de grandes o pequeños acontecimientos se representan en actos populares en los que los actores suelen aparecer disfrazados (enmascarados por ejemplo), produciendo reacciones diversas entre los asistentes. Es depositario de un sinnúmero de conocimientos heredados por línea social, que comprenden técnicas para transformar los materiales inertes en bellas piezas y así satisfacer las necesidades de la sociedad, como también, fórmulas médicas, en base a plantas nativas para curar todo tipo de enfermedad.

Uno de los aspectos más estudiados que tiene gran contenido cultural son los referidos al folklor social ecuatoriano. De manera preferente los relacionados con las fiestas que generalmente tienen que ver con actos populares que, a lo largo de todo el año, se celebran en diferentes localidades ligadas al santoral católico, en cuyo caso son patronales, así tenemos la Virgen del Carmen, Patrón Santiago en julio; Virgen de las Nieves, de la Asunción, del Tránsito, San Lorenzo, San Luis, San Roque y San Jacinto en agosto; Virgen del Cisne, Monserrat, María de las Mercedes y San Miguel en septiembre; Virgen Borradora y San Francisco de Asís en octubre, sin olvidar las tan esperadas celebraciones de San Pedro y San Pablo en junio, para terminar con aquellas fiestas de fecha fija pero ligadas al calendario religioso como la Navidad, Reyes, Día de difuntos, popularmente conocido como "Finados" y el Corpus Cristi.

Estas fiestas están caracterizadas por un gran colorido, la participación de innumerables personajes como los "Corazas", "Danzantes", Aricuchicos, todos ellos cumpliendo su papel con maestría y solemnidad. Complementan estas representaciones masivas los estruendosos juegos pirotécnicos con sus castillos, camaretas, voladores, buscapiés, etc.

Esta forma tan peculiar de conmemorar las celebraciones religiosas en forma no tan acorde con la ocasión, vale decir: Corpus Cristi con Danzantes o Virgen de las

Mercedes con la Mama Negra, tienen su antecedente en la actitud tomada por la iglesia católica de enseñar a los indígenas el llamado teatro edificante (auto de los reyes) en el siglo XVI, el mismo que estaba destinado a desterrar las llamadas costumbres paganas vigentes en sus fiestas, por las únicas y verdaderas, las católicas.

La iglesia de aquel entonces encontró un gran apoyo en la Bula de Paulo III (documento sellado con plomo sobre la racionalidad del indígena), para romper los patrones culturales americanos fracaso rotundamente dando margen a la aparición de manifestaciones sincréticas tan discutidas y estudiadas.¹

1.3.2 PRINCIPALES RITMOS ECUATORIANOS

1.3.2.1 SAN JUANITO RITMO NACIONAL DEL ECUADOR

Nació en San Juan de Ilumán, Otavalo. Su forma de entonación y rasgueo varía del sector en donde se lo ejecute. En las fiestas de San Juan o San Pedro de las comunidades de Mojanda, Cayambe y sus alrededores, es propio escuchar este ritmo en temple Natural, de Galindo, Guanopamba o Granada. Varios son los Sanjuaneros que nuestro Ballet los recrea coreográficamente como parte de su repertorio, de ellos podemos mencionar al Grupo Tradicional Cayambe, Centro Cultural Pucará, entre otros.

Según los musicólogos es una combinación única que denota el sentimiento del indígena ecuatoriano. Actualmente se interpreta con la mezcla de instrumentos autóctonos del Ecuador como: el rondador, pingullo, bandolín, dulzainas, se suman a estos instrumentos extranjeros como: la guitarra, quena, bombos, zampoñas, etc. incluso con instrumentos electrónicos dándole un toque de modernidad y estilización. Existen varias versiones hipotéticas sobre el origen del San Juanito, según el musicólogo *Segundo Luis Moreno*, tiene origen pre-

¹ www.dipromepg.efemerides.ec/5eess/2/37.htm

hispánico en la provincia de Imbabura, con otros autores comparten la idea de que el San Juanito surgió en lo que hoy es; San Juan de Iluman perteneciente al Cantón Otavalo, deriva su nombre a que se lo baila en las fiestas en honor a San Juan Bautista, los San Juanitos muy alegres y movidos reciben el nombre de *Saltashpa*. Para los etnomusicólogos franceses *Raúl y Margarita D'harcourt* quienes realizaron investigaciones de campo en Perú, Bolivia y Ecuador, sostienen que el San Juanito es originario de la Cultura Inca, posiblemente una derivación del Huayno Cuzqueño.

Segundo Luis Moreno, y otros autores no aceptan esta hipótesis por las siguientes razones:

- La invasión de los Incas en la zona de origen del *San Juanito* en lo que hoy es el Cantón Otavalo, donde habitaban los indígenas Caranquis e Imbayas, el sometimiento inca en esta región fue por muy poco tiempo, luego de este suceso, se produjo la invasión española, lo que no da el margen de tiempo para pensar con seguridad que los incas difundieran o establecieran su música en ese lugar.
- Según Cronistas españoles, este tipo de música era ya muy difundida en las regiones andinas desde mucho tiempo atrás de la formación del imperio inca.
- No existe en otras regiones andinas, evidencias de instrumentos autóctonos del Ecuador como el Rondador o similares, en el museo del Banco Central del Ecuador, existen reliquias muy antiguas de el rondador confeccionadas, con plumas de cóndor, instrumento básico para la interpretación del San Juanito que datan de épocas pre hispánicas.
- Como sinónimo existe en la región andina Colombiana, en los departamentos del Huila y Tolima *EL SAN JUANERO*, ritmo similar al San Juanito pero con características propias, cuyo origen no establece vinculación con la cultura inca, sino con el departamento de Nariño y del

Valle del Cauca, pertenecían antes al Ecuador, los mismos que se separaron al desmembrarse la Gran Colombia.

Bailar al son del San Juanito, es propio de los indígenas y mestizos del Ecuador. Para el indígena bailar el *San Juanito* expresa un mensaje comunitario de unidad, sentimiento, identidad y relación con la madre tierra (Pacha mama). Para el mestizo bailar *San Juanito* tiene un mensaje de algarabía e identidad nacional. En la actualidad, el baile del *San Juanito*, forma parte del repertorio en fiestas populares y reuniones sociales de todo el país, cuando está muy encendida la farra (fiesta), todos los presentes hacen gala de sus mejores pasos bailan formando círculos, trencitos (hilera de personas), etc.

Las mejores agrupaciones indígenas de Otavalo, que investigan, interpretan y difunden el *San Juanito* a nivel nacional e internacional son: *Chari Jayac* y *Ñanda Mañachi*, esta última agrupación ha sido reconocida por el Congreso Nacional del Ecuador por su brillante trayectoria musical, las dos agrupaciones han dejado muy en alto el nombre del Ecuador y han hecho famoso al *San Juanito*. El *San Juanito* tiene vigencia siendo interpretado por muchas agrupaciones juveniles que lo han modernizado y estilizado con fines comerciales.

1.3.2.2 EL ALBAZO

El albazo es un ritmo musical de la sierra ecuatoriana, también de origen mestizo, el que según Segundo Moreno "es una composición criolla en la que no han tenido la más leve intervención los indígenas" lo que hace suponer que se trate posiblemente de uno de los primeros géneros musicales mestizos.

Ritmo musical generalmente interpretada por bandas de músicos, que recorren las calles durante el Alba de ahí su nombre que deriva de *ALBORADA*. Según *Tobar Donoso*, la voz *Albazo*, es un peruanismo, fuentes del siglo XVII ya mencionan al albazo en las fiestas de San Pedro.

Jiménez de la Espada, lo hace mención en 1881, titulado "El Albacito" aclarando que "con ese yaraví despiertan los indígenas a los novios al otro día de casados"

El Domingo de Ramos en Licán (Provincia de Chimborazo) comienza con el Albazo durante el cual se beben canelas (bebida caliente de canela con aguardiente o licor) y chicha (bebida fermentada de maíz). Se oyen albazos a partir del 29 de Junio de cada año en ocasión de San Pedro en Alausí (Provincia de Chimborazo) en Cayambe y Pomasqui (Provincia de Pichincha). En Chaupicruz a las 4 de la mañana se ofrece un albazo a la priosta (Prioste es la persona que aporta económicamente para las fiestas) del día de la cruz. El Albazo, acompaña al baile de tejido de las cintas en Tisaleo (Provincia de Tungurahua).

1.3.2.3 EL CAPIHCA

Música y baile mestizo, propio de la provincia de Chimborazo, según Costales viene del verbo quichua *CAPINA* que significa exprimir. Es una tonada muy alegre y movida donde se pone a prueba la aptitud física de la pareja que lo interpreta haciendo pases y entradas con muestras de picardía y galanteos.

Piedad Herrera y Alfredo Costales, manifiestan que el *Capishca* es una tonada que cantan los vaqueros del Chimborazo con versos quichuas y castellanos, su ritmo es muy similar al albazo.

1.3.2.4 EL YUMBO

Acercarse a la música de la Amazonía es descubrir una mezcla de sonidos y ritualidades. Cada canto parece un mantra y cada danza una invocación. Ese es su sentido. En el caso del Yumbo, la danza, la vestimenta y la música hacen un todo. Generalmente el yumbo es practicado en la fiesta de la chonta llamada uwi i

jiambratei. También en la fiesta de la yuca y en la de la Tzanza (reducción de cabezas).

El *yumbo* es el personaje que interpreta este baile, el mismo que pinta su cara con varios colores, adorna su cabeza con plumas y guacamayos disecados, en su cuerpo lucen pieles de animales salvajes, cuentas con alas de cochinilla, insectos de llamativos colores, semillas, generalmente llevan en sus coreografías una lanza de chonta o de cualquier otra madera. El baile de los *yumbos* es con brincos, saltos y gritos ceremoniales.

Andrade Marín cree que los Yumbos personifican a los Yungas.

1.3.2.5 FOX INCAICO

Nombre proviene del fox trot, que significa “trote del zorro” y que es una especie de ragtime norteamericano, que data de la primera década de este siglo. Producto del influjo de las músicas extranjeras que se conjugaron con elementos musicales ecuatorianos desde la segunda década de este siglo. También aparecieron otras combinaciones, tal es el incaico, yaraví shimmy incaico. También en el Perú se puede hallar el fox incaico.

Un ritmo algo difícil de definir sus orígenes, se cree su nombre proviene del *FOX TROT* (Trote del zorro), es una especie de "ragtime" norte americano, data de la primera época de este siglo, tiene cierta similitud con jazz, sin tener nada que ver con este.

La Bocina es la melodía más representativa de este género, su autoría es atribuida al compositor Rudecindo Inga Vélez, esta canción expresa de una manera melancólica y bella el sentimiento del pueblo indígena.

Las primeras melodías que se compusieron, tienen similitud con el fox norte americano, en este ritmo se conjugan escalas y modalidades penta fónicas, tienen un tiempo lento por lo cual es más para escuchar que para bailar.

Otras combinaciones se puede mencionar al *incaico*, *yaraví*, *shimmy incaico*. Al parecer este ritmo no es patrimonio del Ecuador, ya que también lo encontramos en el Perú.

1.3.2.6 EL PASACALLE

El pasacalle ecuatoriano tiene relación directa con el pasodoble español, con la polca europea y el corrido mexicano. Surgió a principios de este siglo, pero se fue gestando desde el siglo anterior. Es un baile de mucho movimiento y callejero, de carácter social. Se lo encuentra en todo el país, en homenaje a provincias, ciudades, poblados e incluso barrios, se las considera como “segundos himnos”.

“Género de piezas musicales de carácter popular, según el Instituto Ecuatoriano de Folklore dicha composición musical está escrita en “LA” menor y transita por los tonos de “FA” mayor, Si menor y “DO” mayor, para modular y termina en “LA” menor original Su danza es una especie de zapateo vivo, que se efectúa con los brazos levantados, doblados y los puños cerrados.”².

Los pasos son hacia delante, atrás y con vueltas hacia la derecha e izquierda. Los pasacalles son interpretados por las bandas, tiene similitud con el paso doble español del cual tiene su ritmo, compás y estructura general pero conservando y resaltando la particularidad nacional.

El Chulla Quiteño es la melodía más representativa de este género, compuesto por el Sr. Alfredo Carpio, al parecer su nombre se origina por su movimiento elegante

² MORENO, Segundo Luis; “Música y danza autóctonas del Ecuador”; Biblioteca de la Fundación Cultural "Ballet Andino Ecuador"

con pasos firmes cuando se lo baila en las calles por eso es utilizado mucho por agrupaciones que hacen coreografías en las calles o desfiles. Casi todas las ciudades del Ecuador tienen un pasacalle escrito en su nombre los más famosos son: *Ambato tierra de flores, Ambateñita Primorosa, El Chulla Quiteño, Chola Cuencana, Soy del Carchi, etc.*

1.3.2.7 EL ALZA

Género musical de danza con texto. Es posible que haya surgido en el siglo XVIII, alcanzando gran popularidad en casi todo el siglo XIX, se la conocía en el litoral y en el altiplano. Era una danza cantada. La música del alza se hallaba en tonalidad mayor, y solo el estribillo modulaba a tonalidad menor. Se interpretaba con el acompañamiento de la guitarra o el arpa.

Llamado también *Alza, alza que te han visto*, en 1865, *Hassaurek* dedica unas líneas a un baile "lento y monótono", alcanza gran popularidad en el siglo XIX, la primera partitura que se conoce de este ritmo data de 1.865, pertenece al compositor *Juan Agustín Guerrero*, quien registro la melodía en la ciudad de Guayaquil.

El *Alza que te han visto*, pertenece al género de bailes sueltos y alegres, en este baile la pareja con pañuelos o sin ellos, hacen entradas y atenciones que gustan a los bailarines y espectadores.

Mera afirma en 1982 que el alza era el nombre de una tocata y danza muy alegre y "tan popular como el costillar" *Segundo Luis Moreno*, explica su estructura y su baile de esta manera "El baile tiene forma especial típica, algo exótica y suelto como todas las danzas criollas" también indica que esta era una danza cantada que no tenía versos propios, pues cada cantor usaba los que más le parecían, haciendo menciones o alusiones a la condición física, moral o social de la pareja que lo

interpretaba. *El Alza*, se interpreta con arpa y guitarra, en la actualidad se lo baila en las fiestas de la Virgen del Cisne (Provincia de Loja).

1.3.2.8 EL DANZANTE

El baile del Danzante proviene de Anta Citua y Cápac Citua de los Incas, el primero se lo realizaba en Julio y el segundo en Agosto, ambos eran la expresión de juegos, figuras militares, manifestaciones solemnes, poderosas y brillantes de los mismos guerreros, con sus armas durante el baile. Hay que hacer una diferenciación clara al hablar de este ritmo que también acoge a los personajes que lo bailan.

El Danzante es un personaje ataviado con trajes elegantísimos y de mucho valor, de los que cuelgan cantidades de monedas de plata y adornos costosos, en su cabeza luce un adorno que simula un altar gobernado con penachos de vistosas plumas, es un verdadero honor ser danzante ya que se goza de ciertos privilegios dentro de la comunidad, aparte del respeto ganado este puede ingresar a las casas sin ser invitado, sentarse a la mesa comer los platillos preparados para la fiesta y partir sin dar las gracias.

El compromiso y honor de ser danzante empeora el estado económico del indígena hasta el punto de volverse esclavo de sus deudas, por cuanto se ve obligado a gastar sus ahorros de todo el año para representar a este personaje tiene similar responsabilidad económica que los sacerdotes en las festividades.

Para *Cevallos*, el baile de los danzantes deriva probablemente del antiguo baile *cápacitua* o baile "de los militares" que los incas solían representar en el mes de Agosto. El ritmo *danzante* se interpreta con un tamborcillo y un pingullo, según el Instituto Ecuatoriano del Folklore el danzante es un aire en compases de 6/8 cuya melodía va acompañada de acentos rítmicos por medio de acordes tonales y

golpes de percusión en el 1er y 3er tercios de cada tiempo. Por lo general consta de dos partes, cada una de las cuales está construida con los clásicos 16 compases, divididos en dos periodos de 8 con dos frases de 4 cada uno.

Su interpretación coreográfica es un "semi-zapateado" con pasos hacia adelante, hacia atrás, hacia los lados y en círculo ya sea a la izquierda o la derecha. Generalmente las parejas de baile se forman entre hombres o entre varón y mujer.

1.3.2.9 EL PASILLO

El pasillo es un género musical folclórico de Colombia, extendido en países vecinos como Ecuador y Panamá, y que se cultiva también en Venezuela, Centroamérica y Perú. Es un símbolo musical del mestizaje hispanoamericano.

Ritmo melancólico que expresa hermosos versos dedicados a la mujer, al ser amado, algún sentimiento o recuerdos gratos, es un ritmo muy escuchado en bares, acompaña a los libadores en sus momentos de melancolía cuando quieren mitigar con alcohol sus recuerdos, por este motivo el pueblo lo llama cariñosamente *música líquida*. Se cree que es una adaptación del valse europeo, su nombre se puede traducir como "baile de pasos cortos", al parecer surgió en el siglo pasado en los territorios que comprendían La Gran Colombia.

En Ecuador se pueden diferenciar el *pasillo costeño*, *el pasillo lojano*, *el pasillo cuencano* y *otro quiteño*, con pocas diferencias, todos con esencia muy sentimentalista. En la actualidad solo permanece el pasillo de movimiento lento y tonalidad menor.

Julio Jaramillo Laurido, fue uno de los máximos exponentes del pasillo ecuatoriano, recorrió muchos países interpretándolo, entre sus temas más famosos, tenemos: *Fatalidad*, *Nuestro juramento*, *Guayaquil de mis amores*, *Sombras*, etc.

1.3.2.10 LA TONADA

Ritmo musical muy alegre, interpretado con banda, típico en todas las festividades de los pueblos indígenas y mestizos.

Gerardo Guevara Viteri, opina que la tonada es una variedad de danzante desarrollado por los mestizos. Su base rítmica se parece mucho a la tonada Chilena escrita en tonalidad mayor, la tonada del Ecuador es escrita en tonalidad menor. Al parecer la guitarra tiene mucho que ver con el apareamiento de la tonada, su nombre posiblemente deriva de la palabra *tono*.

1.3.2.11 EL YARAVÍ

El yaraví se lo utiliza como un canto ritual de despedida o fúnebre, y se acompañaba con la quena o flauta de hueso. El yaraví a comienzos del siglo XIX, se hace más romántico, ligado a las nostalgias del amor distante o perdido.

Melodía propia de la geografía andina, interpretada con pingullo o quena por que emiten sonidos agudos, hermosos y melancólicos.

Para *M. Cuneo* y *D'Harcourt* yaraví se compone de *aya-arui-hui*, de donde “*aya*” significa difunto y “*aru*” significa hablar, por lo tanto *yaraví* significa el canto que habla de los muertos.

D'Harcourt dice que el yaraví es una deformación española del vocablo quichua *harawi* en cual significaba en los tiempos incásicos cualquier aire o recitación cantada.

Los yaravíes se interpretan en funerales como despedida al difunto, su letra y música muy melancólica arranca lagrimas a los asistentes.

1.3.2.12 RITMOS AFRO ECUATORIANOS

La Marimba es un instrumento característico de la provincia de Esmeraldas, *Stevenson* lo vio allí en 1808 describiéndola así "La marimba se construye amarrando por sus extremos dos piezas anchas de caña (caña guadua - variedad de bambú), cada una de 6 a 10 pies de largo; varios trozos de caña hueca penden de ellos, de 2 pies de longitud y 5 pulgadas de diámetro a 4 pulgadas de longitud y 2 de diámetro, semejando un enorme órgano de tubos; al través de la parte superior de dichas cañas se colocan pedazos de chonta delgada (madera resistente extraída de una variedad de palmera), los mismos que descansan sobre el marco sin tocar los tubos, y están sujetos ligeramente con hilo de algodón; al instrumento se lo cuelga del tejado de una casa y lo tocan por lo común dos hombres que se colocan a los costados opuestos, provistos de palillos con puntas de caucho, que usan para golpear las referidas piezas de chonta, produciendo diversos tonos según el tamaño del tubo colgante sobre el que esta la tablilla de chonta"

La marimba no es propia de los negros esmeraldeños sino también de sus vecinos cayapas cada quien la ejecuta a su modo y gusto, el ritmo de la marimba es muy alegre al son de sus notas bailan los negros con saltos y movimientos de caderas que embriagan los sentidos, al mismo tiempo cantan amorfinos (versos burlescos que hace el hombre a la mujer y viceversa).

D'Harcourt compara estudios de la marimba en Guatemala, Nicaragua y México, afirmando que este instrumento se aclimato tanto en estos países que algunos autores como *A. Morelet* la creyeron indígena, pero nadie tiene dudas sobre su origen africano, conocido con su mismo nombre -marimba- se sabe que es un instrumento angolano, importado en el siglo XVI.

1.3.2.13 LA BOMBA

Expresión musical más tradicional y característica de los afro-choteños, es interpretada normalmente por un trío o un cuarteto: una bomba, dos guitarras y, en ocasiones, maracas.

