



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO  
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales  
Carrera en Ingeniería en Administración de  
Empresas Turísticas y Hoteleras

*El Turismo Social como Modelo de Inclusión para Adultas y  
Adultos Mayores en la Provincia del Guayas. Incorporación  
de Turismo de Tercera Edad.*

**Creación de un Centro de Recreación para Adultos Mayores**

Emilia Gianella Espinoza Ramírez

Gisella Carolina Zúñiga Ríos

**TUTOR:**

Lcdo. Luis Felipe Frías Serrano, Mgs.

**Guayaquil, 9 Diciembre del 2011**



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA EN INGENIERIA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
TURISTICAS Y HOTELERAS**

**EL TURISMO SOCIAL COMO MODELO DE INCLUSIÓN PARA ADULTAS Y  
ADULTOS MAYORES EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS. INCORPORACIÓN DE  
TURISMO DE TERCERA EDAD**

**CREACION DE UN CENTRO DE RECREACION PARA ADULTOS MAYORES**

**EMILIA GIANELLA ESPINOZA RAMIREZ**

**GISELLA CAROLINA ZÚÑIGA RIOS**

**TUTOR:**

**LCDO. LUIS FELIPE FRIAS SERRANO, MGS.**

**Guayaquil, 9 de Diciembre del 2011**

## DEDICATORIA

Queremos dedicar este trabajo a nuestras familias, por acompañarnos en cada uno de nuestros proyectos y estudios emprendidos y ser siempre nuestros más fervientes seguidores. Por todo lo que me han dado en esta vida, especialmente por sus sabios consejos y por estar a nuestro lado en los momentos difíciles.

Mamitas: Llevar a la memoria los primeros, sabiendo que si hay algo que sabemos hacer bien es gracias a ustedes, y que cuando llega la recompensa por un esfuerzo, no puedo dejar de recordar tu cercanía, complicidad, devoción...tu ejemplo. Que esta sea la mejor recompensa a todos esos años de entrega, desvelo y apoyo.

Papás: Detrás de este logro están usted, su apoyo confianza y cariño. Nada podría ser mejor ejemplo: Gracias por darnos la oportunidad de poder hacer realidad este sueño compartido, por alentarnos hacer lo que queremos y ser como somos.

Martin y Domenica: Nuestros queridos hijos, sin duda alguna nuestro motor en la vida, la mayor razón para cada día cosechar logros, esto es por usted, para ser el mejor ejemplo de perseverancia, de esfuerzo y sacrificios. Los amamos mucho!

## AGRADECIMIENTOS

Al Lcdo. Luis Felipe Frías, que más que tutor de tesis se convirtió en un gran amigo. Gracias, sin usted no hubiese sido posible desarrollarla con éxito.

Andrea Núñez por el apoyo a lo largo del desarrollo del proyecto, por su ayuda con el diseño interno del centro.

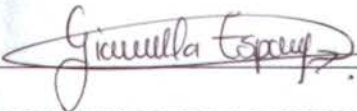
Maylin Luque por la ayuda con el diseño para presentación pública y legal.

A nuestros profesores y profesoras de la carrera que nos enseñaron más que números y letras: Said Diez, Eduardo Guzmán, Martha Alcocer, Ingrid Dávila, Erick Carchi.

A todos los que de una u otra forma fueron parte importante dentro del desarrollo de nuestro proyecto.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto nos corresponden exclusivamente como autoras, y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.”

  
\_\_\_\_\_  
**EMILIA GIANELLA ESPINOZA RAMIREZ**

  
\_\_\_\_\_  
**GISELLA CAROLINA ZUÑIGA RIOS**

## TABLA DE CONTENIDOS

Caratula	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Declaración Expresa	IV
Tabla de contenidos	V - IX
Resumen ejecutivo	1
Título del proyecto	2
La oportunidad	3
Descripción de la empresa	4
Razón Social	5
Nombre Comercial	5
Lugar y fecha de constitución	5
Fecha de inicio de operaciones	5
Logo	6
Slogan	6
Misión	7
Visión	7
Valores	8
Objetivos de la Empresa	9