La bomba es el nombre de un género musical y del instrumento que le caracteriza, un pequeño tambor con dos membranas, de las cuales se toca la superior y más grande. Está construido por madera de balsa o del tallo de la cabuya, y se toca con las manos.

Ritmo afro-ecuatoriano típico del Valle del Chota (Provincia de Imbabura), donde se encuentra un asentamiento negro, que tiene sus propias características y costumbres.

Este es un baile alegre que se baila al son de un tambor o barril que en uno de sus lados se ha templado una piel, este género musical cantado y bailado ameniza las fiestas de este rincón hermoso de nuestra patria donde sus habitantes bailan sin cansar con una botella de licor sobre su cabeza.

Entre las bombas más conocidas tenemos: La Bomba de la Soltería, María Chunchuna, Chalguayacu y la más famosa "La Carpuela"

Ulises de la Cruz, Iván Hurtado, Agustín Delgado, Edison Méndez, Geovanny Ibarra Raúl Guerrón, etc. famosos futbolistas del Ecuador festejan sus triunfos al son de la bomba, llevan su ritmo en la sangre ya que nacieron en el pintoresco Valle, corazón de la bomba ecuatoriana.

1.3.2.14 OTROS RITMOS CONTEMPORANEOS.

“Con el avance de la modernidad, la suma de instrumentos electrónicos y otros instrumentos de diverso origen, los ritmos anteriormente mencionados han sido modificados con fines netamente comerciales, estos han tenido mucha aceptación en la población, especialmente de las áreas rurales y estratos sociales medios y bajos, desatando un boom de seguidores a estos nuevos ritmos alegres, pegajosos y bailables que llenan estadios y coliseos.

Estos ritmos son una fusión de la música folclórica ecuatoriana con ritmos extranjeros como el rap, techno, raggae, cumbia, etc. dando origen a lo que hoy llamamos: *Techno Folklor, Andi Cumbias, Salsa Ecuatoriana, etc.*

Como máximos exponentes de estos nuevos ritmos tenemos a: Ángel Huaraca, Widinson, Jaime Enrique Aymara, Byron Caicedo, Gerardo Moran, María de los Ángeles, etc.”³

1.3.3 DANZATERAPIA O TERAPIA CON UTILIZACION DEL BAILE

1.3.3.1 DESCRIPCION

Entendemos la Danzaterapia como método de trabajo corporal que, a través de la danza, tiene como finalidad lograr cambios en las personas estimulando las potencialidades que todos tenemos, a través de un proceso terapéutico y creativo que logra su bienestar físico, psíquico, afectivo y social.

Es una danza que trabaja no sólo la parte visible del cuerpo sino también su parte sensible. Esto nos ayuda a ampliar nuestro movimiento y capacidades de:

³<http://sandyjacome.galeon.com/>

expresión, comunicación y creatividad y a tener un mayor conocimiento de nosotros mismos.

La Danzaterapia es un método psicoterapéutico que surgió en los Estados Unidos en la década del 40. Marian Chace, Trudi Schoop, Lilian Espenak y Mary Whitehouse son las fundadoras de las distintas modalidades de la danza como terapia. Según la danzaterapia, mente, cuerpo y alma forman una unidad psicofísica e interactúan constantemente unas con otras. El movimiento y la postura influyen en el pensamiento y los sentimientos. La meta esencial de la danzaterapia es permitir la unión entre mente, cuerpo y alma.

La Academia Americana de Danza Movimiento Terapia (ADTA) define a la danzaterapia como “el uso psicoterapéutico del movimiento como proceso que tiene como meta integrar al individuo de manera física y emocional”. Según las indicaciones dadas por un terapeuta, la danzaterapia incrementa el nivel de percepción personal y del cuerpo, permite realizar amplios movimientos e incentiva al individuo a expresarse de manera auténtica a través de la integración del inconsciente. La danzaterapia se entiende como el uso psicoterapéutico de la danza y el movimiento para lograr la integración de los procesos cognitivos, corporales y emocionales del hombre. El fundamento de la danzaterapia toma en cuenta las influencias de la Psicología Profunda y la Psicología Humanística.

1.3.3.2 HISTORIA DE LA DANZATERAPIA

La danzaterapia surge espontáneamente como una práctica realizada por docentes de danza contemporánea con orientación expresionista en ámbitos relacionados con la salud mental, tanto en el ámbito hospitalario como clínica privada. El uso de la danza como un instrumento terapéutico y catártico es tal vez tan antiguo como la danza misma. En muchas sociedades primitivas la danza es tan esencial como alimentarse o dormir. Provee a los individuos la posibilidad de expresarse, comunicar sentimientos y contactarse con la naturaleza. La danza como parte de

un ritual acompaña frecuentemente los cambios de la vida, sirviendo de este modo a la integración personal así como también la del individuo a la sociedad

La danzaterapia nació en los años 20 en Alemania. Rudolf von Laban (1879-1958) fue uno de sus participantes. La bailarina alemana Mary Wigman (Karoline Sofie Marie Wiegman 1886-1973) fue una alumna de Laban. Ella, en su libro “El lenguaje de la danza”, describe la danza moderna y su experiencia como bailarina. Asimismo, da un gran impulso para la evolución de la danzaterapia. Otras alumnas de Rudolf von Laban y Mary Wigman fueron Irmgard Batenieff, Franziska Boas, Liljan Espenak y Mary Whitehouse. Como emigrantes en los Estados Unidos continuaron con los conceptos teóricos y prácticos aprendidos de sus maestros desarrollando nuevos. A través de su trabajo con personas con necesidades especiales y trastornos mentales fueron descubriendo nuevas posibilidades terapéuticas que ofrecía la danza.

Las bailarinas profesionales Trudi Schoop y Marian Chace también contribuyeron con eso. Alrededor de los años 50 probaron los efectos positivos de la danza en personas que padecían trastornos mentales de mayor intensidad. Actualmente se conoce a Franziska Boas, Marina Chace, Liljan Espenak, Mary Whitehouse y Trudi Schoop como las “Madres de la Danzaterapia”. Todas ellas crecieron en la época de la danza moderna y para ese entonces ya tenían mucha experiencia con la danza como medio de expresión artístico. Gracias a las experiencias vividas en sus estudios de danza y al contacto con terapeutas de la psicología profunda, se redescubrió la danzaterapia. Sin embargo, ninguna de ellas era psicóloga, psicoterapeuta o enfermera.

1.3.3.3 LAS PIONERAS DE LA DANZATERAPIA

En 1941, Franziska Boas, junto con una Especialista en Psiquiatría Infantil, empezó a trabajar mediante la danza en una clínica con niños de 12 años que padecían trastornos psíquicos.

Liljan Espenak (1905-1988), tras haber concluido sus estudios sobre la psicología individual de Alfred Adler con Mary Wigman, se preparó en el Instituto Adler. Intentó que cada uno de sus pacientes y alumnos encontrara la libertad en el movimiento con la coordinación aprendida del cuerpo e improvisaciones rítmicas, logrando cambios en su estilo de vida. Liljan Espenak realizó lo mismo con cada uno de sus pacientes como preparación antes de empezar la terapia en grupo. En esta terapia se realizaban juegos de roles que deberían ayudar a los pacientes para aprender y manejar distintas situaciones. Además, se realizaban ejercicios de estiramiento y fortalecimiento que permitían realizar movimientos de la manera más expresiva posible. Liljan Espenak utilizó la música para resaltar o liberar emociones. El primer grupo de pacientes de Espenak lo conformaron niños con necesidades especiales, más adelante, también trabajó con personas con trastornos neuróticos y psicosomáticos en terapias de grupo o individuales.

Mary Whitehouse (1886-1973) se inició en la danzaterapia por su formación en la danza en Europa y Estados Unidos, y también por su contacto con la Psicología Profunda de C.G. Jung. Ella diseñó el método junguiano en danzaterapia, el cual es muy conocido hoy en día en los Estados Unidos. Trudi Schoop (1903-1999) fue una gran bailarina profesional quien, a inicios de la Segunda Guerra Mundial, emigró de Suiza a California. Ahí empezó a desarrollar su danzaterapia para personas con trastornos psicóticos crónicos.

Marian Chace (1896-1970) ha sido la pionera más conocida e influyente de la danzaterapia. Sin embargo, nunca se consideró una Psicoterapeuta, mas su trabajo con los pacientes hizo que se acercara más al psicoanálisis. Para Marian Chace fue muy importante que sus pacientes aprendieran a saber expresar sus sentimientos para poder relacionarlos mejor. Asimismo, logró que capturen y reflejen cada movimiento para que así sea más sencillo darse cuenta de sus problemas. En la actualidad, el capturar y reflejar cada movimiento es uno de los principales métodos de la danzaterapia. Marian Chace piensa que la formación de los

terapeutas en varios tipos de danza es importante, pero tienen que ser consolidados con estudios académicos.

Gracias a ella se fundó en el año 1965-66 la Academia Americana de Danza Movimiento Terapia (ADTA). Después de la primera generación de las “Madres de la Danzaterapia”, le sigue la segunda llamada las “Hijas”, mismas que fueron mujeres con estudios de danza y también con experiencia teatral. Ellas se basaron en los conceptos psicoterapéuticos orientados a la teoría de la danzaterapia y, tras realizar su formación en la danza, continuaron con la formación en Psicoterapia.

Los aportes de Erma Dosamantes-Alperson, Penny Lewis-Bernstein y Elaine von Siegel fueron fundamentales para el trabajo de esta generación.

1.3.4 LA DANZATERAPIA EN LA ACTUALIDAD

“La danza moderna reemplazó el desvanecido contenido de la danza clásica occidental con ciertas nociones claves: espontaneidad, autenticidad de la expresión del individuo, conciencia del cuerpo, transitando un completo rango de emociones y relaciones. Las grandes pioneras representan como temas el conflicto humano, la desesperación, la frustración, la crisis social. Con frecuencia la coreografía de la danza moderna cristaliza una vieja forma del ritual. Esa clave innovadora lleva directamente a la esencia de la danzaterapia (Bertenieff, 1975)

Los principios de las pioneras de la danzaterapia fueron en su mayoría retomados y desarrollados constantemente por sus alumnas. Es por ello que en la actualidad existen distintas teorías sobre la danzaterapia.

1.3.4.1 TEORÍA

La danzaterapia nace de la danza en su forma más simple: de los movimientos naturales y espontáneos del ser humano. Es una técnica corporal que interrelaciona arte (danza) y ciencia (psicología) para la atención de problemas de salud y de aprendizaje en un proceso de integración psicofísica.

La expresión de la interioridad de las personas a través de la danza – movimiento permite el surgimiento y el posterior desarrollo de creatividad, expresión, sensibilidad favoreciendo la aceptación de uno mismo y de los demás. A través del trabajo individual y/o grupal se potencia la construcción de una persona corporalmente más segura.

El término Danza es sumamente amplio, ya que incluye multiplicidad de actividades que van desde ciertas prácticas naturales o instintivas de algunos animales hasta las más elaboradas creaciones artísticas.

La danzaterapia utiliza la danza y el movimiento de manera psicoterapéutica para alcanzar la integración de procesos corporales, emocionales y cognitivos. También funciona como un medio para el desarrollo de la personalidad. Por un lado, es una terapia artística, y por el otro, una psicoterapia corporal que se centra especialmente en lo que el movimiento representa. En los años 80 se estableció como un método de sanidad que también incluía conocimientos psicológicos e investigación psicoterapéutica (Por ejemplo, psicotraumatología, investigación de comunicación no verbal, investigación creativa y psicoterapia corporal. Desde la década del 90 se han realizado más estudios que se basan en ello, Koch & Bräuniger, 2006).

La danzaterapia tiene como finalidad integrar las experiencias previas al idioma y memoria corporal, estimular la percepción corporal, desarrollar una imagen corporal real, estimular el movimiento personal y el auténtico, desarrollar la

percepción personal y hacia los demás, analizar las emociones vividas, lidiar con los conflictos intra e interpsíquicos, adquirir nuevas maneras para establecer vínculos y manejar situaciones, aprender a expresarse y reflexionar sobre el movimiento, ser consciente e integrar lo vivido.

Existen distintas formas para realizar terapias individuales o grupales para todas las edades. Los modos de expresión, adaptación y comunicación pueden observarse a través de la contracción muscular, la respiración, el ritmo, las formas, la postura y dinámica de movimiento, y se pueden influenciar a través de la danzaterapia. (Informe de la Asociación de Danzaterapeutas de Alemania BTB, Koch & Bräuniger, 04/2008).

1.3.4.2 ÁREAS EN LAS QUE AYUDA LA DANZATERAPIA

Las áreas que la danzaterapia ayuda a combatir son: Trastornos de la alimentación, anorexia bulimia obesidad, aportes específicos desde la DMT, psicología de la discapacidad, perspectiva histórica y social de la discapacidad, discapacidad mental como desarrollo cognitivo y sensorio-motor, características físicas, lenguaje. Discapacidad física: secuelas neurológicas, miopáticas y ortopédicas. Discapacidad auditiva y visual: causas. Observables clínicos en el niño sordo. Trastornos narcisistas en el niño discapacitado sensorial. Psicopatología. Neurosis, psicosis, borderline, corazas corporales.

Psiquiatría, clínicas, instituciones psicosomáticas, psicoterapia, instituciones de pedagogía especial, consultorios ambulatorios de danzaterapia (Como la HPG, que trata a pacientes con trastornos neuróticos y psicosomáticos), oncología, neurología, rehabilitación, instituciones para la lucha contra las adicciones, intervención en crisis a pacientes que han sufrido grandes cambios físicos (por ejemplo, tras accidentes, cáncer, etc.), terapias preventivas, de pareja y de familia, consejería, etc.

1.3.4.3 DIAGNÓSTICO

En Danzaterapia se utiliza la danza y el movimiento con fines terapéuticos para alcanzar la integración de procesos corporales, emocionales y cognitivos. El cuerpo y los movimientos son los medios para permitir el desarrollo de la personalidad. Por un lado, es una terapia artística, y por el otro, una psicoterapia corporal que se centra especialmente en lo que el movimiento representa.

Analizando el movimiento, la postura corporal, los gestos, la mímica, el ritmo, la velocidad, la relación con el espacio y la forma de respiración, el terapeuta intenta conocer un poco más sobre los problemas que presenta el paciente. Para conocer aún más sobre este campo, los terapeutas trabajan con exámenes especiales para saber sobre cada uno de estos aspectos encontrados especialmente al iniciar la terapia.

1.3.4.4 LOS MÉTODOS DE LA DANZATERAPIA

La Danzaterapia se desarrolló teniendo en cuenta diferentes métodos:

- El Método Laban de Análisis Corporal (LMA).
- El Movement Psychodiagnostic Inventory (MPI).
- El Perfil de Movimiento de Kestenberg.

Pero la Danzaterapia se basa sobre todo sobre 4 ejes: la técnica de danza, la imitación, la improvisación y la creación. Éstas se relacionan unas con otras y se complementan, pues a través del trabajo realizado con la técnica de danza se aprende una serie de movimientos conocidos y necesarios para la improvisación. Durante la creación se unen elementos procedentes de las áreas antes mencionadas.

En Danzaterapia se da espacio a la creación a través de propio cuerpo para expresar lo que con palabras muchas veces no se consigue decir.

Los métodos más conocidos de la danzaterapia son el Método Laban de Análisis Corporal (LMA), el Movement Psychodiagnostic Inventory (MPI) y el Perfil de Movimiento de Kestenberg. Éstos también se emplean para realizar análisis y diagnósticos, así como para intervenciones y evaluaciones terapéuticas. Los cuatro métodos principales de la danzaterapia son la técnica de danza, la imitación, la improvisación y la creación. Éstas se relacionan unas con otras y se complementan, pues a través del trabajo realizado con la técnica de danza se aprende una serie de movimientos conocidos y necesarios para la improvisación. Durante la creación se unen elementos procedentes de las áreas antes mencionadas.

1.3.4.5 LA TÉCNICA DE DANZA

“Para asistir a sesiones de Danzaterapia no hace falta ser bailarines. Es cierto que muchas veces el miedo a no realizar movimientos agradables a la vista, puede generar bloqueos a la hora de bailar. Es por esto que siguiendo las pautas de técnica de danza se puede brindar mayor seguridad a la persona. A través de la técnica de danza, no se pretende enseñar movimientos y pautas para aprender a bailar, sino que poder expresar a través de los movimientos nuestro mundo interior, percibir mejor los sentimientos corporales, ampliar el repertorio de movimientos y prestarle más atención a la fusión entre un estado de ánimo y el movimiento. La elección del estilo de baile dependerá del estado de ánimo y la situación general del usuario, ya que los distintos estilos de baile crean diferentes estados de ánimo.

En la danzaterapia no solamente se representan estilos de danza definidos, como normalmente se cree. Los movimientos simples como los gestos, pequeños juegos

de movimiento y giros sencillos, también pertenecen a la danzaterapia, así como la recreación oral de lo vivido.

Los ejemplos de movimiento preestablecidos ayudan a superar la timidez. Al bailar, muchos temen no poder realizar el movimiento adecuado y agradable a la vista. En esta situación, la técnica de danza puede brindar mayor seguridad a la persona. La técnica de danza tiene como finalidad reproducir los movimientos incorporando nuestro mundo interior, percibir mejor los sentimientos corporales, ampliar el repertorio de movimientos y prestarle más atención a la fusión entre un estado de ánimo y el movimiento. La elección del estilo de baile dependerá del estado de ánimo y la situación general del paciente, ya que los distintos estilos de baile crean diferentes estados de ánimo.

a) La Imitación

El imitar puede ser un eficaz instrumento a la hora de reconocer propios sentimientos los de los demás. En principio puede ser bastante hinibidor expresar abiertamente lo que pasa dentro de Uno, mayor aún cuando la confrontación con otras personas. Es por esto que imitar movimientos ajenos puede ser un buen medio para aceptar el mundo del Otro y lo de Uno mismo.

La imitación comporta una concentración tanto a nivel físico que psicológico. Es por esto que el terapeuta, en el momento que percibe que el paciente no puede o no sabe cómo expresar un sentimiento difícil, recurre a la imitación para generar el cambio.

El imitar los movimientos de otras personas permite crear los de uno mismo y con ello, desarrollar la personalidad. En un principio resulta un tanto extraña la idea de acercarse a uno mismo manifestando los sentimientos, estados de ánimo e imitando a otra persona, sin embargo al imitar a otros y comparándonos con ellos, o tal vez al rechazar o contraponiéndonos a otra persona recibimos información y

alguna respuesta sobre nosotros mismos. Por ello, muchas veces puede ser terapéuticamente importante exigirle al paciente imitar movimientos específicos. Además, con la imitación, es muy importante que no sólo se esté concentrado físicamente, sino también psicológicamente. En algunos casos, si la terapeuta percibe que el paciente tiene un determinado sentimiento difícil de expresar o no sabe cómo expresarlo, entonces ella puede recurrir a la imitación. La terapeuta puede enseñarle al paciente un movimiento que concuerde con el sentimiento que quiere interpretar y con ello ayudarlo a expresarse.

b) La Improvisación

La ayuda que brinda la improvisación es la posibilidad de dejarse llevar por lo imprevisto, por lo no planificado y sentirse totalmente libre a la hora de expresarse. A través de la improvisación no se siguen pautas o reglas, sino que permite al paciente dejarse llevar por los impulsos, por las emociones que inducen al movimiento. En esta etapa no hay nada planeado, por lo tanto se percibe como poder utilizar libremente el cuerpo en el espacio, el tiempo. Dejarse llevar por la fuerza de la música y el ritmo. La improvisación permite bailar por el gusto de bailar, utilizando el movimiento y el gesto para comunicarse con uno mismo y con los demás. Lo que se pretende enseñar a través de la improvisación es dejar de un lado todos los comportamientos planeados, las obligaciones y límites que muchas veces nos imponemos nosotros mismos. Sin embargo, es justamente en este momento que el paciente pueda sentirse completamente “libre”.

A través de la improvisación se puede lograr desconectarse del intelecto para expresarse a través de las emociones y sentimientos, cuando más tiempo se consigue estar “desconectado de la mente” más fácil será “conectarse con el corazón”. Como en la improvisación se trabaja con el subconsciente, se deberá tener particular cuidado con aquellos pacientes que sufren de algún trastorno psicótico.

Una característica de la improvisación es el dejarse llevar por lo imprevisto o no planificado. A través de ésta uno se deja llevar por los impulsos, realiza lo que uno desea y lo representa con el movimiento.

En la improvisación no existen movimientos planeados, pues con ésta uno decide cómo utilizar el cuerpo, el espacio, el tiempo, la fuerza y el ritmo. Con la improvisación no se realiza algún movimiento para lograr un estado definido, la persona que danza puede expresar sus sentimientos, vivencias e ideas a través del movimiento.

Por lo general, el empezar con la improvisación en la terapia es difícil y causa temor al paciente, pues éste siente de repente que la libertad está en sus manos y por ello se mueve de manera insegura y no sabe qué tiene que hacer. Al improvisar se eliminan todos los comportamientos planeados, obligaciones y límites, sin embargo el paciente no se siente en ese momento “libre”. Esto permite que uno mismo reaccione, es decir, que nos demos cuenta de las restricciones y limitaciones que nos ponemos a diario.

Otra dificultad de la improvisación es el lograr desconectarse de sí mismo, es decir, desconectarse también del intelecto. Sólo realizando esto se consigue entrar en el subconsciente, lo cual es necesario para despertar los sentimientos, acontecimientos, recuerdos y movimientos emotivos que han sido olvidados, suprimidos o desplazados, para luego poder “personificarlos”.

Mientras se permanezca más tiempo desconectado, más rápido se podrá recordar lo olvidado y oculto. Algunas veces este hecho despierta sentimientos y movimientos que terminan en una catarsis. Durante la improvisación, el trabajo con el subconsciente es conveniente para pacientes que, por lo general, son funcionales, pero que aún así son invadidos por sentimientos del vacío y del absurdo. Con los pacientes que sufren de algún trastorno psicótico no se trabaja

con el subconsciente, sino con un mundo externo y real para crear una estructura clara de uno mismo.

c) La Creación

La danzaterapia es una disciplina que se basa en los movimientos naturales y espontáneos del cuerpo, y tiene como objetivo mejorar el estado psicofísico de la persona. Cada vez son más los terapeutas que recurren a esta práctica para solucionar problemas de salud o de aprendizaje.

Los movimientos del cuerpo son nuestra forma primordial de expresión, antes del lenguaje verbal, y la danzaterapia favorece la expresión de los sentimientos y pensamientos de las personas, para luego permitir el desarrollo de la creatividad y la sensibilidad. Así favorecemos la aceptación de uno mismo y de los demás, y la creación de una identidad fuerte y estable.

La creación se entiende como la combinación entre la técnica de danza y la improvisación. Con la técnica de danza se intenta representar un movimiento preciso para encontrar un sentimiento adecuado, mientras que con la improvisación, se intenta representar un sentimiento o un estado de ánimo a través de impulsos y movimientos improvisados. Con la creación se debería encontrar un equilibrio entre ambos extremos.

Aquí se combina lo aprendido durante la técnica de danza y la improvisación, es decir, aprender a controlar los propios movimientos y expresar los propios sentimientos.

Durante la creación, el paciente expresa sentimientos, estados de ánimo y emociones con movimientos controlados que van al ritmo de un estilo de música adecuado. El paciente tiene la libertad de elegir qué sentimiento desea representar. Él escoge, controla y cambia. De esta manera se genera un distanciamiento

necesario para el paciente pues no siente que su mundo interior se encuentre desorientado ni que pueda perderse en él, como ocurre con la improvisación. Con la creación tiene la posibilidad de expresarse en todo momento a través de la danza.”⁴

1.3.4.6 LA TERAPIA DE BAILE EN NIÑOS

“La terapia basada en el baile puede ser una alternativa útil en el abordaje del tratamiento de niños y adolescentes con problemas psiquiátricos aplicable cuando los métodos tradicionales fallan o son insuficientes. Erna Grönlund, de la Escuela Universitaria de Danza de Estocolmo y una de las autoras del estudio señaló que los niños con hiperactividad se tranquilizaban. Sus padres y profesores contaron que hacían sus deberes mejor y permanecían más calmados. Antes sólo podían permanecer sentados en clase durante diez minutos, pero después de la terapia de baile atendían durante toda una lección. Además, jugaban con otros niños sin problemas.

Así lo ha demostrado una investigación de la Universidad Karlstad y de la Escuela Universitaria de Danza de Estocolmo, en Suecia, que se publica en la revista “The American Journal of Dance Therapy”.

La investigación ha estudiado a niños de entre 5 y 7 años con hiperactividad, y a niñas de entre 13 y 17 con depresión y tendencias autodestructivas. Las adolescentes autodestructivas y depresivas mostraron también una leve mejoría.”⁵

1.3.4.7 LA TERAPIA DE BAILE EN ADULTOS

Muchas personas mayores practican esta actividad, como forma de volver a sentir algunas sensaciones olvidadas o que simplemente nunca habían experimentado. La mente se relaja y el cuerpo olvida sus enfermedades y preocupaciones.

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Danzaterapia>

⁵ <http://www.psiquiatria.com/noticias/hiperactividad/27231/>

Al bailar, nos relajamos y la actitud corporal mejora. Se conocen nuevas formas de movimiento, y uno puede relacionarse con otras personas en un clima de fiesta, diversión y alegría. La persona mayor disfruta del momento por ser único, el ambiente agudiza sus sentidos más profundos y aliviana las preocupaciones momentáneamente.

1.3.4.8 EL ÁNIMO Y EL BAILE

“El ánimo mejora incluso la relación personal y la forma de convivir consigo mismo. Aumenta el incentivo para la creatividad, ayuda a tomar decisiones, a ser más espontáneos, más autónomos y a alejarse de la depresión, frustración y soledad. Tomar clases de baile alimenta el interés por iniciar un nuevo camino de aprendizaje. De tener nuevos incentivos, nuevos intereses, de aprender a comunicarse de otra forma, a estudiar como en épocas pasadas, de volver a creer en uno mismo y ponerse a prueba, de volver a conocerse.

También es una forma de emplear el cuerpo como medio de expresión que involucra necesariamente la relación con otras personas. Riéndose, jugando, empleando los sentidos.

1.3.4.9 LA RELAJACIÓN

Las personas mayores que practican esta actividad, consiguen relajarse y recuperar la alegría perdida y tener una regularidad que le permite olvidar las consecuencias del envejecimiento y sentirse joven nuevamente.

También es una excusa para combatir la quietud y dejar de lado ciertos problemas emocionales. Bailar es conocerse a uno mismo y a otros, es proteger su salud y prevenir la enfermedad, teniendo en cuenta los beneficios físicos que provee. No debe olvidarse tampoco, que muchas personas mayores tienen verdadera pasión por el baile, y que una gran mayoría de ellas, deja la actividad por considerarse

“demasiado viejos” para eso. Al respecto, los especialistas recomiendan todo lo contrario.

Todo aquel que tenga la posibilidad de moverse, puede bailar, y hacerlo le permitirá mejorar su estado, físico y mental.”⁶

⁶ <http://www.enplenitud.com/el-baile-una-terapia-divertida.html>

CAPITULO II

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

2.1 MACROAMBIENTE

“Los factores externos influyen de manera importante en las actividades y oportunidades de marketing de cualquier empresa. El macroambiente está compuesto por fuerzas sociales más amplias que afectan el microambiente entero: demográficas, económicas, naturales tecnológicas, políticas y culturales⁷”.

2.1.1 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

Ecuador cuenta con una población 14.483.499 habitantes de los cuales 61% conforma la población urbana y el 39% la rural concentrados en una superficie territorial de 256.369,6 Km², compuesto por un 50% de indígenas, 40% de mestizos, 5% de afro ecuatorianos y el 5% restante corresponde a otros no especificados. La tasa de crecimiento de población de Ecuador se situó en 2.05% anual con una densidad de 47.4 hab/ Km²,

2.1.1.1 CRECIMIENTO EN LA POBLACION DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

Acorde a los informes presentados por el INEC, la tasa de crecimiento en la población de la provincia de Cotopaxi presenta un incremento considerable del año 2001 que era de 349.540 habitantes y en el 2010 es de 409.205, obteniendo una tasa de crecimiento de 14.5%.

⁷ KOTLER. Philip. “Fundamentos de la Mercadotecnia”, Prentice Hall 1.985

Se puede observar que la distribución por género en la población actual de la provincia de Cotopaxi está conformado el 48.4% por hombres y el 51.6% por mujeres. De igual manera se puede apreciar que la mayor parte de habitantes se concentra en los cantones de Latacunga, Pujilí, Salcedo.

CUADRO N° 2.1. POBLACIÓN POR SEXO COTOPAXI CENSO 2010

CANTONES	POBLACIÓN				
	TOTAL	HOMBRES	PORCENTAJE	MUJERES	PORCENTAJE
TOTAL PROVINCIA	409,205	198,625	48,4%	210,58	51,6%
LA MANA	42,216	21,42	50,7%	20,796	49,2%
LATACUNGA	170,489	82,301	48,2%	88,188	51,7%
PANGUA	21,965	11,34	51,6%	10,625	48,3%
PUJILI	69,055	32,736	47,4%	36,319	52,5%
SALCEDO	58,216	27,88	47,8%	30,336	52,1%
SAQUISILI	25,32	11,957	47,2%	13,363	52,7%
SIGCHOS	21,944	10,991	50,0%	10,953	49,9%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
Elaborado por: Oscar Calvopiña

La tasa de crecimiento en aumento es una oportunidad para cualquier negocio, porque la demanda del servicio depende directamente del aumento de la población.

2.1.2 ASPECTOS ECONÓMICOS

Para obtener una mayor perspectiva del área económica del país, a continuación se analiza algunos indicadores económicos a Diciembre de 2011.

2.1.2.1 INFLACIÓN

La inflación es la continua y persistente subida del nivel general de precios; se mide mediante un índice del coste de diversos bienes y servicios. Los aumentos

reiterados de los precios erosionan el poder adquisitivo del dinero, creando así serias distorsiones económicas e incertidumbre. La inflación es un fenómeno que se produce cuando las presiones económicas actuales y la anticipación de los acontecimientos futuros hacen que la demanda de bienes y servicios sea superior a la oferta disponible a los precios actuales, cuando la oferta está limitada por una escasa productividad o por restricciones del mercado.

Al cierre del año 2011, la inflación general anual se ubicó en 5.41%, lo que implicó una disminución del 0.12 puntos porcentuales con respecto a noviembre del 2011 y un aumento de 2.08 respecto a diciembre del 2010.

Para el 2012, las autoridades prevén una tasa de crecimiento de un 5,35% y una inflación anual del 5,14%.

GRÁFICO N° 2.1 CUADRO DE INFLACIÓN ANUAL DIC 2010 – DIC 2011



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Oscar Calvopiña

La variabilidad puede ocasionar márgenes de error altos en cuanto al pronóstico de precios, por lo cual constituye una amenaza.

2.1.2.2 P.I.B. (PRODUCTO INTERNO BRUTO)

Se lo define como el concepto económico que refleja el valor total de la producción de bienes y servicios de un país de un determinado período.

GRÁFICO N° 2.2. CUADRO DE PIB A ENERO 2010



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Oscar Calvopiña

Uno de los indicadores del nivel de vida en un país viene dado por el PIB per cápita, siendo este el valor del PIB total dividido por el número de ciudadanos. Si la población crece más de prisa que el PIB se considera una disminución en el nivel de vida.

CUADRO N° 2.2. PRODUCTO INTERNO BRUTO

PRODUCTO INTERNO BRUTO	2010	2009
P.I.B. (millones dólares)	57,978	52,022
P.I.B. per cápita (usd)	4.082	3.715

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Oscar Calvopiña

El PIB es un indicador que afecta a las decisiones de gobierno, banca e inversionistas, en cuanto pequeños y medianos negocios la variación del PIB ocasionaría efectos a largo plazo, es así que la academia de baile tendría la oportunidad y tiempo de tomar decisiones para evitar un resultado negativo.

2.1.3 AMBIENTE POLÍTICO ECONÓMICO

“Las sesiones de mercadotecnia están sujetas a las circunstancias del ambiente político. El ámbito político está compuesto por leyes, oficinas de gobierno y grupos de presión que ejercen influencia y ponen límites a la diversas organizaciones o personas en la sociedad cualquiera”⁸

El gobierno del Economista Rafael Correa con el desarrollo del plan del buen vivir en el que se incluyen políticas para fomentar el emprendimiento y de esta manera evitar los monopolios, lo cual es un factor positivo para la creación del centro de FOLKLORTERAPIA ya que además de ser un emprendimiento ayuda a la recuperación de la memoria colectiva a través de los bailes folklóricos.

2.1.4 AMBIENTE SOCIO CULTURAL

“El entorno cultural está compuesto por instituciones y otros grupos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias, los comportamientos básicos de la sociedad. Las personas crecen en una sociedad dada, la cual conforma sus creencias y valores fundamentales; absorben una visión del mundo que definen sus relaciones con los demás y consigo mismas”⁹

En Ecuador, existe cierta constancia en cuanto a valores culturales y creencias, que de una u otra manera intervienen en el estilo de vida, claro está con ciertas diferencias. Es por eso que es importante para el caso de la implementación de un Centro de Folklor terapia en estudio, considerar la cultura y comportamiento de la población que habita en Latacunga, donde tendrá mayor incidencia el presente proyecto.

⁸ KOTLER. Philip. “Fundamentos de la Mercadotecnia”, Prentice Hall 1.985

⁹ IDEM

En cuanto a gustos y preferencias son actitudes que afectan directamente en el comportamiento del consumidor, es así que una información clara sobre la explotación de nuestra cultura, junto con la importancia de la actividad física permitirá influir en la selección de un servicio y la decisión final hacia nuestra empresa.

2.1.5 AMBIENTE TECNOLÓGICO

El entorno tecnológico podría ser la fuerza más importante del destino empresarial en la actualidad. Las tecnologías nuevas producen mercados y oportunidades por ello se debe analizar la velocidad con que varía este factor en el mercado.

2.1.5.1 VELOCIDAD DE LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS

“En la actualidad, los científicos están trabajando con toda una gama de tecnologías nuevas que revolucionarán los productos y servicios. Se está trabajando en el campo de biotecnología, la electrónica miniatura, la robótica y la ciencia de los materiales”.¹⁰

Existe un constante crecimiento tecnológico que permite el desarrollo de las empresas, siendo este el caso de la academia de baile folklórico puesto que es una oportunidad para mejorar el servicio ofrecido, es así que la tecnología nos ayudara en:

- Definida apreciación de la música con sonido aéreo y envolvente en cada sala.
- Visualización de las personas que reciben su terapia en una pantalla digital.
- Grabación de cada sesión recibida en caso que el cliente desee revisar su actual actividad o compararla con las anteriores y saber su avance.
- Información cardiovascular mediante pulseras personales.

¹⁰ KOTLER. Philip. “Fundamentos de la Mercadotecnia”, Prentice Hall 1.985

- Eficaz logística para presentaciones como es: comunicación, amplificación, vestimenta, espectadores, tiempo, espacio etc.

2.2 MICROAMBIENTE

El microambiente son las fuerzas cercanas a la compañía y que influyen en su capacidad de satisfacer a sus clientes, estas fuerzas actúan en su entorno inmediato. Los grupos que lo integran son:

a. Clientes.- El cliente es el individuo u organización que toma una decisión de compra; mientras que el consumidor es la persona o unidad corporativa que utiliza o consume un producto. En varias ocasiones el cliente es al mismo tiempo el consumidor.

b. Competencia.- Se consideran a empresas que ofrecen productos similares o iguales en el mismo segmento de mercado. El concepto de mercadotecnia afirma que para tener éxito, una empresa debe satisfacer los deseos de los consumidores mejor que la competencia.

c. Proveedores.- Los proveedores son compañías e individuos que proporcionan recursos necesarios para que la entidad produzca sus bienes y servicios. El desarrollo de los proveedores puede incidir de manera importante en la empresa, se debe supervisar la disponibilidad de los suministros, la escasez de materiales que pueden hacer disminuir las ventas a corto plazo, y a la larga, minar la buena voluntad de los clientes.

2.2.1 CLIENTES

Los clientes son un conjunto de personas formado por los compradores de los bienes y servicios.

En nuestro caso los compradores adquirirán un servicio, los posibles clientes a los que pretendemos llegar, son niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Latacunga, es decir brindaríamos nuestro servicio a personas desde los 5 años hasta personas que estén en capacidad física de tomar las clases(recomendable 50 años). Puesto que es un pasatiempo que ayuda a combatir el estrés, y a su vez permite recuperar y conocer ciertas costumbres del país que se están perdiendo.

Existe gran cantidad de personas a las que no le gusta la gimnasia las mismas que encuentran una fórmula ideal para realizar deporte y mantenerse en forma de manera divertida mediante el baile. A mas de esto a las personas por naturaleza les gusta la sociabilización, la participación de fiestas y conocer lugares nuevos para ellos.

2.2.2 COMPETENCIA

Para el análisis de la competencia se utiliza una herramienta muy conocida como es el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.

2.2.1.1ANÁLISIS DEL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

- Competidores Directos
- Competidores Potenciales
- Productos Sustitutivos
- Balance de Poder Empresa – Proveedor
- Balance de Poder Empresa – Cliente

a) Competidores Directos

Los competidores directos son quienes ofrecen los mismos productos en el mismo segmento, para el caso del Centro de Folklor en la ciudad de Latacunga se encuentran:

- Llactacunga - ESPE
- Mashca Danza – UTC
- Los ayllus – Casa de la Cultura.
- Raíz Viva

Los mismos que ofrecen cursos de baile, danza y folklore; las amenazas identificadas en este estudio de mercado para la competencia actual ofrecen gama de servicios similares, con una buena comunicación y promoción.

CUADRO N° 2.3. COMPETENCIA

Competencia	Lugar	Tipo de personas que aceptan	Costo
Llactacunga	ESPE Latacunga	Estudiantes ESPE-L Externos solo con audición	Cuotas de \$3 mensuales.
Mashca Danza	UTC Latacunga	Estudiantes UTC Externos solo con audición	Cuotas de \$5 mensuales.
Los Ayllus	Casa de la Cultura Latacunga	Todo publico de edad de 14 años en adelante	Adquisición de vestimenta (\$120 aproximadamente)
Raíz Viva	San Martín - Latacunga	Todo publico de edad de 14 años en adelante	Adquisición de vestimenta (\$120 aproximadamente)

Fuente: Grupos de baile Folklóricos de Latacunga
Elaborado por: Oscar Calvopiña

b) Competidores Potenciales

Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir y que pertenecen a un sector determinado. Con las nuevas políticas establecidas por el gobierno se facilita la creación de emprendimientos, pero a la vez existen normas legales y tributarias que se deben acatar.

El análisis interno nos proporciona la información necesaria para escoger las estrategias y el modelo de negocios que permitirá lograr una ventaja competitiva sostenida. Con el objetivo de crear una ventaja competitiva en relación a las otras empresas dentro de la industria, se decidió formular una distinción fundamental basada en la diferenciación.

La diferenciación del servicio se refiere a la manera de combinar los recursos y capacidades para poder brindar un servicio de calidad a los clientes potenciales y lograr una ventaja competitiva con relación a la competencia, y por lo tanto un rendimiento superior.

Las amenazas potenciales pueden ser determinadas en función de la gama de servicios similares como las academias de baile y los programas sociales de danza universitarios para niños, jóvenes, adultos.

Factores que facilitan a nuevos competidores son:

- Poca competencia
- Inversión baja (10,000 usd aproximadamente)
- Facilidad en la constitución de la empresa
- Abundantes talleres de confección de vestimenta dentro de la provincia
- El Ecuador es rico en variedad dancística folklórica
- Tecnología de fácil adquisición

Factores que limitan a nuevos competidores son:

- Falta personas especialistas en danza Folklórica
- Aceptación por parte de posibles clientes
- Creatividad para hacer atractivos los talleres y presentaciones
- Contactos para presentaciones tanto regionales como internacionales
- Instituciones que prestan este servicio a costo muy bajo.

c) Productos Sustitutivos

Son aquellos que el cliente puede consumir o usar como alternativa cubriendo las mismas necesidades. Los productos sustitutos para la academia de baile Folklórico son los gimnasios que ofrecen rumba terapia, en la ciudad de Latacunga.

d) Balance de Poder Empresa – Proveedor

La Balanza de Poder está dada cuando el proveedor puede ejercer presión en la negociación. Por lo que es preciso determinar si el costo de reemplazar un proveedor es bajo o si hay variedad de proveedores para sustituirlo.

Para el Centro Folklórico se puede determinar que la amenaza es baja ya que el cambio de proveedores no afecta en el desarrollo de las actividades, por ser una empresa de servicio no depende directamente de los proveedores.

Las ventajas que puede brindar nuestra empresa para sus clientes es:

- Actividad física controlada, mejoramiento de su salud.
- Conocimiento teórico y práctico de los diferentes ritmos folklóricos ecuatorianos
- Apreciación de la cultura ecuatoriana
- Ambiente muy acogedor, hacer nuevos amigos, sociabilización etc.
- Puesta en escena de las prácticas recibidas
- Vestimenta adecuada para presentaciones
- Presentaciones regionales e internacionales por ende conocer muchos lugares.
- El gusto de estar recatando y difundiendo nuestra cultura

e) Balance de Poder Empresa – Cliente

La Balanza de Poder con el cliente se observa cuando el poder de negociación se centra en el mismo. Se debe evaluar si la presión es alta o baja permitiendo definir el riesgo del ingreso de la competencia al sector.

El cliente recibe grandes ventajas de los cursos ofrecidos por el centro de FOLKLORTERAPIA ya que no solo es un pasatiempo, sino también ayuda mantener un equilibrio entre la mente y al cuerpo.