Productos y/o servicios	10 - 11
Estructura Organizacional	12
Cuadro de Accionistas	13
Diagnostico	14
Necesidad a solucionar	14
Análisis del entorno macro y micro ambiente	14
Análisis de la Industria	14-16
Análisis PETS	17 - 54
Análisis de Porter	55 - 57
Descripción de Proveedores	57 - 58
Justificación	59
Enfoque teórico-metodológico el proyecto	60 - 63
Objetivos	64
Marco referencial	65
Marco Teórico	66 - 68
Marco Conceptual	69
Metodología	70 - 71
Plan de Marketing	72
Análisis Situacional	72
Análisis de Mercado	72 - 74

Análisis FODA	75
Análisis de Competencia	76 - 77
Productos y Servicios	77 - 88
Factores Críticos de Éxito	89
Estrategias de Marketing	90
Objetivos de Marketing	90
Objetivos financieros	90
Segmentación	91
Mercado Meta	91
Posicionamiento	92 - 94
Estrategias de Marketing Mix	94
Producto	94
Promoción	95- 96
Plaza	96 - 97
Precio	97 - 98
Investigación de Mercado	99
Detalles de la investigación	99
Calculo de la muestra	99
Formato de la Encuesta	100 - 102
Presentación y análisis de los resultados	103 - 122



Proyecciones Financieras	123 - 124
Presupuesto de Marketing	125 - 127
Auditoría y control de resultados	128
Implementación	128 – 130
Plan de Contingencia	131 - 133
Plan Operativo	134
Distribución física a utilizar	134
Días de funcionamiento	135
Horario de Funcionamiento	135
Infraestructura	136 - 138
Flujo de Procesos	139 - 141
Perfil y Manual de funciones de los empleados	141 - 143
Política de calidad	144
Proceso de control de calidad	145
Normas de higiene	146 - 148
Provisión de agua, generadores de energía	149
Almacenaje de productos alimenticios, perecederos o no perecederos	150 - 152
Almacenaje y manipulación de basura	153 - 154
Prevención y seguridad	155 - 179
Transporte	180

Presupuesto y financiamiento del proyecto	181
Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión	181
Fuentes de financiamiento	182
Estados financieros proyectados	183 - 185
Estado de resultados	186
Balance	187 - 189
Flujo de caja	189 - 190
Calculo de punto de equilibrio VAN, IR, PayBack, TIR	191 - 192
Ratios Financieros	193 - 194
Conclusiones	195
Recomendaciones	196
Bibliografía	197 - 204
Anexos	205 - 213

## RESUMEN EJECUTIVO:

Una etapa de la vida del ser humano es el envejecimiento, donde ocurren cambios progresivos en cuanto a su estado físico y social, sabemos también que, terminada la etapa laboral aumenta el tiempo libre.

Sabiendo que la demanda de los Adultos Mayores va ser significativa, tenemos como idea fomentar el Turismo de Tercera Edad, implementado un centro de recreación y turístico para Adultos Mayores, que resultará un compromiso, para asegurar una vida digna para esta parte de la población.

Es así que nuestros servicios serán dirigidos a este segmento del mercado, convirtiéndonos en la mejor opción en la mente de estos Adultos Mayores, con servicio y atención profesional buscando siempre la plena satisfacción a través de un trabajo en equipo y organización adecuada.

Este proyecto estará financiado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), institución la cual nos ayudará con el 80% de nuestra inversión inicial. El valor que requerimos para arrancar con nuestro negocio es de **\$138.079,20**

Una vez analizado todos los aspectos financieros para la creación de nuestro proyecto, tenemos que el periodo de recuperación de nuestra inversión será en tres años y tres meses aproximadamente. A esto podemos incluir una TIR de 24,1% y un VAN de **\$ 22.799,09**.

En conclusión, basándose en la encuesta que se realizó, tendremos una muy buena aceptación por parte de los Adultos Mayores por ser un nuevo espacio de entretenimiento por conocer para ellos y a su vez por brindar diferentes actividades recreacionales incluyendo los deportes, viajes, talleres y más actividades a desarrollar.

## **TITULO DEL PROYECTO**

El Turismo Social como modelo de inclusión para Adultas y Adultos mayores en la Provincia del Guayas. Incorporación de turismo de Tercera Edad.

## LA OPORTUNIDAD

En Ecuador, el sector turístico está empezando a desarrollarse, se puede mencionar diferentes tipos de turismo como: ecológico, cultural, religioso, etc. Dirigiéndose a diferentes perfiles y segmentos de una sociedad, siendo el turismo sin lugar a dudas un eje fundamental para la diversión y la reactivación económica de un país.