En el caso del Centro Folklórico se considera que el poder de negociación de los clientes es mayor por no representar un costo elevado cambiar de producto, por lo que se puede el servicio se puede adaptar a las necesidades de los usuarios.

2.2.3 PROVEEDORES

Conjunto de organizaciones que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que ofrezcan sus servicios/productos.

En los proveedores para el Centro Folklórico se debe considerar a quienes proveen la música, los materiales y equipos para la puesta en marcha del negocio.

2.3 ANÁLISIS FODA

“A partir de estos elementos, se procede a desarrollar un exhaustivo y pormenorizado análisis de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y sus productos. La experiencia demuestra que el análisis Foda, es vital para la determinación de objetivos y estrategias¹¹”.

¹¹ KOTLER. Philip. “Fundamentos de la Mercadotecnia”, Prentice Hall 1.985

CUADRO N° 2.4. FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura acorde a las necesidades de los clientes. • Se contará con especialistas de danza. • Buen trato al cliente • Planificación de actividades culturales. • Aulas amplias con ambiente agradable y acogedor. • Contactos para presentaciones regionales e internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La apertura inicial del centro de baile hasta que la población lo identifique. • La interferencia de los sonidos al momento de que los dos salones se encuentren activos. • Al inicio no se contara con variedad de vestimenta para presentaciones • El mantenimiento y limpieza de la vestimenta involucrara gastos considerables si las presentaciones son frecuentes • El deterioro de la vestimenta afecta la imagen de la agrupación.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La tasa de crecimiento poblacional en la provincia de Cotopaxi es alta. • La acogida al baile folklor en la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia mantiene precios y servicios similares. • El incremento de academias de baile en la ciudad y provincia. • La falta de experiencia escénica. • La no aceptación de nuestros trabajos escénicos por los espectadores.

Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.4 MATRIZ BCG

“La Matriz de crecimiento - participación, conocida como Matriz BCG es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por The Boston

Consulting Group en la década de 1970. Su finalidad es ayudar a priorizar recursos entre distintas áreas de negocios o Unidades Estratégicas de Análisis (UEA), es decir, en qué negocios debo invertir, desinvertir o incluso abandonar. Se trata de una sencilla matriz con cuatro cuadrantes, cada uno de los cuales propone una estrategia diferente para una unidad de negocio. Cada cuadrante viene representado entre por una figura o icono”.¹²

En la matriz el eje vertical corresponde el crecimiento en el mercado y el eje horizontal la cuota de mercado.

Los cuadrantes de la Matriz BCG se clasifican como:

- a) **ESTRELLA.**- Gran crecimiento y alta participación de mercado. Se recomienda potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro, y la unidad estratégica se convierta en vaca lechera.
- b) **INCÓGNITA.**- Gran crecimiento y poca participación de mercado. Hay que reevaluar la estrategia en dicha área, que eventualmente se puede convertir en una estrella o en un perro.
- c) **VACA.**- Poco crecimiento y alta participación de mercado. Se trata de un área de negocio que servirá para generar efectivo necesario para crear nuevas estrellas.
- d) **PERRO.**- Poco crecimiento y baja participación de mercado. Áreas de negocio con baja rentabilidad o incluso negativa. Se recomienda deshacerse de ella cuando sea posible. Generalmente son negocios / productos en su última etapa de vida. Raras veces conviene mantenerlos en el portafolio de la empresa.

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG

GRÁFICO N° 2.3. MATRIZ BCG



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG

Elaborado por: Oscar Calvopiña

De acuerdo con la matriz de crecimiento – participación se puede clasificar al centro de FOLKLORTERAPIA como INCÓGNITA ya que al ser un producto nuevo tendrá al inicio un crecimiento alto y una baja participación en el mercado.

2.5 MATRIZ ANSOFF

“La matriz de Ansoff, también conocida como Matriz Producto/Mercado o Vector de Crecimiento, sirve para identificar oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una organización. En otras palabras, expresa las posibles combinaciones producto/mercado (o unidades de negocio) en que la empresa puede basar su desarrollo futuro.”¹³

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Ansoff

GRÁFICO N° 2.4. MATRIZ ANSOFF

		Productos	
		Tradicionales	Nuevos
Mercados	Tradicionales	Penetración en el mercado	Desarrollo de productos
	Nuevos	Desarrollo de mercados	Diversificación

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Ansoff

Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.5.1 PENETRACIÓN EN EL MERCADO

La estrategia de penetración busca un mayor consumo de los productos actuales en el mercado actual.

Las estrategias principales son:

- Captación de clientes de la competencia.
- Captación de no consumidores del servicio actual.
- Atraer nuevos clientes del mismo segmento aumentando publicidad y/o promoción.

2.5.2 DESARROLLO DEL MERCADO

Las estrategias de desarrollo pretenden la venta de los productos actuales en mercados nuevos.

Las estrategias principales son:

- Apertura de mercados geográficos adicionales en los distintos cantones de la provincia.
- Atracción de otros sectores de mercado.
- Política de posicionamiento en cada cantón donde se pretenda abrir sucursales.

2.5.3. DESARROLLO DE PRODUCTOS

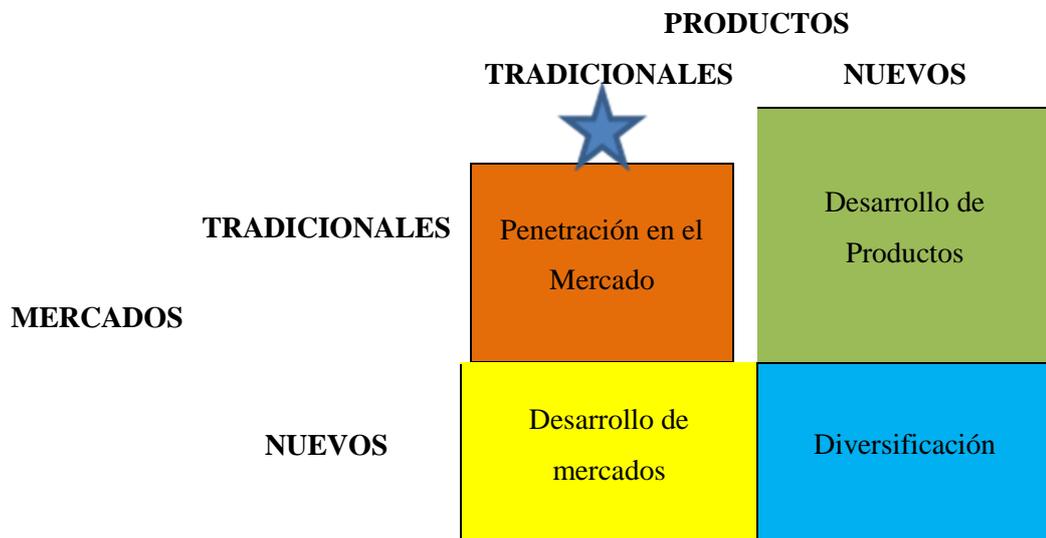
Persigue la venta de nuevos productos en los mercados actuales. Las estrategias principales son:

- Creación de nuevos valores al producto.
- Desarrollo de diferencias de calidad (nuevas gamas).
- Instauración de nuevos modelos.

2.5.4. DIVERSIFICACIÓN

Concentrará sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos productos en nuevos mercados.

GRÁFICO N°2.5: APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE ANSOFF



Fuente: FOLKLORTERAPIA
Elaborado por: Oscar Calvopiña

De acuerdo a la matriz ansoff se puede concluir que los servicios ofrecidos en el centro folkloroterapia se ubican en el primer cuadrante en el que se establece que la estrategia a aplicar es la de penetración en el mercado buscando captar clientes que no son consumidores actuales y atraerlos aumentando las actividades publicitarias y las promociones para los clientes que adquieren el servicio.

2.6 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una actividad propia del proceso de marketing, entendiéndose como la aplicación de una filosofía empresarial que conduce a conocer el mercado.

A través de este estudio se pretende transmitir la importancia de apoyar las decisiones empresariales en la información que suministra el mercado, la misma que se obtiene a partir de los datos recogidos. Es necesario e importante para un emprendedor antes de poner en marcha un nuevo proyecto, realizar una investigación para comprender la situación y necesidades del mercado, para poder enfocar el negocio y tener, de esta manera mayores probabilidades de éxito.

2.6.1 MARCO METODOLÓGICO

a) Enfoque de la investigación.

La investigación de mercado a realizar tiene un enfoque cualitativo, es decir datos exactos y con un análisis numérico.

b) Modalidad de la investigación.

La modalidad implica diseñar como será obtenida la información, para este caso la investigación aplicada es la de campo ya que se realiza un estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos.

c) Tipo de investigación

Descriptivo.- Se pretende describir, registrar e interpretar la situación actual, la composición y los procesos del objeto de estudio o problema para presentar una interpretación correcta.

d) Técnica de investigación

La técnica a utilizar para la aplicación de una investigación descriptiva y el levantamiento de información adecuada es una encuesta.

e) Definición del instrumento

El instrumento a aplicar es un cuestionario estructurado, compuesto con preguntas cerradas y mixtas.

2.6.2 SEGMENTACIÓN Y MERCADO META

El proceso de segmentación consiste en dividir el mercado global en subconjuntos, con características de intereses específicos y homogéneos, dirigidos a concentrar los esfuerzos de marketing hacia una solución más efectiva y a lograr una mejor eficiencia en la utilización de los recursos.

a) Variables a segmentar

Los criterios de segmentación se reúnen en dos tipos de variables: descriptivas y psicológicas¹⁴.

Las **variables descriptivas** se utilizan para la administración del marketing. Comprende clasificaciones como las geográficas, demográficas, físicas y variables de organización.

Las **variables psicológicas** son de mayor utilidad en la planeación estratégica porque permiten orientar las acciones de marketing hacia los individuos que conforman el mercado meta, bajo ciertos elementos como las variables psicográficas, conductivas y actitudinales.

b) Características de las variables de segmentación

Para tener utilidad, los segmentos de mercado deben poseer las características siguientes:

- Mensurabilidad.- Es el grado en que pueden medirse el tamaño y poder adquisitivo de los segmentos.
- Accesibilidad.- Mide la posible alcanzar y atender un segmento de mercado.
- Sustancialidad.- Es el valor en el cual un segmento de mercado resulta lo bastante amplio o redituable.

¹⁴ Investigación de Mercados, Arturo Orozco.

- Procesabilidad.- Es el nivel en el cual es posible diseñar programas efectivos para atraer y atender un segmento de mercado.
- Susceptibilidad a la Diferenciación.- Los segmentos son susceptibles de distinguirse en términos conceptuales y responde de manera distinta ante diferentes elementos y programas del mix de mercadotecnia.
- Susceptibilidad a la Acción.- Es el grado en el cual pueden formularse programas eficaces para atraer y servir a los segmentos.

c) Variables de segmentación

Las variables de segmentación más idóneas para segmentar el mercado son las siguientes:

CUADRO N°2.5: SEGMENTACIÓN

Variables de Segmentación
<u>Variables geográficas:</u> Ciudad: Latacunga zona urbana 92.405 hab. (Según datos del censo poblacional 2010 del INEC)
<u>Variables demográficas:</u> Género Masculino y femenino 92.405 hab. Edad De 5 años hasta 49 años 66.531 hab.
<u>Variables psicográficas:</u> Estilo de vida: se expresa en sus actividades, intereses y opiniones. Personas a quienes les guste el baile, folklor, y cuiden su salud realizando actividades físicas. Personas quienes les gusta realizar actividades diferentes y divertidas.

VARIABLES CONDUCTIVAS:

Ocasión de compra: se agrupan según la ocasión en la que tienen la idea, hacen la adquisición o utilizan el producto.

Regular, adquieren el servicio de forma constante.

Especial, el servicio se lo adquiere por una razón o circunstancia ocurrida.

Beneficios buscados: se agrupan de acuerdo a los principales beneficios que buscan dentro de cierto producto.

Calidad, precio, accesibles, mantener la salud.

Tasa de uso:

Usuario ocasional

Medio

Frecuente

Fuente: INEC

Elaborado por: Oscar Calvopiña

d) Selección del mercado meta

El mercado meta se conforma con los segmentos que proporcionan la respuesta más apropiada para la empresa, en cuanto a:

1. **Perspectivas atractivas** El segmento debe proporcionar un tamaño mínimo eficiente, es decir que permita la aplicación de sinergias, economías de escalas y la generación de unos beneficios aceptables.
2. **Perspectivas de desarrollo futuro** que justifiquen las necesidades actuales de inversión. Las barreras de entrada deben estar acordes con la capacidad financiera de la empresa.
3. **Accesibilidad de los segmentos seleccionados**, a través de los canales de distribución de la empresa u otros, dentro de unos términos económicos y una capacidad empresarial, razonables.

Para servir un segmento del mercado se debe evaluar financieramente su potencial, analizando la capacidad del mercado, las frecuencias de consumo, el

margen de ganancia, las inversiones requeridas, las perspectivas de crecimiento y las barreras de entrada. Estos elementos, confrontados con la capacidad de la empresa, permiten concluir sobre las ventajas para ingresar al segmento o para continuar atendiéndolo

Para el caso de la academia de baile de ritmos folklóricos ecuatorianos se define en función del segmento de mercado contando con 66.531 habitantes que radican en la zona urbana del cantón Latacunga y su edad está comprendida entre los 5 y 49 años sin importar el género al que pertenecen.

2.6.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

“La población humana es el número total de personas que viven en un determinado momento. Una cantidad particular de la gran superficie de la Tierra tiene una «capacidad de producción», que limita el aumento de la población humana”¹⁵

CUADRO N°2.6: CÁLCULO DE LA MUESTRA

DATOS N: 66531 Z: 95% e: 5% p: 95% q: 5%
$n = \frac{N \cdot (Z^2) \cdot p \cdot q}{(e^2) \cdot N + (Z^2)}$
$n = \frac{66531 \cdot (1.96^2) \cdot 0.95 \cdot 0.05}{(0.05^2) \cdot 66531 + (1.96^2)}$
n = 382

Fuente: Cálculo de la muestra
 Elaborado por: Oscar Calvopiña

¹⁵ es.wikipedia.org/wiki/Población_(demografía)

Conclusión

La encuesta deberá ser aplicada a una muestra de 382 personas para determinar la factibilidad para la creación de una academia de baile de ritmos folclóricos ecuatorianos.

2.6.4 PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

Se aplicará un muestreo probabilístico al azar, ya que todo elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser parte de la muestra. Para la aplicación de las encuestas a la muestra obtenida se tomará en cuenta las cuatro parroquias urbanas siendo estas Eloy Alfaro, Ignacio Flores, La Matriz y Juan Montalvo.

CUADRO N° 2.7: CRONOGRAMA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN.

Parroquias Urbanas	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7	Día 8	Total
Eloy Alfaro	45	40							95
Ignacio Flores			45	41					96
La Matriz					45	41			96
Juan Montalvo							45	40	95
Total									382

Fuente: Propia

Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.6.5 CUESTIONARIO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CUESTIONARIO PROYECTO FOLKLORTERAPIA

Encuesta dirigida a la población de la Latacunga. Cuyo objetivo es determinar la aceptación de un una academia de baile de ritmos folclóricos ecuatorianos a fin de rescatar y difundir la cultura de nuestro país en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi.

Le solicitamos marcar con una **x** donde usted considere necesario.

Nº de encuesta _____

1.- ¿Le atrae a usted el folklor y ritmos Ecuatorianos?

Si No Porque _____

2.- ¿Baila usted algún ritmo ecuatoriano?

Si No Cuales _____

3.- ¿Le gustaría conocer y bailar los diferentes ritmos que tiene nuestro país?

Si No Porque _____

4.- ¿Cree usted que el baile es una buena terapia para el cuerpo y mente?

Si No Porque _____

5.- ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un centro de terapia utilizando la técnica de baile con ritmos ecuatorianos?

Si No Porque _____

6.- que servicios le gustaría que se den en este centro de terapia.

Terapia de baile folclóricos.

Terapia de baile moderno.

Asesoramiento coreográfico.

Otro Cuál _____

7.- ¿Conoce usted algún centro de terapia de este tipo en la ciudad de Latacunga?

Si No Donde _____

8.- ¿Asiste usted a algún centro de terapia de baile?

Si No Porque _____

9.- ¿Asistiría usted a este centro de terapia de baile de ritmos ecuatorianos?

Si No

O ¿enviaría a sus hijos si los tiene a este centro?

Si No Porque _____

10.- ¿Estaría bien para usted que este centro de terapia esté ubicado en la ciudadela Locoá?

Si No Dónde? _____

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por este servicio?

Niños

Adultos

Menos de \$20

Menos de \$25

Entre \$20 y \$25

Entre \$25 y \$30

Entre \$25 y \$30

Entre \$30 y \$35

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

2.6.6 RESULTADOS ESTADÍSTICOS

Género

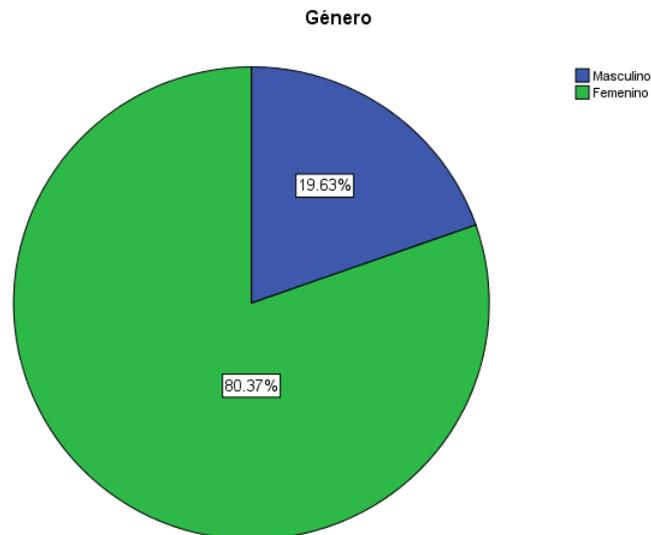
CUADRO N° 2.8: GÉNERO

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	75	19,6
Femenino	307	80,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.6: GÉNERO



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 80,40% se encuestó a mujeres y el 19,60% a hombres.

Edad

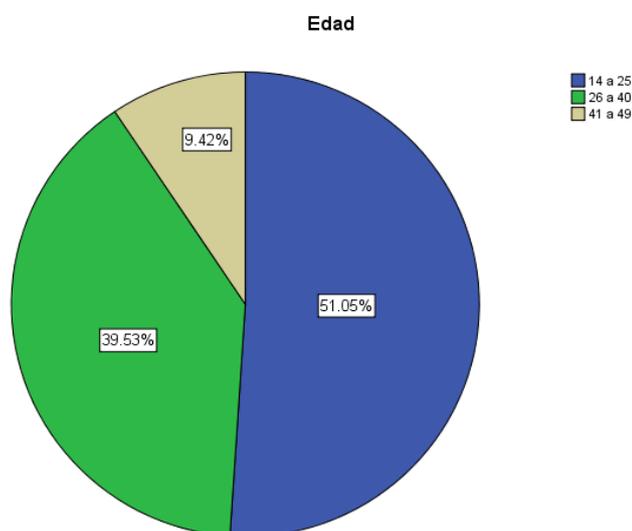
CUADRO N° 2.9: EDAD

	Frecuencia	Porcentaje
14 a 25	195	51,0
26 a 40	151	39,5
41 a 49	36	9,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.7: EDAD



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

Las edades fluctúan entre los 14 a 25 años el 51,00%, de los 26 a 40 años el 39,50% y de los 41 a 49 años el 9,40% de la totalidad de los encuestados.

1.- Le atrae a usted el folklor y ritmos ecuatorianos

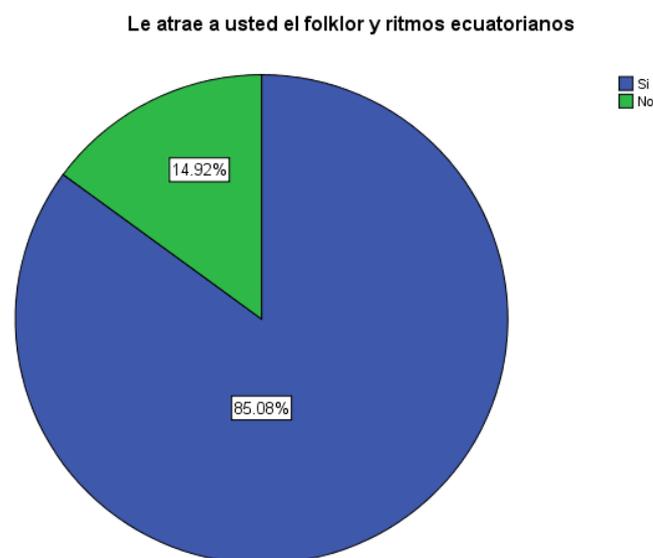
CUADRO N° 2.10: LE ATRAE EL FOLKLOR

	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	85,1
No	57	14,9
Tota l	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.8: LE ATRAE EL FOLKLOR



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

Del total de los encuestados el 85,08% menciona que les atrae el folklor y ritmos ecuatorianos por ser algo autóctono que nos identifica y nos hace parte del país; mientras que al 14,92% no les atrae el folklor y los ritmos ecuatorianos.

2.- Baila usted algún ritmo ecuatoriano

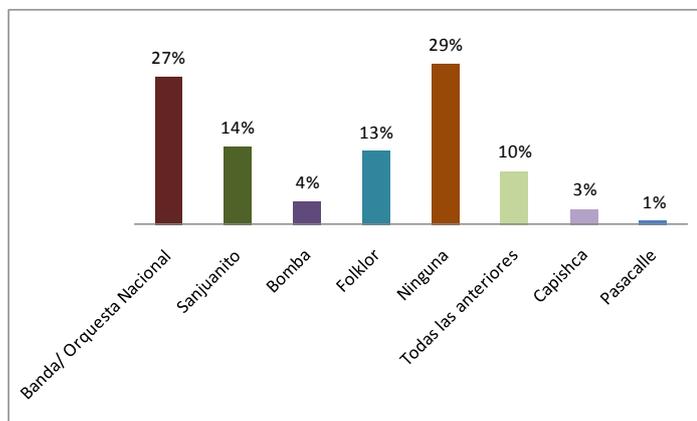
CUADRO N° 2.11: BAILA ALGUN RITMO ECUATORIANO

Detalle	Porcentaje
Banda/ Orquesta Nacional	27%
Sanjuanito	14%
Bomba	4%
Folklor	13%
Ninguna	29%
Todas las anteriores	10%
Capishca	3%
Pasacalle	1%
Total	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.9: BAILA ALGUN RITMO ECUATORIANO



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 27% de los encuestados indican que bailan Banda/ Orquesta Nacional, el 14% Sanjuanito, el 4% Bomba, 13% Folklor, 29% Ninguna, el 10% Todas las anteriores es decir que alguna vez han bailado ya sea banda, sanjuanito, bomba, capishca, y pasacalle, el 3% menciona que ha bailado Capishca, y el 1% Pasacalle.

3.- Le gustaría conocer y bailar los diferentes ritmos que tiene nuestro país

CUADRO N° 2.12: LE GUSTARIA CONOCER Y BAILAR

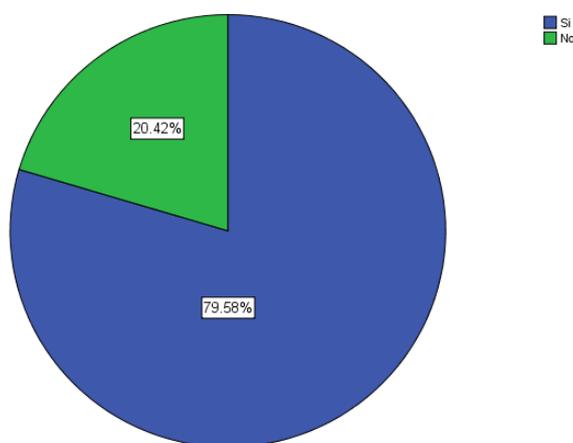
	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	79,6
No	78	20,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.10: LE GUSTARIA CONOCER Y BAILAR

Le gustaría conocer y bailar los diferentes ritmos que tiene nuestro país



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis.

El 79,60% de los encuestados mencionan que les gustaría conocer y bailar los diferentes ritmos que tiene nuestro país puesto que cada provincia posee diversos ritmos, mientras que el 20,40% no les gustaría aprender solo prefiere observar.

4.- Cree usted que el baile es una buena terapia para el cuerpo y mente

CUADRO N° 2.13: TERAPIA PARA EL CUERPO Y LA MENTE

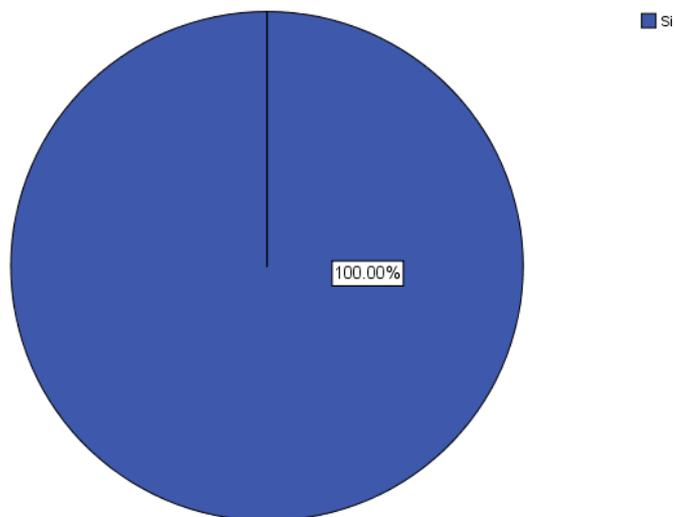
	Frecuencia	Porcentaje
Si	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.11: TERAPIA PARA EL CUERPO Y LA MENTE

Cree usted que el baile es una buena terapia para el cuerpo y mente



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis.

El 100,00% de los encuestados señalan que el baile es una buena terapia para el cuerpo y mente, ya que permite relajarse y desesterarse a más de mantener un estado físico adecuado.

5.- Conoce usted algún centro de terapia de este tipo en la ciudad de Latacunga

CUADRO N° 2.14: CENTRO DE TERAPIA

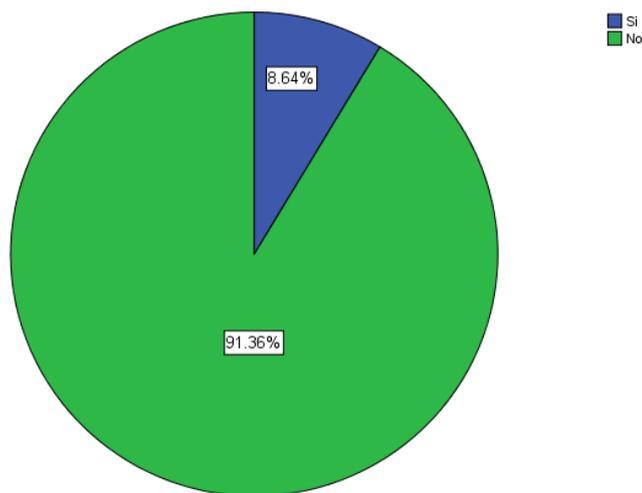
	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	8,6
No	349	91,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.12: CENTRO DE TERAPIA

Conoce usted algún centro de terapia de este tipo en la ciudad de Latacunga



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis.

El 91,40% de los encuestados menciona que no conocen ningún centro de terapia de baile folklórico en la ciudad, mientras que el 8,60% señala que conoce algún centro de terapia como por ejemplo el Mashca Danza.

6.- Asiste usted a algún centro de terapia de baile

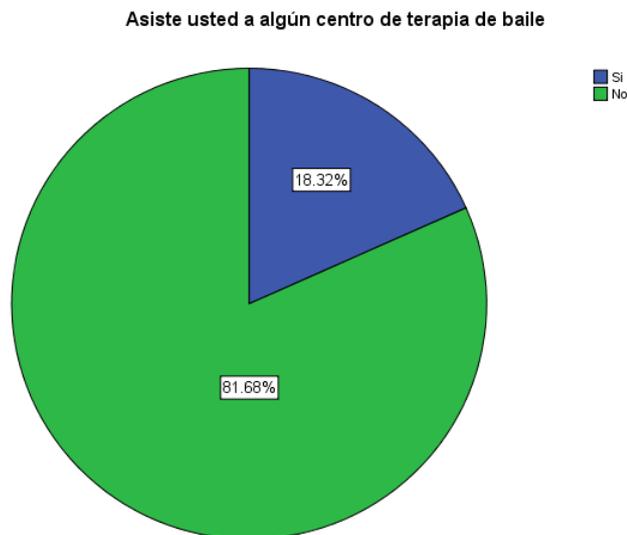
CUADRO N° 2.15: ASISTE A ALGÚN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE

	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	18,3
No	312	81,7
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.13: ASISTE A ALGÚN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis.

El 81.68% de los encuestados menciona que no asisten a ningún centro de terapia de baile, mientras que el 18.32% si asiste a centros de rumbaterapia.

7.- Asistiría usted a este centro de terapia de baile de ritmos ecuatorianos

CUADRO N° 2.16: ASISTIRA A UN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE DE RITMOS ECUATORIANOS

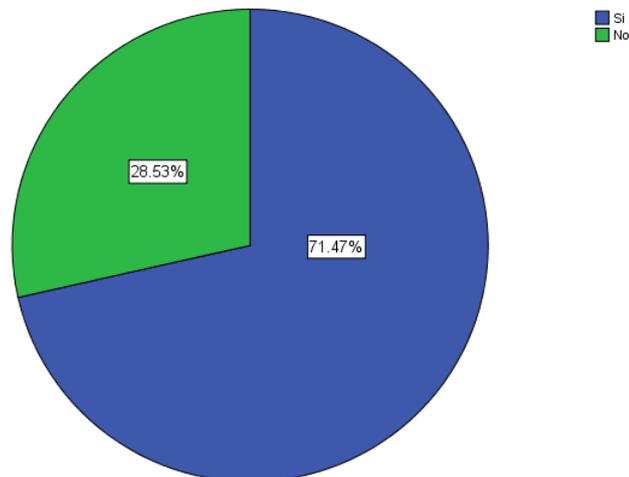
	Frecuencia	Porcentaje
Si	273	71,47
No	109	28,53
Total	382	100,0

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.14: ASISTIRA A UN CENTRO DE TERAPIA DE BAILE DE RITMOS ECUATORIANOS

Asistiría usted a este centro de terapia de baile de ritmos ecuatorianos



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 71,47% de los encuestados menciona que si asistiría a un centro de terapia de baile de ritmos ecuatorianos mientras que el 28,53% opina que no asistiría.

8.- Si tiene hijos los enviaría.

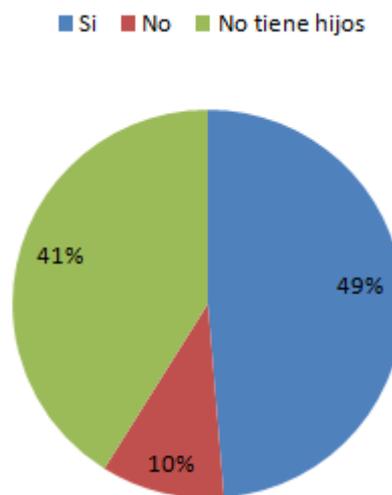
CUADRO N° 2.17: SI TIENE HIJOS LOS ENVIARÍA

	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	49%
No	39	10%
No tiene hijos	157	41%
	382	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.15: SI TIENE HIJOS LOS ENVIARÍA



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 49, % de los encuestados menciona que si enviaría a sus hijos a un centro de terapia de baile de ritmos ecuatorianos mientras que el 10, % opina que no los enviaría y el 41% no tiene hijos.

9.- Qué servicios le gustaría que se den en este centro de terapia

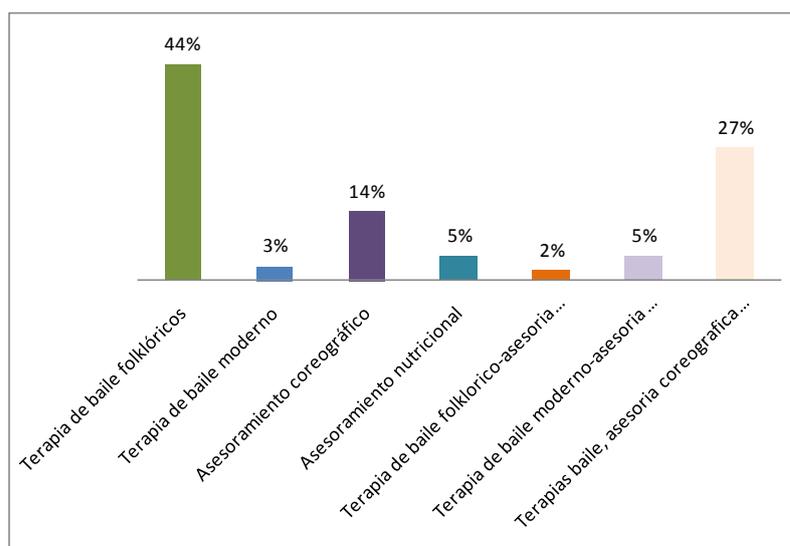
CUADRO N° 2.18: SERVICIOS

	Porcentaje
Terapia de baile folklóricos	44%
Terapia de baile moderno	3%
Asesoramiento coreográfico	14%
Asesoramiento nutricional	5%
Terapia de baile folklórico-asesoría coreográfica	2%
Terapia de baile moderno-asesoría coreográfica	5%
Terapias baile, asesoría coreográfica y nutricional	27%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.16: SERVICIOS



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

Del 100% de los encuestados el 44% menciona que les gustaría recibir Terapia de baile folklórico, el 3% Terapia de baile moderno, el 14% Asesoramiento coreográfico, el 5,00% Asesoramiento nutricional, el 12 % Terapia de baile folklórico y asesoría coreográfica, el 5% Terapia de baile moderno y asesoría coreográfica, el 23% Terapias baile tanto folklórico como moderno, asesoría coreográfica y nutricional

10.- Estaría bien para usted que este centro de terapia este ubicado en:

CUADRO N° 2.19: UBICACIÓN

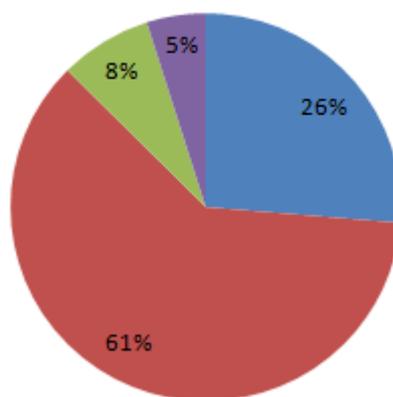
	Frecuencia	Porcentaje
Locoa	86	26%
El Salto	200	61%
La Estación	25	8%
El Centro	16	5%
Total	327	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.17: UBICACIÓN

■ Locoa ■ El Salto ■ La Estación ■ El Centro



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 61% de los encuestados menciona que les gustaría que el centro de terapia de baile se encuentre ubicado en El Salto, mientras que el 26% en prefiere que se encuentre en Locoa, el 8% en La Estación y el 5% en el centro.

11.- Cuanto estaría dispuesto a invertir por este servicio (niños)

CUADRO N°2.20: PRECIO (NIÑOS)

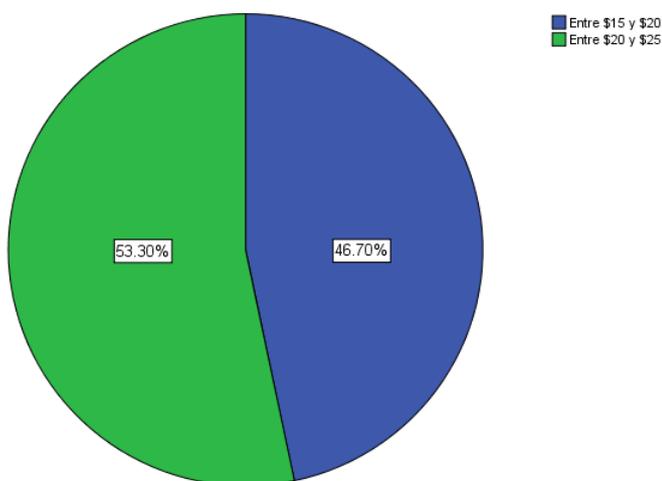
	Porcentaje
Entre \$15 y \$20	47%
Entre \$20 y \$25	53%
Total	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.18: PRECIO (NIÑOS)

Cuanto estaría dispuesto a invertir por este servicio (niños)



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 47% de los encuestados estaría dispuesto a invertir por el servicio para niños entre \$15,00 y \$ 20,00 mientras que el 53% estaría dispuesto a pagar entre \$20,00 y \$25,00.

12. Cuanto estaría dispuesto a invertir por este servicio (jóvenes, adultos)

CUADRO N° 2.21: PRECIO (JÓVENES, ADULTOS)

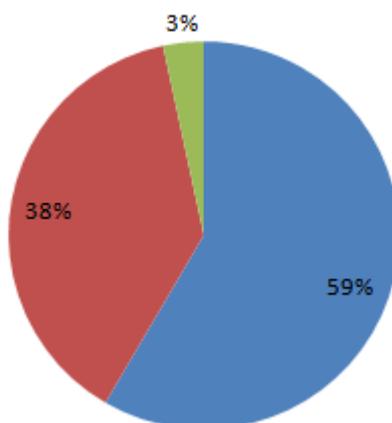
	Porcentaje
Entre \$20 y \$25	58%
Entre \$25 y \$30	38%
Entre \$30 y \$35	3%
Total	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.19: PRECIO (JÓVENES, ADULTOS)

■ Entre \$20 y \$25 ■ Entre \$25 y \$30 ■ Entre \$30 y \$35



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 58% de los encuestados estaría dispuesto a invertir por el servicio ofrecido en un centro de terapia de baile folklórico entre \$20,00 y \$ 25,00 para jóvenes y adultos, mientras que el 38,00% estaría dispuesto a pagar entre \$25,00 y \$30,00 y el 3% entre \$30 y \$35.

13.- En que horario preferiría asistir

CUADRO N° 2.22: HORARIO

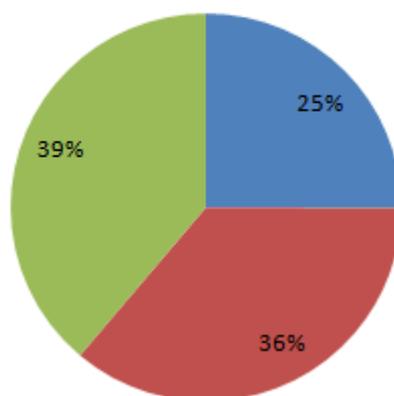
	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	82	25%
Tarde	118	36%
Noche	127	39%
Total	327	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

GRÁFICO N° 2.20: HORARIO

■ Mañana ■ Tarde ■ Noche



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Análisis:

El 39% de los encuestados menciona que les gustaría asistir a un centro de terapia de baile por la noche, el 36% le gustaría en la tarde y el 25% en la mañana

2.6.7 ANÁLISIS DE MERCADO

El análisis del mercado consiste en la distinción y separación de las partes del mercado para llegar a conocer los principios o elementos de este.

En la actualidad se vienen desarrollado servicios como son las terapias de baile que mantienen en buen estado mente, cuerpo y alma formando una unidad psicofísica e interactúan constantemente unas con otras. El movimiento y la postura influyen en el pensamiento y los sentimientos. La meta esencial de la danza terapia es permitir la unión entre mente, cuerpo y alma.

Según las indicaciones dadas por un terapeuta, la danza terapia incrementa el nivel de percepción personal y del cuerpo, permite realizar amplios movimientos e incentiva al individuo a expresarse de manera auténtica a través de la integración del inconsciente, por esta razón se ha visto la necesidad de funcionar el baile y la danza folklórica para ofrecer a los usuarios una nueva alternativa que permita mantener su equilibrio.

2.7 DEMANDA

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"¹⁶

La demanda para el centro de Folklorterapia se ha calculado en función de la segmentación de mercado tomando en cuenta que los posibles clientes están comprendidos entre rangos de edad de 5 a 49 años aproximadamente, además se ha utilizado el porcentaje obtenido de la encuesta en función de las personas que

¹⁶ Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Págs. 215.

si asistirían a un centro de Folklorterapia, posteriormente se ha proyectado la demanda según el crecimiento poblacional.

CUADRO N° 2.23: DEMANDA

Año	Población	Demanda
2012	66531	47550
2013	67894	48524
2014	69285	49518

Fuente: Población de Latacunga

Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.8 OFERTA

“El conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios”.¹⁷

No existe una oferta específica para el centro de Folklorterapia puesto que en la ciudad no existen centros de este tipo que ofrezcan terapias de baile folklórico, tan solo existen grupos de danza folklóricos que realizan presentaciones representando a diferentes instituciones, hay que tomar en cuenta que para formar parte de estos se requiere de un casting.

CUADRO N° 2.24: OFERTA

Detalle	Cantidad	Observaciones
Mashca Danza	70	Grupos de danza
Llactacunga	60	Grupos de danza
Raíz Viva	40	Grupos de danza
Los Ayllus	35	Grupos de danza
Total oferta	205	

Fuente: Competencia

Elaborado por: Oscar Calvopiña

¹⁷ Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Págs. 438.

2.9 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es aquella parte de la demanda planeada en que ésta excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse una compra efectiva de bienes y servicios.

CUADRO N°2.25: DEMANDA INSATISFECHA

Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
47550	205	47345

Fuente: Demanda-oferta
Elaborado por: Oscar Calvopiña

En el cuadro anterior se puede identificar que la demanda insatisfecha es alta ya que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta por el centro de Folklorterapia, al menos en parte.