Todas las personas tienen el derecho de divertirse, es por esto que el turismo se vuelve cada vez más productivo, pero existe un sector de la sociedad olvidado que es el de los adultos mayores, un segmento con más crecimiento poblacional y que le da cada vez más importancia al tiempo de ocio dedicado al turismo.

Es aquí en este sector en el cual se va a enfocar el negocio, aprovechar la falta de atención a estos adultos mayores, facilitando el acceso a un turismo social mediante un centro de recreación y turismo. Considerando que, a más de cumplir su objetivo más importante que es de mejorar la calidad de vida a esta parte de la población, intentará solucionar problemas que se presentan a lo largo de su vejez.

Es un grupo de personas que ya culminó con su etapa laboral ahora solo buscan disfrutar de su tiempo libre y los beneficios que esta les ofrece. Mucha gente opta por planificar sus vacaciones, buscando siempre destinos muy atractivos y que estén a su alcance económico, pero que siempre cumplan con una serie de requisitos siendo el más importante satisfacer sus necesidades.

Es una idea innovadora en donde no existe una competencia directa, será una alternativa oportuna para la construcción social de los adultos mayores con actividades recreativas y estimulantes para una vejez provechosa.

## DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Desde el inicio la idea de un negocio siempre fue inclinarnos hacia un mercado o segmento donde podríamos entregar o fomentar cambios realmente importantes entregando un servicio diferente.

Revisando las siguientes situaciones:

¿Todas las personas de la Tercera Edad tienen acceso a actividades de acuerdo a su edad?

¿Cuentan con lugares donde pueda pasar su tiempo libre y compartir con otros Adultos Mayores?

¿Al llegar a la vejez se siente aun parte importante de nuestra sociedad?

Analizando estas inquietudes llegamos a la conclusión que buscamos innovar y brindar un servicio diferente, entregando bienestar a cada adulto mayor.

Por lo que el centro va dirigido a la salud física, mental y emocional de cada anciano que decida y opte por usar los servicios que ofreceremos, tales como paseos, deportes, gimnasia, talleres; convirtiendo la estadía de cada adulto en una experiencia gratificante y a la vez inolvidable, que le ayude a vivir su vejez de forma feliz y plena, interactuando con personas de sus misma edad, gustos, preferencias y anécdotas.

Contará con personal calificado que este siempre presto ayudar a cada adulto mayor que decida ingresar al centro, con amplios conocimientos de los cuidados que ellos necesitan y los posibles riesgos propios de la edad a los que ellos podrían estar supeditados.

**Razón social**

Espinoza & Zúñiga Asociados

**Nombre comercial**

Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor

**Lugar y fecha de constitución**

Guayaquil, Diciembre del 2011

**Fecha de inicio de operaciones**

Enero del 2012

Logo



Slogan

COMPARTIMOS EMOCIONES



## **MISION**

Villa Mayor es un centro de recreación y turismo para adultos mayores en donde se ofrecerá un servicio de esparcimiento, buscando el bienestar y conservación de su salud física y mental, sin dejar a un lado sobrepasar las expectativas de nuestros clientes con una gran variedad de actividades. Seremos un aporte positivo para la sociedad brindando atención personalizada, ya que ellos no cuentan con un lugar ambientado y que les guste. Además les daríamos la posibilidad de sociabilizar con personas de su agrado y que ellos se sientan cómodos en su ambiente.

## **VISION**

Posicionarnos en el mercado con el primer Centro de Recreación y Turístico para Adultos Mayores.

## VALORES

### *Esfuerzo*

Voluntad que tenemos para alcanzar nuestro fin, la satisfacción de nuestros clientes.

### *Honestidad y Transparencia*

Decencia en el trabajo que realizamos y respeto dentro de la empresa y hacia los clientes.

### *Confianza*

Valor importante dentro de la empresa, ya que demuestra la seguridad sobre lo que hacemos y lo que vamos a entregar.

### *Servicio*

Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes, mediante un excelente servicio de calidad, entregando así grandes experiencias.

### *Solidaridad*

La cualidad humana más importante dentro de la empresa, nos lleva a cooperar y asociarnos con nuestros clientes para el bien de todos.

### *Alianzas Estratégicas*

Creamos unión en el interior y exterior de la empresa.

### *Responsabilidad Social*

Asumimos nuestro compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

## **OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

### **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un Centro de Recreación y Turismo para adultos mayores, brindando protección integral, supliendo así gran parte de este sector insatisfecho, mediante la inclusión de los adultos mayores a un turismo social incorporando el turismo de tercera edad.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Ser pioneros en la implementación de un centro privado para la atención del adulto mayor de clase media y media alta en la provincia del Guayas.
- Brindar una nueva opción de negocio para los inversionistas.
- Estar totalmente comprometidos con el patrimonio y cultura del centro en el que fortalezcan a la entidad, y al mismo tiempo busquen establecer un equipo de trabajo.
- Crear nuevas fuentes de trabajo

## **PRODUCTOS O SERVICIOS**

### **- Atributos Intangibles**

Nuestro servicio será de primera y muy personalizado ya que contaremos con el personal muy capacitado para servicio al cliente. Sabremos dedicar tiempo y paciencia a nuestros clientes ya que un cliente satisfecho es la mejor publicidad.

Es necesario diseñar programas que ayuden a la inclusión y a la atención integral del adulto mayor, como por ejemplo:

- Fomento de la actividad física y Mental
- Paseos turísticos dentro de la ciudad.
- Prevención de hábitos nocivos para la salud.
- Orientación Nutricional.
- Otros

### **- TERAPIA FISICA Y EJERCICIO**

Se desarrollaran programas para terapias físicas con ejercicios básicos que ayuden a fortalecer y a mantenerse saludables.

### **- PASEOS TURISTICOS DENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Comprenderá recorridos por los lugares más representativos de la ciudad, ofreciendo información, datos

importantes, historia; tanto fechas importantes y acontecimientos que han trascendido a lo largo de los años.

- **ACTIVIDADES RECREATIVAS Y SOCIALES**

Con esto se quiere conseguir la participación y la integración de los adultos mayores, potenciar la autoestima, aprovechando su tiempo libre y ampliando su cultura relacionándolos en grupos característicos afines.

- **ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS**

- ✓ Talleres
- ✓ Caminatas
- ✓ Lecturas
- ✓ Bingos

- **SERVICIO DE NUTRICION.**

El centro contará con este servicio que será tercerizado, mediante la implementación de un bar de alimentos, que aporte plenamente los nutrientes necesarios para estos adultos mayores. Es muy importante tener en cuenta el estado de salud de cada una de estas personas.

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**  
**ORGANIGRAMA**



## CUADRO DE ACCIONISTAS

ACCIONISTAS	MONTO	PORCENTAJE
Emilia Espinoza	\$13.807,92	10%
Gisella Zúñiga	\$13.807,92	10%

## DIAGNOSTICO

### **Del problema/necesidad a solucionar**

Incidencia del Turismo Social en el desarrollo del modelo de Turismo para Adultas y Adultos mayores en la Provincia del Guayas.

### **Análisis del entorno: macro y micro ambiente**

#### *Análisis de la Industria, mercado, competidores y clientes*

Macroambiente.

La forma de enfrentar la vejez desde una perspectiva individual varía tanto por factores internos como externos, lo que no es una particularidad en el caso de necesidades materiales como las económicas o ambientales. En este sentido, las condiciones de ambas variables varían según aspectos geográficos, culturales, sociales, educacionales, entre otros.

Dentro del mercado la falta de implementación adecuada para los cambios físicos y psicológicos de la vejez. Es decir, los baños, caminos, iluminación, distracciones y entretenimientos; hacen que no se cuenten con mecanismos de prevención de riesgos que eviten caídas o aislamiento. Esto último es de vital importancia, considerando que un adulto mayor se ve dificultado su traslado físico hacia un centro comunitario.

El adulto mayor producto de la jubilación recibe como promedio una pensión que equivale a la mitad de su sueldo en vida laboral activa, lo que le ha obligado a reordenar la



forma de jerarquizar sus necesidades y forma de satisfacerla, esta situación no facilita que el adulto mayor participe en organizaciones comunitarias o actividades de orden cultural, educativo o artístico, pues dentro de nuestra sociedad no se ha fomentado un turismo para nuestros adultos mayores que gozan ya con mucho tiempo libre.

En la vida contemporánea los valores de juventud, eficiencia e independencia financiera dominan en la forma de relacionarnos con los otros.

Hoy, no existe la libertad para elegir cuando y bajo qué condiciones se quiere jubilar, lo que facilitaría el enfrentamiento de la jubilación como un importante hito social. Por el contrario, se imponen edades y condiciones que no responden a los principios manifestados por la política social nacional para la vejez.