2.10 MARKETING MIX

2.10.1 SERVICIO

“Es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador el cual se ofrece al usuario con determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio.”¹⁸

El propósito del centro de floklorterapia es contar con un lugar de terapia, utilizando la metodología dancística enfocada en ritmos folklóricos ecuatorianos

¹⁸ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277

donde las personas puedan asistir ya sea como forma de eliminar estrés, por acondicionamiento físico, por aprender o simplemente por gusto.

En este centro terapéutico, se brindará este servicio para tres diferentes segmentos de personas, para niños, jóvenes y adultos cada grupo con diferente terapia apropiada a su edad. A más de eso este centro facilitará vestimenta folklórica, para que los clientes que deseen exponer al público todo lo aprendido en las sesiones de baile lo hagan mediante la participación en eventos culturales, tanto dentro como fuera de la provincia y hasta en otros países.

Es así que este servicio tiene como esencia rescatar de igual forma difundir las costumbres, tradiciones del país mediante la expresión dancística folklórica, al mismo tiempo que ayudará a las personas a mejorar su salud tanto física como mental.

2.10.2 PRECIO

“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.”¹⁹

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

El precio a manejarse en el centro de Folklorterapia ha sido calculado en función de las encuestas realizadas a la ciudadanía, tomando en cuenta las preferencias que esta tiene; a continuación se muestra el cuadro en el que constan los rangos establecidos.

¹⁹ Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, de Kotler y Armstrong, Prentice Hall, Pág. 353

CUADRO N° 2.26: DEMANDA INSATISFECHA

Detalle	Precio sugerido (encuestas)	Precio establecido
Niños	\$20 - \$25	\$20
Jóvenes y adultos	\$20 - \$25	\$25

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.10.3 PLAZA

Es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final, en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso, en el momento y lugar en el que los clientes lo necesiten o deseen.

Para que el servicio pueda llegar al cliente se utilizará un canal de distribución directo.

CUADRO N° 2.27: CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Oscar Calvopiña

2.10.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

“La cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren.”²⁰

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

Para promocionar el servicio del centro Folklórico se va a realizar hojas volantes en las que se dé a conocer los beneficios así como los costos y la información necesaria para acudir a dicho centro. Además se emitirán cuñas radiales en dos de las radios más escuchadas en la ciudad: Radio Latacunga y Radio Novedades. Finalmente se ha seleccionado como medio la prensa escrita en la que se publicaran anuncios promocionando a la empresa.

CUADRO N° 2.28: PUBLICIDAD

Medios de comunicación	Costo mensual
Radio Latacunga	200,00
Radio Novedades	250,00
La Gaceta	120,00
Volantes (1000)	80,00
Total	650,00

Fuente: Cotizaciones
Elaborado por: Oscar Calvopiña

²⁰ Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall, Pág. 98

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es el análisis de la ubicación del proyecto, siendo necesaria determinarla en dos etapas para su selección, la macro localización y la micro localización.

Estas dos etapas se encuentran condicionadas al resultado del análisis de lo que se denomina factor de localización. Estos factores permitirán reducir el número de opciones posibles para descartar los sectores geográficos que no correspondan a las condiciones requeridas por el proyecto.

El análisis de macro y micro localización indica la mejor alternativa de instalación dentro de una zona escogida.

3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

La ubicación del proyecto se encuentra determinada previamente en función de las actividades productivas y de mercado, es decir se concentrará en la Zona Sierra – Centro.

GRÁFICO N°. 3.1: UBICACIÓN GEOGRÁFICA



Fuente: <http://fotosdeculturas.blogspot.com>
Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.1.1.1 Macro localización

La macro localización corresponde al primer nivel de la localización, es decir determinar el punto más adecuado donde debe ubicarse la academia de baile de ritmos folclóricos ecuatorianos. Se ha seleccionado la provincia de Cotopaxi en el cantón Latacunga como la ubicación geográfica del proyecto sin embargo se realiza un análisis sobre la localización por las diversas características.

Características del cantón Latacunga

CUADRO N° 3.1: CARACTERÍSTICAS DEL CANTÓN LATACUNGA

Ubicación	Se encuentra en la Sierra centro del país, en las estribaciones de la cordillera de los Andes en Ecuador cerca del volcán Cotopaxi en la hoya de Patate. Se encuentra a 2750 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 12 grados centígrados.
Población	La población es de 170.489 habitantes.
Clima y Temperatura	Cuenta con un clima templado, frío y cálido húmedo

Fuente: Enciclopedia libre. Wikipedia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.1.1.2 Micro localización

El segundo nivel de análisis es la micro localización que consiste en la ubicación concreta y específica del proyecto, donde se define en qué lugar se encontrará ubicado el mismo; es relevante acotar que en este lugar existen factores determinantes como la cercanía, vías de acceso, disponibilidad de servicios básicos.

Se ha seleccionado el sector de “El Salto” puesto que a través de la investigación realizada se identificó que es uno de los lugares que prefiere la gente por ser una zona comercial y por el fácil acceso que se tiene a este.

- Ventilación
- Salida de emergencia
- Dos salones de 8 metros * 6 metros
- Dos vestidores con duchas uno para hombres y otro para mujeres
- Techo alto.

GRÁFICO N°3.3 : INFRAESTRUCTURA INTERNA



Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.3 CAPACIDAD INSTALADA

Es aquella que indica cuál será la máxima capacidad para ofrecer el servicio que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc.

La capacidad instalada para la academia de baile será de 32 alumnos, 16 en cada salón de baile y se ofrecerá clases en tres horarios, siendo estos en la mañana, en la tarde y en la noche acomodándose de esta manera a las necesidades de los clientes. Teniendo como capacidad instalada diaria 96 personas que gustan de las terapias de baile folklórico.

3.3.1 MATERIALES A UTILIZAR EN EL PROYECTO

Para la ejecución y puesta en marcha del proyecto es necesario definir los requerimientos en cuanto a materiales o insumos.

3.3.1.1 ÁREA ADMINISTRATIVA

CUADRO N°3.2: MUEBLES Y ENSERES - GERENCIA

Descripción	Cantidad	Costo
Sillas	3	30,00
Estación de trabajo	1	250,00
Total		340,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

CUADRO N° 3.3: EQUIPOS DE OFICINA - GERENCIA

Descripción	Cantidad	Costo
Computador	1	650,00
Teléfono	1	80,00
Impresora	1	230,00
Total		960,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

CUADRO N° 3.4: EQUIPOS DE OFICINA – SECRETARÍA

Descripción	Cantidad	Costo
Computador	1	650,00
Teléfono	1	80,00
Impresora	1	230,00
Fax	1	150,00
Total		1110,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

CUADRO N° 3.5: MUEBLES Y ENSERES – SECRETARÍA.

Descripción	Cantidad	Costo
Sillas	3	30,00
Estación de trabajo	1	250,00
Archivador	1	170,00
Total		510,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.3.1.2 SERVICIOS

CUADRO N° 3.6: MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Costo.
Casilleros	5	20,00
Sillas	5	30,00
Gradillas	24	8,00
Espejos	3	55,00
Tubos	3	24,00
Closet.	2	350,00
Vestimenta	114	24,65
Total		4189,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.3.2 EQUIPOS QUE INTERVIENEN EN EL PROYECTO

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para ofrecer el servicio.

CUADRO N° 3.7: MAQUINARIA Y EQUIPOS

Descripción	Cantidad	Costo
Equipo de sonido	1	159,00
Infocus	1	799,00
DVD	1	150,00
Parlantes pre amplificados	2	295,00
Amplificador	1	150,00
Consola	1	120,00
Balanza	2	42,00
Botellón de agua	1	15,00
Total		2057,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.3.3. PERSONAL REQUERIDO

El requerimiento de personal se lo ha basado en función de los procesos y las necesidades técnicas determinadas para la ejecución del servicio.

CUADRO N° 3.8: PERSONAL REQUERIDO

Descripción	Cantidad	Sueldos
Gerente	1	350,00
Secretaria	1	292,00
Contador	1	292,00
Asistente de Servicios	1	292,00
Vendedor	1	292,00
Instructores	2	292,00
TOTAL	7	2.102,00

Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Existen muchos factores que influyen en el tamaño de la planta como son la demanda del mercado, la disponibilidad de materia prima, tecnología y recursos financieros.

Para el caso del centro de Folklorterapia se ha determinado el tamaño del proyecto en función de la capacidad instalada es decir del número de clientes que se logre atender, siendo su capacidad máxima 1.152 estudiantes por año.

3.5. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

Para la distribución de la empresa se ha considerado la adecuación de una oficina para el área administrativa en la que se encontrará la secretaria y el gerente, dos salones en los que se dictará las clases de baile, una bodega en la que se guardará la vestimenta utilizada para las presentaciones, baños con vestidores.

3.5.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPIEDAD.

En la descripción de la propiedad se establece que no se adquirirá un terreno para la implementación de la academia, sin embargo se debe determinar las necesidades frente al espacio para la instalación de la misma por lo que se especifica un terreno de aproximadamente 120m², donde se pueda adaptar un sector para el área administrativa, uno para salones de baile y otro destinado a bodegas y baños.

3.5.2. DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA.

En la distribución de la planta se establece los espacios necesarios para ejecutar el servicio, se diseña cinco áreas de trabajo para la ejecución distintas actividades referentes al baile; así como el proceso administrativo lo que permita entregar a los clientes una atención de calidad. También se toma en cuenta que se contará con un lugar de almacenamiento y bodega de los trajes típicos utilizados para las presentaciones.

GRÁFICO N°. 3.4: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.



Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

3.6. PROCESO DEL SERVICIO

Folkloterapia está considerado como un macroproceso y es por eso que es importante diseñar los subprocesos que se encuentran integrando este proceso para estandarizar el servicio y al mismo tiempo sea de calidad.

3.6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso se define como la forma en que una serie de actividades se transforman en servicios. Según el flujo, los procesos pueden ser en serie, por servicio y por actividad.

3.6.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Para el procedimiento del servicio de Folklor terapia se diseña un proceso productivo en el que se integra las actividades generales para integrarse a la academia y la ejecución del baile.

3.6.2.1 Metodología del diseño de procesos de producción.

Consiste en secuencias de acciones cada una dependiente de la salida anterior. Para determinar el proceso a realizar en el estudio se jerarquiza de acuerdo a los siguientes criterios:

a.- Macro proceso. Cuando un proceso involucra a más de una función dentro de la estructura de la organización, configura una red de procesos denominada macro proceso.

El Macro proceso a desarrollar es el de contratación del servicio e ingreso del estudiante a la academia.

b.- Subproceso. Cuando un macro proceso es demasiado complejo para ser detallado mediante un diagrama de flujo, se suele dividir en subprocesos para delimitar cada actividad.

Al interior del macro proceso de producción se especifica los procedimientos de contrato de servicio, clases de baile, y presentaciones.

c.- Procedimiento. Es el conjunto de pasos que conforman los procesos y subprocesos.

d.- Actividades. Son las acciones u operaciones detalladas de cada paso o evento de un procedimiento detallando inicio y fin.

3.6.3. PROCEDIMIENTO - MACROPROCESO: PRODUCCIÓN.

3.6.3.1 PRODUCCIÓN

Un proceso de servicios, es el conjunto de actividades necesarias para diseñar un producto final, teniendo como componente esencial intangibilidad.

Para la contratación del servicio y ejecución del mismo se definen dos actividades como las más importantes, para lo cual se presenta la descripción del proceso por cada subproceso ubicando.

3.6.3.2 MACROPROCESO: Producción

PROCEDIMIENTO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Gerencia	Se desarrolla los programas de baile y se programa estrategias de marketing para incrementar las ventas.	Gerente
Ventas	Se realiza visitas directas en universidades, empresas públicas y privadas para impulsar las ventas.	Vendedor
Atención al cliente	El cliente se acerca a la academia y la secretaria recibe al cliente y entrega la información necesaria. Realiza ficha de inscripción y se entrega comprobante para el pago.	Secretaria
Tesorería	Se recibe el comprobante de pago y el costo del curso. Se emite una factura.	Contador
Inicio de baile	El cliente se dirige a camerinos se cambia a la vestimenta adecuada.	Cliente
Folklor terapia	El cliente se ubica en el salón de baile y el instructor dicta la clase con una coreografía folklórica.	Instructor

3.6.4. PROCEDIMIENTO - SUBPROCESOS

3.6.4.1 CONTRATACIÓN DE SERVICIOS

El proceso de contratación de servicios, es el conjunto de actividades necesarias para adquirir el servicio; es decir que actividades se deberán realizar para ser parte de la academia.

SUBPROCESO: Contratación de servicios

PROCEDIMIENTO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Atención al cliente	El cliente se acerca al cubículo de servicio y solicita la inscripción al curso. Se verifica la existencia de cupos, si hay espacios se llena una ficha de inscripción y procede a entregar un comprobante de pago que será entregado en tesorería para finalizar el proceso de matrícula en el curso.	Secretaria
Cliente	Se dirige al departamento de contabilidad y procede a realizar el pago.	Cliente
Tesorería	El contador recibe el comprobante de pago, registra al cliente y procede a realizar la factura, se entrega al cliente el documento original y se queda una copia para tesorería.	Contador

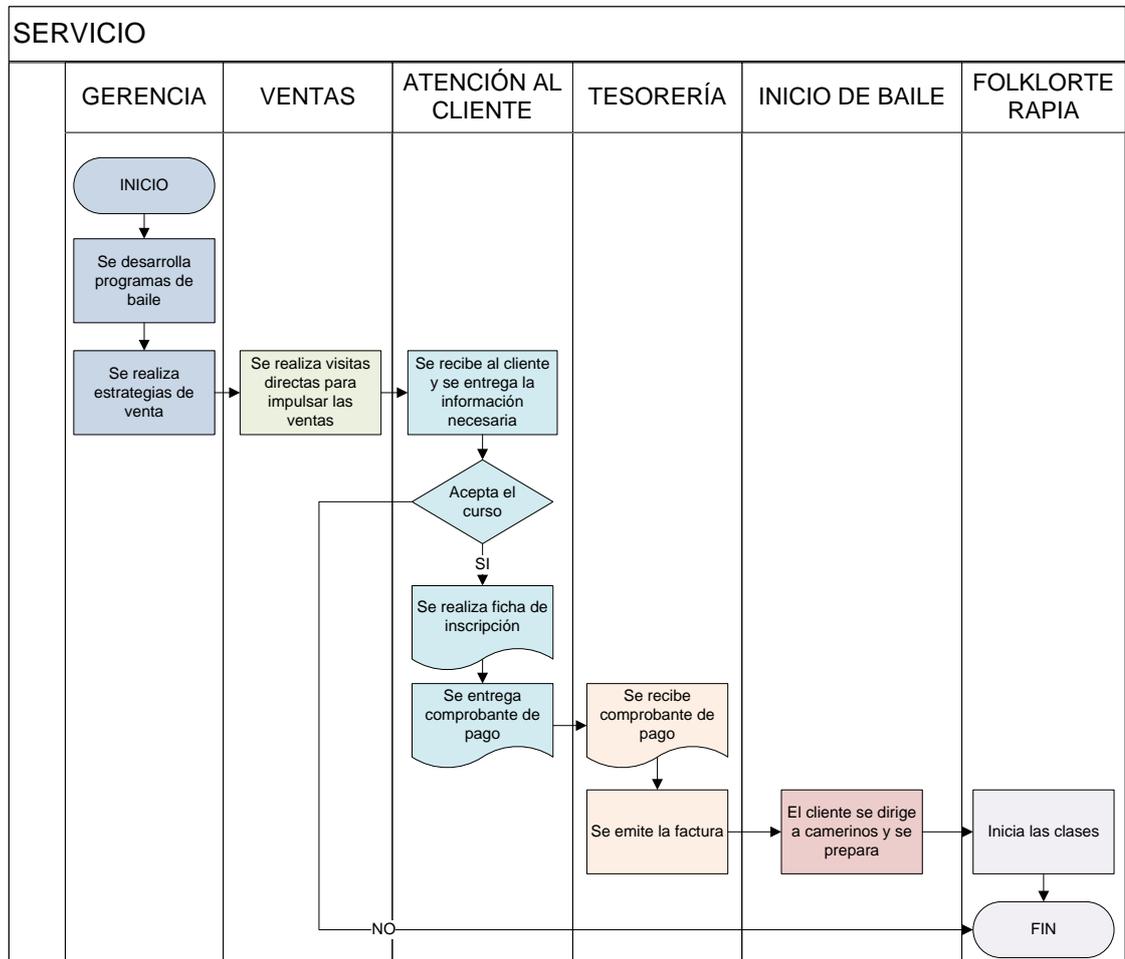
3.6.4.2 BAILE

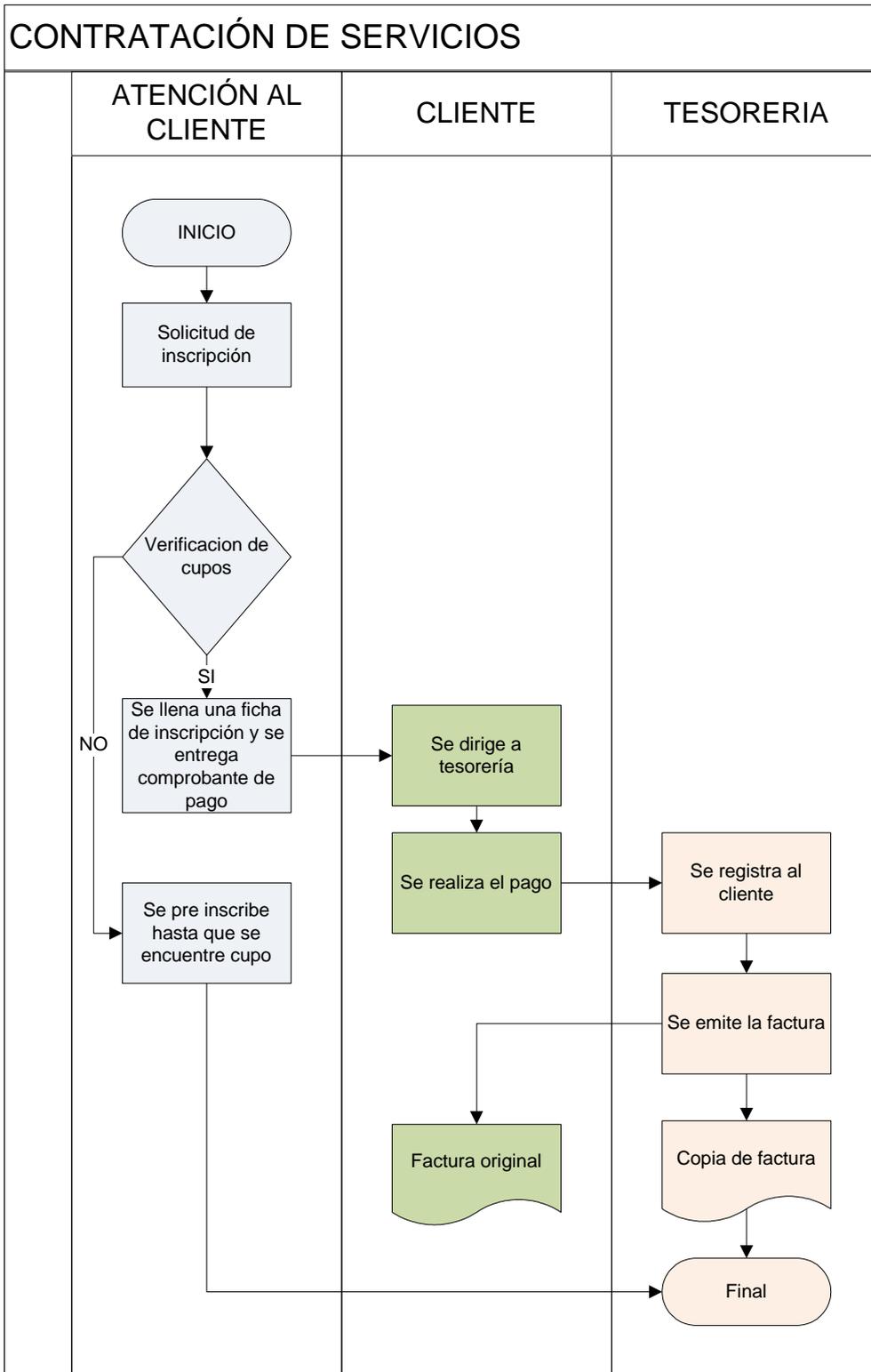
El proceso de ejecución de la clase de baile, es el conjunto de actividades necesarias que comprende desde inicio del estudiante hasta su preparación diaria.