En la actualidad se encuentran con numerosos interesados en aprender cosas nuevas, enseñar conocimientos adquiridos en años anteriores y canalizar el espíritu solidario hacia otros, lo que completa un ciclo generalmente exitoso.

Esto lleva a pensar que la jubilación frente a un medio social e institucional amable y atractivo en sus ofertas no traería consigo la conocida depresión pos jubilación, y por el contrario aprovecharía el interés y potencialidad de este grupo etéreo por crear y traspasar información y conocimiento a generaciones jóvenes y pares en desventaja educacional o social.

Según la propia visión de los adultos mayores, sus principales preocupaciones rondan la economía y la salud, dos aspectos que consumen su presupuesto casi por completo y que generan grandes aflicciones. Esto indica que los programas sociales debieran apuntar hacia estas dos variables, respondiendo así a necesidades sentidas por este grupo y no a supuestas problemáticas, con ello se entregaría un real rol activo a los adultos mayores que están interesados en mejorar sus condiciones de vida a nivel general.

## *Análisis Pest (Político, Económico, Socio-Cultural, Tecnológico)*

### Análisis Político.

Políticamente, en cuanto apoyo y promoción sobre el Turismo para Tercera Edad se refiere, en los últimos meses el gobierno realiza campañas y promueve proyectos a beneficios de este segmento que cuenta con un alto crecimiento poblacional.

El gobierno tiene como visión fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

Siendo el tercer segmento del turismo Social, cada vez es más importante el sector de la tercera edad dentro del turismo. Se ha comenzado a fomentar actividades, proyectos que impulsan la inclusión de los adultos mayores con la sociedad a lo que es el turismo.

La inclusión cuenta como factor importante para llevar a cabo estos proyectos, pues existe una directa vinculación entre la calidad de vida y la participación con la salud, para que el camino de la exclusión deje de ser el más transitado dentro de la sociedad.

El ministerio de turismo tiene como funciones coordinar las políticas y programas de los diferentes niveles de gobierno e incorporar las propuestas de los prestadores de servicios turísticos.

El ministerio de turismo pretende diversificar mercados, productos y destinos, además de que las empresas que presten servicios sean más competitivas nacional e internacionalmente. Para lograr sus objetivos cuenta con la Subsecretaría de Turismo.

### ***Conclusión.***

Dentro del desarrollo político ecuatoriano, la Constitución Política vigente, aprobada mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, ha establecido un nuevo y más dinámico modelo de gestión empresarial.

Sin embargo, la crisis económica mundial, sostenida desde el 2010, ha permitido que las distintas empresas generen su propio espacio y dinamicen. A pesar de esto, aún estamos en riesgo.

A pesar de esto, se ha mantenido un soporte hacia la protección de las y los Adultos Mayores, procurando convertirlos en un espacio productivo y atractivo hacia el turismo. La incapacidad de los gobiernos para responder a esas demandas incrementa el nivel de frustración y agresividad de quienes integran estos movimientos.

El centro VILLA MAYOR tratará de sostener esta dinámica, procurando mantener paquetes turísticos y actividades recreacionales atractivas a este nicho, con los cuidados y protecciones que la ley exige.

El Ec. Rafael Correa, una vez que alcanzó la Presidencia, realiza una serie de cambios drásticos pues idealiza un Cambio de "Economía Social de Mercado" hacia una "Economía Solidaria". El Gobierno dio giro radical en el modelo de desarrollo del país, hacia "Socialismo del Siglo XXI", mediante la política de aumento de subsidios, con la duplicación del Bono de Desarrollo Humano, con políticas de microfinanzas, entre otros.

Actualmente el Ecuador está pasando por una serie de confrontaciones debido a los cambios que se proveen y los que se están ejecutando desde el poder Ejecutivo, que entraron en vigencia desde enero del 2008 como es la reforma tributaria, el incremento al impuesto a la herencia, la regulación del impuesto a la renta, de los consumos especiales, de la tierra, entre otros.

#### Análisis Económico.

Desde la óptica gubernamental, el turismo es un motor de desarrollo económico y social, por eso es de carácter de prioridad del Estado ecuatoriano. Por esta razón el Gobierno establece que su papel debe ser

como promotor, para impulsar a los agentes económicos a invertir en el sector; como coordinador de los esfuerzos y actividades de los gobiernos estatales y municipales; como normativo, para proteger a los consumidores; y como orientador y ejecutor de las actividades de promoción y de mejoramiento de la imagen turística del país.

En la actualidad el sector servicios tiene un importante porcentaje sobre el producto nacional bruto y tiene una proyección muy interesante principalmente porque los servicios ya no son simplemente los instrumentos pasivos del sector industrial de la economía.

Si no que además de ser productivos por derecho propio representan la fuente de gran parte de la fuerza de ese mismo sector.

Por otra parte, hay una flexibilidad en lo que al otorgamiento de créditos se refiere, disminuyendo los requisitos y las tasas de los mismos. Esto constituye una oportunidad de financiamiento para nuestro proyecto.

Es por esto que la Corporación Financiera Nacional es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país y es ahí donde nuestro proyecto podrá realizarse

con un desarrollo de micro a macro generando empleo e incrementando el PIB de la nación Ecuatoriana.

Datos de interés de la sociedad del país

Índice de Pobreza

### INDICE DE POBREZA Y EXTREMA POBREZA SEGUN EL INEC POR ETNIA Y POR AREA

AREA	POBREZA	EXTREMA POBREZA
Campo	61,54%	26,88%
ciudad	24,88%	4,78%
<b>ETNIA</b>		
Indigena	67,79%	39,32%
Afro-ecuatoriano	43,28%	11,64%
Mestiza	30,78%	8,28%
Blanca	27,41%	7,58%
Otras	26,4%	13,20%