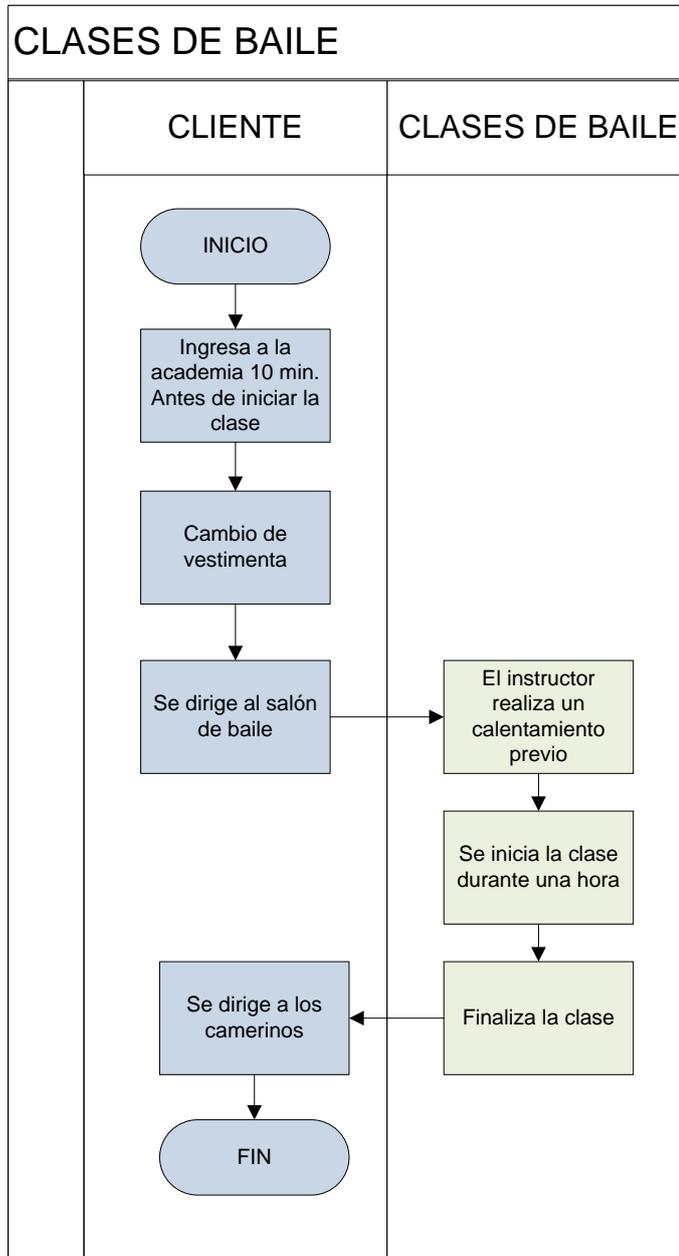
SUBPROCESO: Clases de Baile.

PROCEDIMIENTO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Cliente	El cliente ingresa a la academia 10 minutos antes de iniciar la clase, ingresa a los camerinos y se coloca la vestimenta adecuada, para proceder a ingresar al salón de baile que le corresponda de acuerdo al horario.	Usuario
Clase de baile	Se ingresa al salón de baile y el instructor realiza ejercicios de calentamiento previo a las clases y se inicia la clase durante una hora.	Instructor
Cliente	Al finalizar la clase el cliente regresa al camerino para finalizar su jornada de trabajo.	Usuario

3.6.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESOS







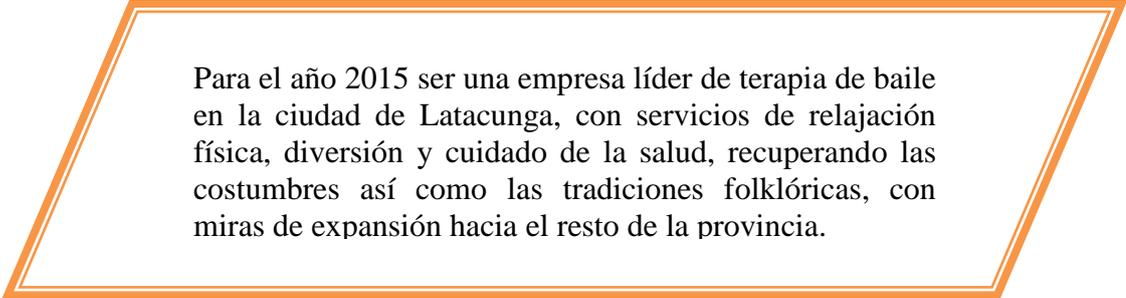
CAPITULO IV

DISEÑO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 VISIÓN.

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización.

Visión FOLKLORTERAPIA

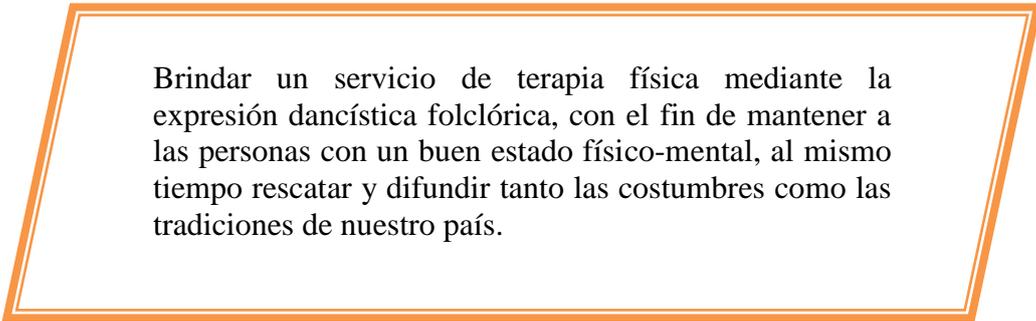


Para el año 2015 ser una empresa líder de terapia de baile en la ciudad de Latacunga, con servicios de relajación física, diversión y cuidado de la salud, recuperando las costumbres así como las tradiciones folklóricas, con miras de expansión hacia el resto de la provincia.

4.2 MISIÓN.

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

Misión FOLKLORTERAPIA



Brindar un servicio de terapia física mediante la expresión dancística folclórica, con el fin de mantener a las personas con un buen estado físico-mental, al mismo tiempo rescatar y difundir tanto las costumbres como las tradiciones de nuestro país.

4.3 POLITICAS

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.

4.4 VALORES.

Los valores no son ni pueden ser un simple enunciado; ellos tienen un papel especial en el desarrollo de las acciones consecuentes con los mismos. Si nos atenemos a esta afirmación, sabemos que se hace necesario trabajar con los valores, lo cual facilitará resultados más eficientes.

Puntualidad: En las clases del folklorterapia

Confianza: En que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

Compromiso: Con nuestro clientes, al brindarles un servicios de calidad

Honestidad: Actuamos con la debida transparencia

Respeto: Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos.

Solidaridad: Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo.

Tolerancia: Valoramos a los demás por lo que son, aceptando con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros

4.5 CONSTITUCIÓN LEGAL.

La empresa **FOLKLORTERAPIA** estará constituida bajo la forma de persona natural.

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

a) Ventajas Persona Natural

- La constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.
- La constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

b) Desventajas Persona Natural

- Tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales.
- Capital limitado sólo a lo que pueda aportar el dueño.

- Presenta menos posibilidades de poder acceder a créditos financieros, los bancos o entidades financieras se muestran menos dispuestos a conceder préstamos a Personas Naturales.
- Falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño.

4.5.1 ASPECTOS TRIBUTARIOS

4.5.1.1 PERSONAS NATURALES

“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

CUADRO N° 4.1: PLAZOS PARA LA PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

Mi número de cedula es:
0502438088

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado por: Oscar Calvopiña

La empresa de Folklor terapia al ser constituida como persona natural no obligada a llevar contabilidad, sin embargo deberá realizar las declaraciones de IVA según lo que estipula la ley y en los plazos establecidos.”²¹

²¹ Servicio de rentas internas. Sri.gob.ec

4.5.1.2 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

a) Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA).- “Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de Retención o de Percepción.

b) Declaración del Impuesto a la Renta.- La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.”²²

4.5.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

a) Permiso de Funcionamiento de los Bomberos

Como siguiente paso se debe obtener el Permiso Funcionamiento de los Bomberos. Solicitando previamente una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores que serán colocados según las dimensiones del local comercial. Este trámite debe ser renovado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes:

- Original y una copia del RUC actualizado
- Copia de la escritura de la constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del representante legal de la compañía
- Copia a color de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del representante legal de la empresa

²² Servicio de rentas internas. Sri.gob.ec

- Factura original de la compra de extintores de incendios. Estos extintores deberán ser recargados anualmente y la factura es indispensable para renovar el permiso.

b.- Permiso Municipal de Funcionamiento

Como paso final es necesario obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento. Este documento es emitido el Municipio. El permiso debe ser renovado anualmente.

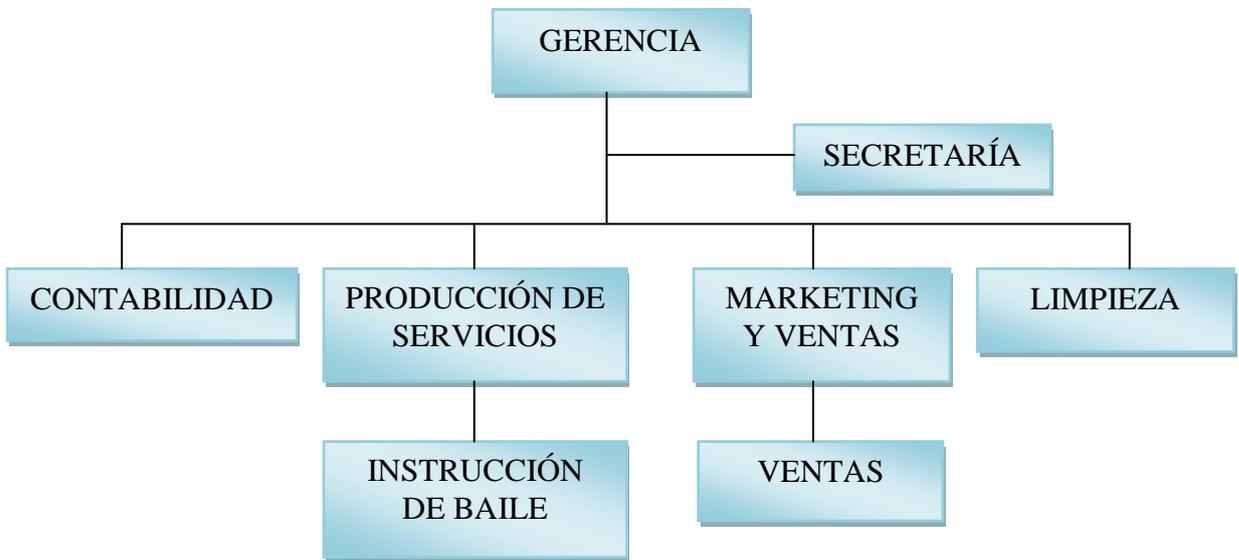
Los documentos necesarios para obtener el documento son:

- Tasa única de trámite
- Solicitud para habilitación de locales de servicios
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Carta de autorización para la persona que realice el trámite
- Copia de la patente del año a tramitar
- Copia de predios urbanos
- Croquis detallado del lugar donde está ubicado el negocio.

4.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

GRÁFICO N°4.1: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

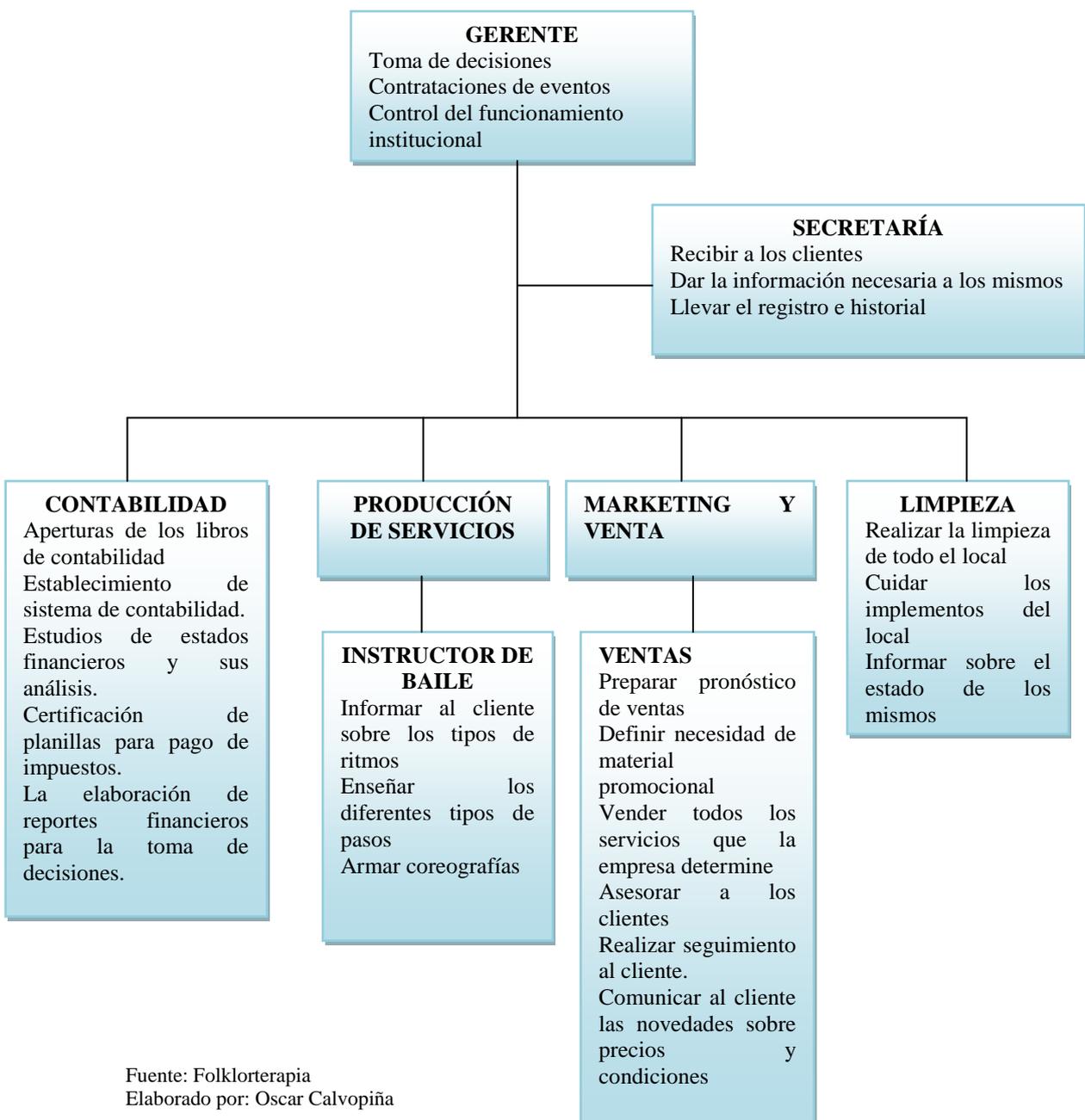


Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

4.7 ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

GRÁFICO N°4.2: ORGANIGRAMA FUNCIONAL



4.8 DESCRIPCION DE LOS CARGOS

Para la ejecución del proyecto, se contará con un área administrativa, una operativa y una de servicios.

a.- Área administrativa

El área administrativa se encargará del manejo de los recursos para cumplir con los objetivos y obtener las máximas utilidades, así como los ingresos y egresos, administración del personal y de los clientes, entre otros; y estará integrada de la siguiente manera:

- ✓ Gerente General.
- ✓ Secretaria.

b.- Área de Producción de Servicios

Esta área se encargará del servicio es decir de la terapia de baile, la que estará integrada de la siguiente manera

- ✓ Instructores de baile.

c.- Área Financiera

Es la encargada del departamento de contabilidad, responsable de que se lleven correctamente los registros de contabilidad y sus respaldos. De la preparación de los informes financieros y estadísticos que sean necesarios.

- ✓ Contabilidad

d.- Área de Marketing

La función del marketing es esencial para los resultados económicos de la empresa puesto que se ocupará de vender el servicio, estudiar el mercado, la psicología de los clientes reales y potenciales, la situación de la oferta y la demanda, así como las tendencias sociales que afecten de manera directa o indirecta a los servicios.

- ✓ Ventas

c.- Área de servicios

Se encargará de mantener el local en buen estado y aseado, y estará integrado por:

- ✓ Operario de limpieza.

4.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING.

4.8.1 SERVICIO.- Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo.²³

²³ Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 385

CUADRO N°4.2: ESTRATEGIAS DE SERVICIOS

SEGMENTOS	ESTRATÉGIAS
Terapia de baile para niños	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar un buzón de sugerencias en las instalaciones de la academia.
Terapia de baile para jóvenes, adultos y adultos mayores	<ul style="list-style-type: none"> • La academia establecerá un contacto con la cooperativa de taxis “Taxi Amigo”, para que estos otorguen un servicio de transporte puerta a puerta a los estudiantes que no dispongan de transporte.
Presentaciones	<ul style="list-style-type: none"> • La academia dispone de diversos tipos de trajes, que estarán a disposición de los estudiantes para las presentaciones. • La realización de eventos donde los niños tengan la oportunidad de exhibir su desarrollo a los padres, para así poder verificar el progreso de sus niños, por lo que se realizarán presentaciones y fiestas integrales continuamente.

Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

Atributos del servicio

- Mantener un estado físico adecuado.
- Salir de la monotonía.
- Bailar es una forma de divertirse y hacer ejercicio al mismo tiempo.
- Quema aproximadamente 400 calorías por hora.
- Disminuye el estrés.

- Tonifica los músculos.
- Ayuda a mejorar el equilibrio y la coordinación.
- El baile deja expresar la creatividad.

4.8.2 PRECIO.- Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.²⁴

CUADRO N°4.3: ESTRATEGIAS DE PRECIO

SEGMENTOS	ESTRATÉGIAS
Terapia de baile para niños Terapia de baile para: jóvenes, adultos y adultos mayores	<ul style="list-style-type: none"> • La academia se lanzará al mercado con un precio bajo, para que de ese modo, se pueda lograr una rápida penetración, en el mercado y lograr posicionarse en la mente del consumidor. • Manejar precios bajos, para que de ese modo, se pueda atraer una mayor clientela.
Presentaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Las presentaciones se realizaran con los alumnos que deseen participar en ellas, este servicio no tiene ningún costo adicional.

Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

²⁴ Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", 6ta. Edición, Prentice Hall, Pág. 353.

4.8.3 PLAZA.- Es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren".²⁵

CUADRO N°4.4: ESTRATEGIAS DE PLAZA

SEGMENTOS	ESTRATÉGIAS
Terapia de baile para niños Terapia de baile para: jóvenes, adultos y adultos mayores Presentaciones	<ul style="list-style-type: none"> • El servicio llega directamente al consumidor es decir a los alumnos de la academia de baile.

Fuente: Folklorterapia
 Elaborado por: Oscar Calvopiña

4.8.4 PROMOCIÓN.- La promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados".²⁶

²⁵ Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", Edición del Milenio, Prentice Hall, Pág. 98.

²⁶ Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad" Grupo Editorial Norma, Pág. 44.

CUADRO N°4.5: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

SEGMENTOS	ESTRATÉGIAS
<p>Terapia de baile para niños</p> <p>Terapia de baile para: jóvenes, adultos y adultos mayores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizará cuñas radiales en la Radio Latacunga y Novedades, se publicará anuncios en la Gaceta y se harán 1000 volantes, los mismos que serán distribuidos en lugares estratégicos. • Enviar anuncios por Internet. • Realizar sorteos o concursos entre los clientes.
<p>Presentaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear actividades o eventos. • Participar en ferias. • Se realizará cuñas radiales en la Radio Latacunga y Novedades, se publicará anuncios en la Gaceta y se harán 1000 volantes, los mismos que serán distribuidos en lugares estratégicos. • Enviar anuncios por Internet.

Fuente: Folklorterapia
Elaborado por: Oscar Calvopiña

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Las decisiones de inversiones en relación con las empresas individuales se deben basar principalmente en las utilidades posibles de la inversión. Aunque puede haber notables diferencias en la tasa de utilidad requerida para justificar la inversión, en las empresas a pequeña o gran escala, el aspecto financiero. Para tomar decisiones al respecto es necesario hacer un análisis detallado del proyecto, incluida una evaluación financiera.

El objetivo de la parte del estudio de la inversión y financiamiento es el de identificar cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento la academia de baile folklórico, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá o pretenderá obtener.

CUADRO N° 5.1: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO		
INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS	VALORES	PORCENTAJE
TERRENOS	0,00	0,0%
EDIFICIOS	0,00	0,0%
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.067,00	21,73%
EQUIPO DE OFICINA	2.070,00	21,76%
ACCESORIOS (MANTENIMIENTO)	82,74	0,87%
MUEBLES Y ENSERES	5.040,00	53,0%
TOTAL	9.259,74	97,4%
ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	250,00	2,6%
TOTAL	250,00	2,6%
TOTAL INVERSIONES	9.509,74	100,0%
FINANCIAMIENTO		
CREDITO	0,0	0,0%
CAPITAL SOCIAL	9.509,74	100,0%
TOTAL FINANCIAMIENTO	9.509,74	100,0%

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Depreciaciones.- La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.

CUADRO N° 5.2: DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES			
	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION
Maquinaria y equipos	2.067,00	10	206,70
Equipos de Oficina	2.070,00	5	414,00
Accesorios -mantenimiento	82,74	10	8,27
Muebles y Enseres	5.040,00	10	504,00
TOTAL	9.259,74		1.132,97

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.2 DETERMINACIÓN DE GASTOS

La determinación de gastos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que se vende el producto o servicio permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los gastos de funcionamiento de la empresa

5.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los costos que no están directamente relacionados con la venta o distribución de bienes y servicios.

CUADRO N° 5.3: GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
PERSONAL ADMINISTRATIVO	CANT	VALOR MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
GERENTE GENERAL	1	350,00	4.200,00
SECRETARIA	1	292,00	3.504,00
CONTADOR	1	292,00	3.504,00
SUBTOTAL	3		11.208,00
			VALOR ANUAL
GASTOS DE OFICINA			400,00
ARRIENDO			
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			11.608,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.2.2 GASTOS DE VENTAS

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas. Como por ejemplo: fletes, publicidad, sueldos y comisiones de vendedores.

CUADRO N° 5.4: GASTOS DE VENTAS

GASTOS DE VENTAS			
PERSONAL DE VENTAS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
VENDEDOR	1	292,00	3.504,00
SUBTOTAL	1		3.504,00
OTROS GASTOS			VALOR ANUAL
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD			650,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS			4.154,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.2.3 MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

- **Mano de obra directa:** es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.
- **Mano de obra indirecta:** es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio

CUADRO N° 5.5: MANO DE OBRA

	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA			
INSTRUCTORES	2	292,00	7.008,00
MANO DE OBRA INDIRECTA			
ASISTENTE DE SERVICIOS	1	292,00	3.504,00
TOTAL	3		10.512,00

Elaborado por: Oscar Calvopiña

CUADRO N° 5.6: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

SUMINISTROS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ENERGIA ELECTRICA(KW/h)	1	0,88	0,88
AGUA POTABLE (m3)	1	0,08	0,08
TOTAL			0,96
CONCEPTO	VALOR MESUAL	VALOR ANUAL	
ARRIENDO	350,00	4200,00	
TOTAL		4200,00	

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio permite:

- Obtener una primera simulación que permita saber a partir de qué cantidad de ventas se empezará a generar utilidades.
- Conocer la viabilidad de un proyecto.

Para determinar el punto de equilibrio se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$Q = \frac{CF}{P - CVu}$$

Donde:

Q= Punto de equilibrio

CF= Costos fijos

P= Precio

CVu= costo variable unitario

CUADRO N° 5.7: PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	DE 1 A 12-2013	
	VALORES	PORCENTAJES
Mano de Obra Directa	7.008,0	21,4%
Mano de Obra Indirecta	3.504,0	10,7%
Reparación y Mantenimiento	0,0	0,0%
Arriendos	4.200,0	12,8%
Seguros	0,0	0,0%
Imprevistos	0,0	0,0%
Depreciación y Amortización	1.183,0	3,6%
Gastos de Ventas	4.154,0	12,7%
Gastos de Administración	11.608,0	35,4%
Gastos Financieros	0,0	0,0%
TOTAL COSTOS FIJOS	31.657,0	96,6%
COSTOS VARIABLES		
Materias Primas Consumidas	0,0	0,0%
Suministros	1.105,9	3,4%
Materiales Indirectos	0,0	0,0%
TOTAL COSTOS VARIABLES	1.105,9	3,4%
PUNTO DE EQUILIBRIO:		
UNIDADES	1.061	89,80%
VALORES	32.650	89,80%

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas para el proyecto se realiza en función de la venta de los tres servicios establecidos que son terapia para niños, terapia para jóvenes, adultos, adultos mayores y las presentaciones, con precios que servirán para ingresar al mercado, a partir del año 2015 se ha realizado un incremento en el precio del 10%. Además desde el año 2014 se incrementará las clases de terapia de baile para jóvenes, adultos y adultos mayores en horarios intensivos los días sábados.

CUADRO N° 5.8: PROYECCIÓN DE VENTAS

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	2013	2014	2015	2016	2017
EN UNIDADES DE PRODUCTO					
Terapia de baile folklórico jóvenes -adultos y adultos mayores	864	1.056	1.056	1.056	1.056
Terapia de baile folklórico para niños	288	288	288	288	288
Presentaciones	30	30	30	30	30
PRECIOS ESTIMADOS EN DOLARES					
Terapia de baile folklórico jóvenes -adultos y adultos mayores	25,00	25,00	27,50	30,25	33,28
Terapia de baile folklórico para niños	20,00	20,00	22,00	24,20	26,62
Presentaciones	300,00	300,00	330,00	363,00	399,30
INGRESOS POR PRODUCTO					
Ingresos por baile folklórico jóvenes-adultos	21600	26400	29040	31944	35143,70
Ingresos por baile folklórico niños	5760	5760	6336	6969,6	7666,60
Ingresos por presentaciones	9000	9000	9900	10890	11979,00
INGRESOS TOTALES	36.360,00	41.160,00	45.276,00	49.803,60	54.783,96

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.5 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido la empresa durante un periodo de tiempo determinado. Para el caso de la academia FOLKLORTERAPIA se ha realizado una proyección para 5 años.

CUADRO N° 5.9: FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	2012 preoper	2013	2014	2015	2016	2017
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,00	36.360,00	41.160,00	45.276,00	49.803,60	54.783,96
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Mano de obra directa	0,00	7.008,00	8.760,00	9.723,60	10.793,20	11.980,45
Mano de obra indirecta	0,00	3.504,00	4.380,00	4.861,80	5.396,60	5.990,22
Gastos de ventas	0,00	4.154,00	5.030,00	5.511,80	6.046,60	6.640,22
Gastos de administración	0,00	11.608,00	14.410,00	15.951,10	17.661,72	19.560,51
Costos Indirectos de fabricación	0,00	5.305,90	5.490,20	5.764,70	6.052,90	6.355,60
Total egresos	0,00	31.579,90	38.070,20	41.813,00	45.951,01	50.527,01
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	4.780,10	3.089,80	3.463,00	3.852,59	4.256,95
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aportes de capital	9.509,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos no operacionales	9.509,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago participación de utilidades	0,00	0,00	539,57	313,67	410,82	512,49
Pago de impuestos	0,00	0,00	764,39	444,36	582,00	726,03
Adquisición de activos fijos:						
Maquinarias y equipos	4.219,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	5.040,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cargos diferidos	250,00					
Total egresos no operacionales	9.509,74	0,00	1.303,95	758,03	992,82	1.238,51
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0,00	0,00	-1.303,95	-758,03	-992,82	-1.238,51
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	0,00	4.780,10	1.785,85	2.704,97	2.859,77	3.018,44
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	0,00	4.780,10	6.565,95	9.270,92	12.130,69
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	0,00	4.780,10	6.565,95	9.270,92	12.130,69	15.149,13

Elaborado por: Oscar Calvopiña

El incremento de mano de obra para el 2014 es del 25% puesto que se ofrecerá cursos los días sábados, razón por la cual se debe cubrir los costos de instructores, a partir de ese año se ha tomado en cuenta el incremento de salarios unificados siendo del 10.6% con respecto a los años anteriores

Los costos indirectos se han proyectado en función del porcentaje de inflación anual que a junio del 2012 del 5%

5.6 BALANCE PROYECTADO

El balance general es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los activos, los pasivos y el patrimonio con que cuenta una empresa en un momento determinado.

El balance general permite conocer la situación financiera de la empresa, analizar esta información y, en base a ello tomar decisiones.

CUADRO N° 5.10: BALANCE GENERAL PROYECTADO

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	0	4.780,10	6.750,20	9.914,00	13.520,70	17.588,80
Cuentas y documentos por cobrar comerciales	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	0	4.780,10	6.750,20	9.914,00	13.520,70	17.588,80
ACTIVOS FIJOS						
Maquinarias y equipos	4.219,74	4.219,70	4.219,70	4.219,70	4.219,70	4.219,70
Muebles y enseres	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00	5.040,00
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	9.259,74	9.259,70	9.259,70	9.259,70	9.259,70	9.259,70
(-) depreciaciones acumuladas	0	1.133,00	2.265,90	3.398,90	4.531,90	5.664,90
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.259,74	8.126,80	6.993,80	5.860,80	4.727,80	3.594,90
ACTIVO DIFERIDO NETO	250	200	150	100	50	0
OTROS ACTIVOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL DE ACTIVOS	9.509,70	13.106,80	13.894,00	15.874,80	18.298,60	21.183,70
PASIVO CORRIENTE						
Gastos acumulados por pagar	0	1.304,00	758	992,80	1.238,50	1.494,80
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	0	1.304,00	758	992,80	1.238,50	1.494,80
PASIVO DE LARGO PLAZO	0	0	0	0	0	0
TOTAL DE PASIVOS	0	1.304,00	758	992,80	1.238,50	1.494,80
PATRIMONIO						
Capital Social pagado	9.509,74	9.509,74	9.509,70	9.509,70	9.509,70	9.509,70
Reserva Legal	0	0	229,30	362,60	537,20	755
Futuras capitalizaciones	0	0	0	0	0	0
Utilidad (pérdida) retenida	0	0	2.063,80	3.263,60	4.835,00	6.795,30
Utilidad (pérdida) neta	0	2.293,20	1.333,10	1.746,00	2.178,10	2.628,80
TOTAL DE PATRIMONIO	9.509,74	11.802,90	13.136,00	14.882,00	17.060,00	19.688,90
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	9.509,74	13.106,80	13.894,00	15.874,80	18.298,60	21.183,70
COMPROBACION DEL BALANCE	0	0	0	0	0	0

Elaborado por: Oscar Calvopiña

5.7 VAN, TIR DEL PROYECTO

5.7.1 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) mide la ganancia del proyecto, al restar la inversión al total de los futuros flujos de dinero.

Si $VAN > 0$: El proyecto es rentable, se acepta. Si $VAN < 0$: El proyecto no es rentable, se rechaza.

CUADRO N° 5.11: DATOS VAN

Año	Flujo de caja neto proyectado
0	-9509,74
1	4780.10
2	1785.85
3	2704.97
4	2859.77
5	3018.44

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Formula:

$$VAN = -Co + \frac{C1}{(1+r)} + \dots + \frac{Cn}{(1+r)^n}$$

Co= Inversión Inicial

Cn= Flujo de caja neto proyectado.

r = tasa de descuento

Aplicando la formula se obtiene:

$$VAN = -9509,74 + \frac{4780.10}{(1+0,12)} + \frac{1785.85}{(1+0,12)^2} + \frac{2704.97}{(1+0,12)^3} + \frac{2859.77}{(1+0,12)^4} + \frac{3018.44}{(1+0,12)^5}$$

$$VAN = 1637.43$$

El VAN para la academia de baile FOLKLORTERAPIA es de 1637.43; por ser un VAN positivo y mayor que cero se puede determinar que el proyecto si es viable.

5.7.2 TIR

Mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para ser considerado rentable.

Para el cálculo del TIR se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + (TM - T_m) * (VAN_{T_m} / VANT_m - VAN_{TM})$$

En donde:

T_m = Tasa de descuento VAN positivo

TM = Tasa de descuento del VAN negativo

VAN_{T_m} = VAN positivo

VAN_{TM} = VAN negativo

CUADRO N° 5.12: DATOS PARA EL CÁLCULO TIR

Año	Flujo de caja neto proyectado
0	-9509,74
1	4780.10
2	1785.85
3	2704.97
4	2859.77
5	3018.44

Elaborado por: Oscar Calvopiña

CUADRO N° 5.13: INFORMACION VAN

TASA DE DESCUENTO	VAN
16%	687.75
20%	-128.55

Elaborado por: Oscar Calvopiña

$$TIR = 16 + (20 - 16) * (687.75/687.75 - (-128.55))$$

TIR= 16.85%

Para la academia de baile FOLKLORTERAPIA se cuenta con una tasa interna de retorno de 16.85%

5.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

5.8.1 ESCENARIO OPTIMISTA

CUADRO N° 5.14: FLUJO DE CAJA OPTIMISTA

	Per.preoperación	DE 1 A 12-2013	DE 1 A 12- 2.014	DE 1 A 12- 2.015	DE 1 A 12- 2.016	DE 1 A 12- 2.017
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,0	39.996,0	45.276,0	49.803,6	54.784,0	60.262,4
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mano de obra directa	0,0	7.008,0	8.760,0	9.723,6	10.793,2	11.980,4
Mano de obra indirecta	0,0	3.504,0	4.380,0	4.861,8	5.396,6	5.990,2
Gastos de ventas	0,0	4.154,0	5.030,0	5.511,8	6.046,6	6.640,2
Gastos de administración	0,0	11.608,0	14.410,0	15.951,1	17.661,7	19.560,5
Costos Indirectos de fabricación	0,0	5.305,9	5.490,2	5.764,7	6.052,9	6.355,6
	0,0	31.579,9	38.070,2	41.813,0	45.951,1	50.527,0
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,0	8.416,1	7.205,8	7.990,6	8.832,9	9.735,4
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aportes de capital	9.509,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	9.509,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						

Pago participación de utilidades	0,0	0,0	1.085,0	931,1	1.090,0	1.259,5
Pago de impuestos	0,0	0,0	1.537,0	1.319,0	1.544,1	1.784,4
Adquisición de activos fijos:						
Maquinarias y equipos	4.219,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muebles y enseres	5.040,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cargos diferidos	250,0					
	9.509,7	0,0	2.622,0	2.250,1	2.634,1	3.043,9
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0,0	0,0	-2.622,0	-2.250,1	-2.634,1	-3.043,9
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)		8.416,1	4.583,8	5.740,5	6.198,8	6.691,5
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,0	0,0	8.416,1	12.999,9	18.740,4	24.939,2
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	0,0	8.416,1	12.999,9	18.740,4	24.939,2	31.630,7

Elaborado por: Oscar Calvopiña

$$VAN = -C_0 + \frac{C_1}{(1+r)} + \dots + \frac{C_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -9509,74 + \frac{8416,10}{(1+0,12)} + \frac{4583,80}{(1+0,12)^2} + \frac{5740,50}{(1+0,12)^3} + \frac{6198,8}{(1+0,12)^4} + \frac{6691,5}{(1+0,12)^5}$$

$$VAN = 13481,21$$

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) * (VAN_{T_m} / VAN_{T_M} - VAN_{T_M})$$

TASA DE DESCUENTO	VAN
55%	1191.38
65%	-63.99

Elaborado por: Oscar Calvopiña

$$\text{TIR} = 55 + (65 - 55) * (1191.38 / 1191.38 - (-63.99))$$

$$\text{TIR} = 61.68\%$$

5.8.2 ESCENARIO PESIMISTA

CUADRO N° 5.15: FLUJO DE CAJA PESIMISTA

	2012					
	Per.preoperación	DE 1 A 12- 2013	DE 1 A 12- 2.014	DE 1 A 12- 2.015	DE 1 A 12- 2.016	DE 1 A 12- 2.017
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,0	32.724,0	37.044,0	40.748,4	44.823,2	49.305,6
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mano de obra directa	0,0	7.008,0	8.760,0	9.723,6	10.793,2	11.980,4
Mano de obra indirecta	0,0	3.504,0	4.380,0	4.861,8	5.396,6	5.990,2
Gastos de ventas	0,0	4.154,0	5.030,0	5.511,8	6.046,6	6.640,2
Gastos de administración	0,0	11.608,0	14.410,0	15.951,1	17.661,7	19.560,5
Costos Indirectos de fabricación	0,0	5.305,9	5.490,2	5.764,7	6.052,9	6.355,6
	0,0	31.579,9	38.070,2	41.813,0	45.951,1	50.527,0
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,0	1.144,1	-1.026,2	-1.064,6	-1.127,8	-1.221,4
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Aportes de capital	9.509,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Recuperación de inversiones temporales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	9.509,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Adquisición de activos fijos:						
Maquinarias y equipos	4.219,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Muebles y enseres	5.040,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cargos diferidos	250,0					
	9.509,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)		1.144,1	-1.026,2	-1.064,6	-1.127,8	-1.221,4
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,0	0,0	1.144,1	117,9	-946,7	-2.074,5
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	0,0	1.144,1	117,9	-946,7	-2.074,5	-3.296,0

Elaborado por: Oscar Calvopiña

$$VAN = -C_0 + \frac{C_1}{(1+r)} + \dots + \frac{C_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -9509,74 + \frac{1144,10}{(1+0,12)} + \frac{(-1026,2)}{(1+0,12)^2} + \frac{(-1064,6)}{(1+0,12)^3} + \frac{(-1127,8)}{(1+0,12)^4} + \frac{(-1121,4)}{(1+0,12)^5}$$

VAN=-11.417,07

CUADRO N° 5.16: ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD								
CRITERIO	TIR	VAN	VENTAS	FLUJO DE CAJA				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OPTIMISTA	61.68%	\$ 13481.21	\$39.996	8.416,1	7.205,8	7.990,6	8.832,9	9.735,4
ACTUAL	16.85%	1637.43	\$36.360	4780.1	1785.8	2704.9	2859.7	3018.4
PESIMISTA		(\$ 11.417,07)	\$32.724	1144.1	-1026.2	-1064.6	-1127.8	-1221.4

Elaborado por: Oscar Calvopiña

Al incrementar el precio de venta el punto de equilibrio también sufre cambios tanto en el escenario optimista como el pesimista.

Criterio Optimista.- para simular este escenario se ha tomado en cuenta un incremento del 10% en el precio de venta de cada servicio ofrecido, observándose un claro crecimiento del TIR y VAN.

Criterio Pesimista.- para el escenario pesimista se redujo el porcentaje utilizado para el criterio optimista en el precio de venta. Cabe mencionar que si la empresa se encontrara en este escenario estaría en perdida ya que se obtuvo un van negativo.

5.9 EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

El proyecto tendrá un gran impacto social ya que está dirigido a personas todas las edades sin importar su género, el mismo que permitirá salir de las rutinas diarias evitando el estrés cotidiano y fortaleciendo la mente y el cuerpo, a través de terapias de bailes folklórico.

Cabe mencionar que la academia de baile permitirá crear fuentes de empleo para los habitantes del sector y con ello un desarrollo a nivel local.

Es importante también el rescate cultural que el proyecto pretende realizar haciendo atractivos los ritmos folklóricos ecuatorianos y a la vez difundiendo escénicamente los trabajos realizados.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Después de realizar un análisis de mercado en la ciudad de Latacunga se pudo identificar la aceptación para el Centro de terapia de bailes Folklóricos “FOLKLORTERAPIA”, además se identifico los horarios de preferencia.
- Mediante el estudio técnico se pudo identificar la necesidad de materiales, de recurso humano, el tamaño del proyecto, así como también se pudo determinar la capacidad que tiene el centro de terapia de bailes Folklóricos para ofrecer sus servicios.
- La estructura organizacional establecida para la empresa es principalmente en el área operativa y administrativa, además se debe constituir bajo la forma de persona natural, estableciéndose el cumplimiento de normativas legales y tributarias establecidas en el país.
- Se pudo identificar la factibilidad económica del Centro de Terapia de Baile Folklórico a través de la evaluación económica, obteniendo un valor actual neto 1.637,43 y una tasa interna de retorno de 16.85%, además se identifico que para que la empresa pueda cubrir sus costos es decir no gane ni pierda debe vender 1.061 cursos de terapia de baile.

6.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar de manera continua un análisis del mercado para identificar si los clientes están satisfechos, además de identificar las debilidades de la empresa para en función de ello diseñar nuevas estrategias y posicionarse en la mente del consumidor.
- La puesta en marcha del proyecto permitirá la creación de nuevas fuentes de trabajo, por lo cual se recomienda dar cumplimiento con las normativas legales establecidas, como son pago de impuesto y de beneficios de ley.
- Para que los procesos tanto administrativos como operativos sean eficientes y efectivos es necesario dotar de capacitación al talento humano y realizar evaluaciones de desempeño para contar con un ambiente laboral adecuado.
- Es recomendable que se realice un análisis financiero con frecuencia el cual permita identificar y evaluar la condición económica en la que se encuentra la empresa, para esto se debe llevar un control adecuado de los costos, gastos y ventas para conseguir la rentabilidad que se desea.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRADE, Simón; Diccionario de Economía, Editorial Andrade.
- BONTA, Patricio; 199 preguntas sobre Marketing y Publicidad; Editorial Norma.
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.
- KOONTZ, Harold; Administración: una perspectiva global; Mc Graw-Hill; 1998.
- KOTLER, Philip; Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación y control; Editorial Diana; 1985.
- KOTLER, Philip; Dirección del Marketing; Prentice Hall; 1998
- MORENO, Segundo; Música y danza autóctonas del Ecuador; Biblioteca de la Fundación Cultural.
- OROZCO, Arturo; Investigación de Mercados; Editorial Norma; 1999.
- PORTER, Michael; Estrategia Competitiva; Editorial Continental; 1995.
- SANDHUSEN, Richard; Mercadotecnia; Editorial Continental; 2002.

LINCOGRAFÍA

- <http://www.dipromepg.efemerides.ec/5eess/2/37.htm>
- <http://sandyjacome.galeon.com/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Danzaterapia>
- <http://www.psiquiatria.com/noticias/hiperactividad/27231/>
- <http://www.enplenitud.com/el-baile-una-terapia-divertida.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Ansoff.