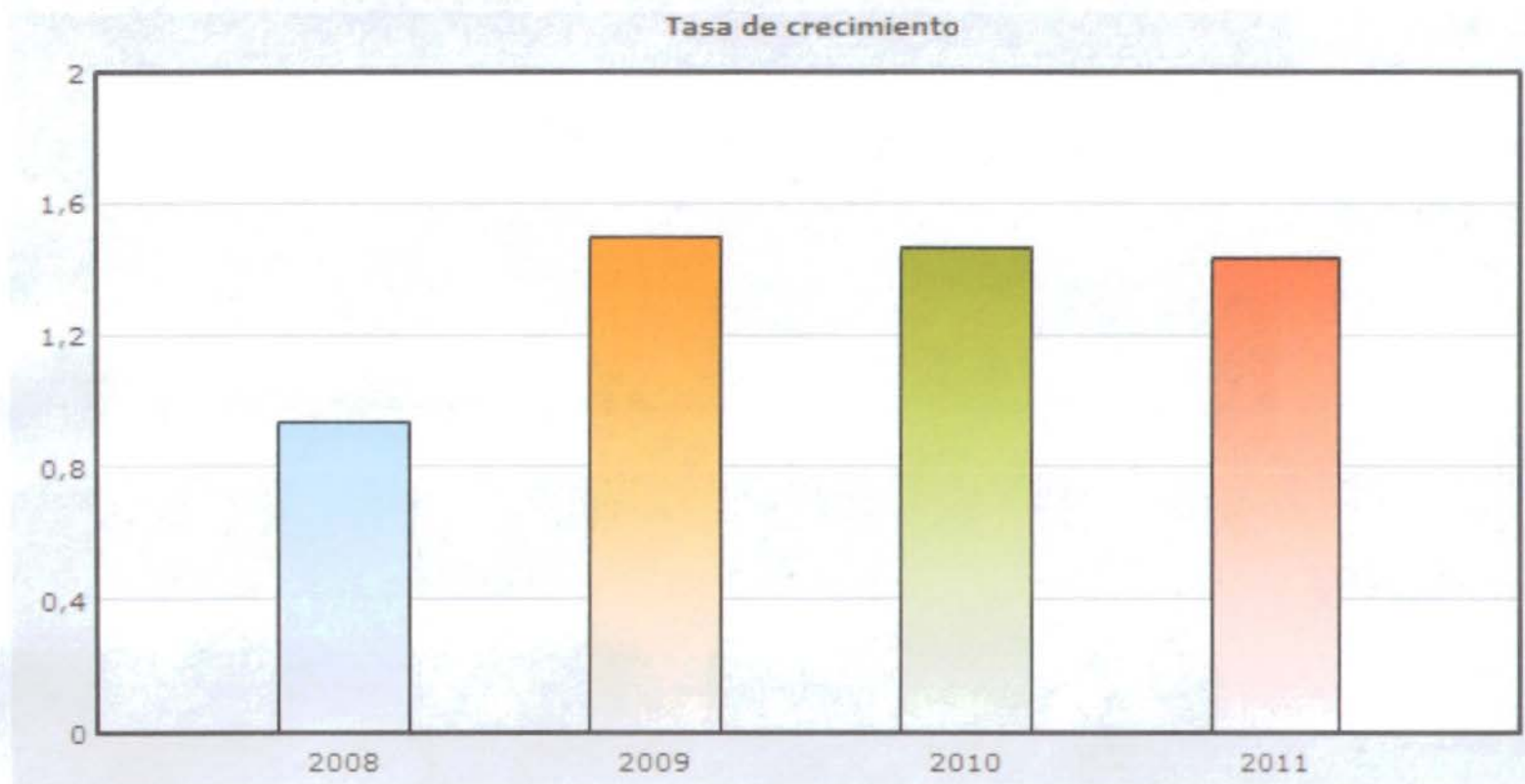
FUENTE INEC

– Población del Ecuador por regiones.

<b>COSTA</b>	<b>6.345,569</b>	<b>50.47%</b>
<b>SIERRA</b>	5.595,444	44.50%
<b>ORIENTE</b>	615,249	4.89%
<b>GALAPAGOS</b>	16,917	0.13%

FUENTE INEC

- Tasa de crecimiento poblacional 2011 es de 1.443%.

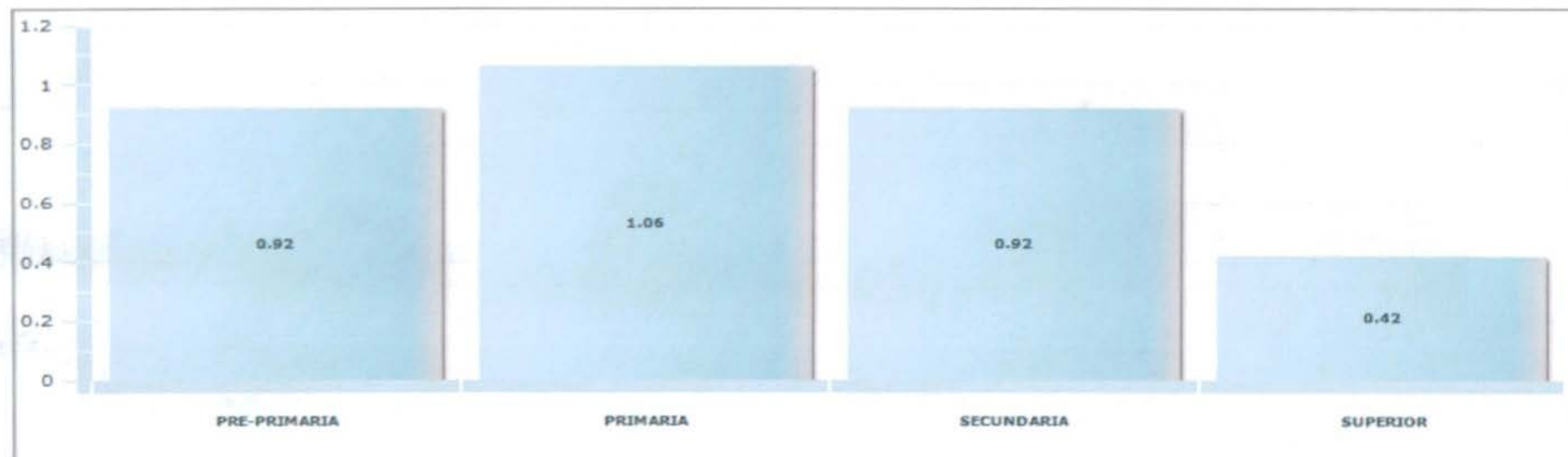


FUENTE: INEC



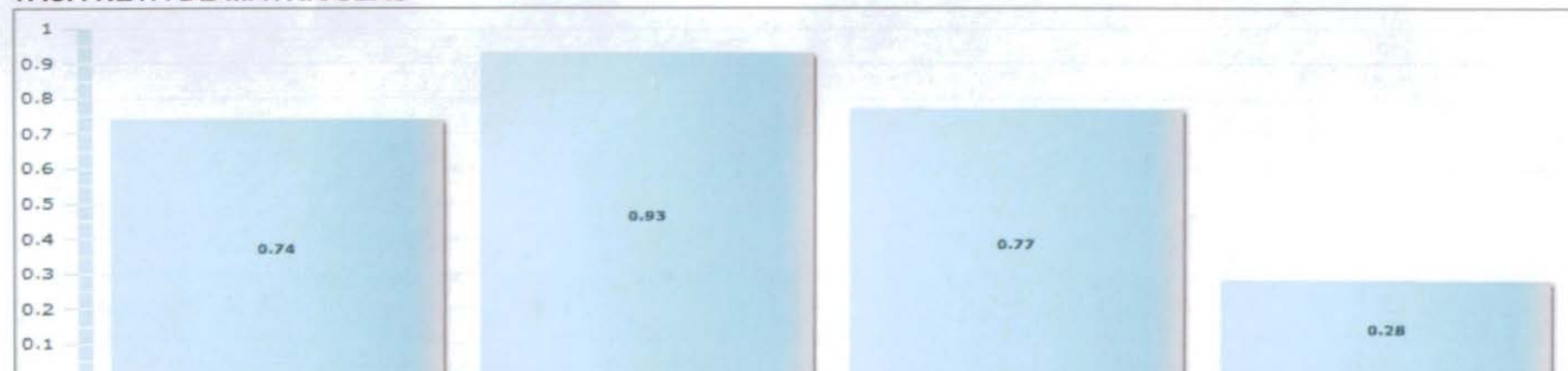
## Educación.

Tasa bruta de matrículas año 2010.



FUENTE: INEC

## TASA NETA DE MATRICULAS



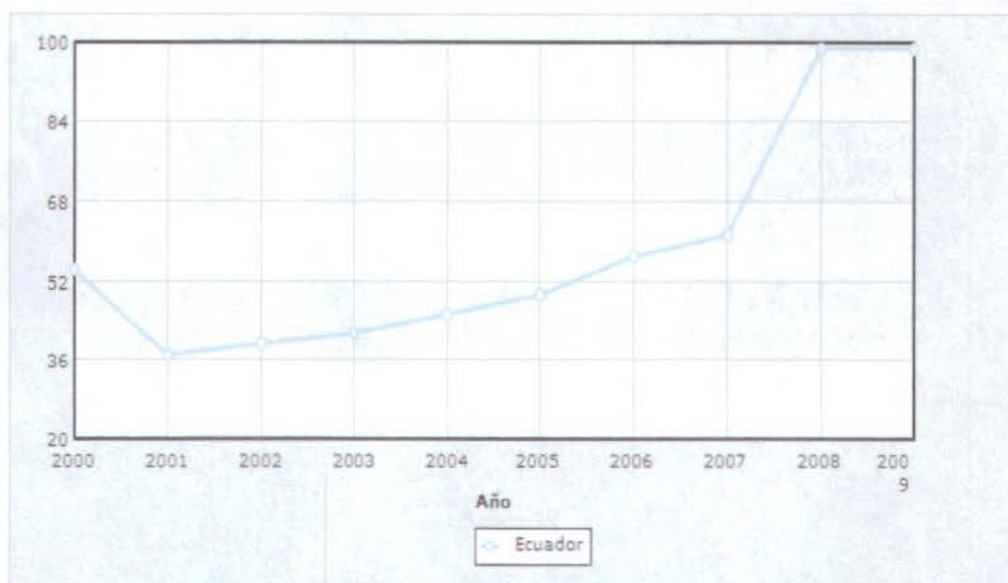
Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real:

**Definición:** Esta variable da el crecimiento anual del PIB ajustado por la inflación y expresado como un porcentaje.

Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ecuador	54,5	37,2	39,6	41,7	45,65	49,51	57,23	61,52	98,71	98,7

Fuente: Idexmundi.

Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	3,30 %	90		2002 est.
2004	2,50 %	129	-24,24 %	2003 est.
2005	5,80 %	59	132,00 %	2004 est.
2006	4,70 %	104	-18,97 %	2005 est.
2007	4,10 %	128	-12,77 %	2006 est.
2008	2,00 %	183	-51,22 %	2007 est.
2009	6,50 %	44	225,00 %	2008 est.
2010	,40 %	109	-93,85 %	2009 est.
2011	3,70 %	96	825,00 %	2010 est.



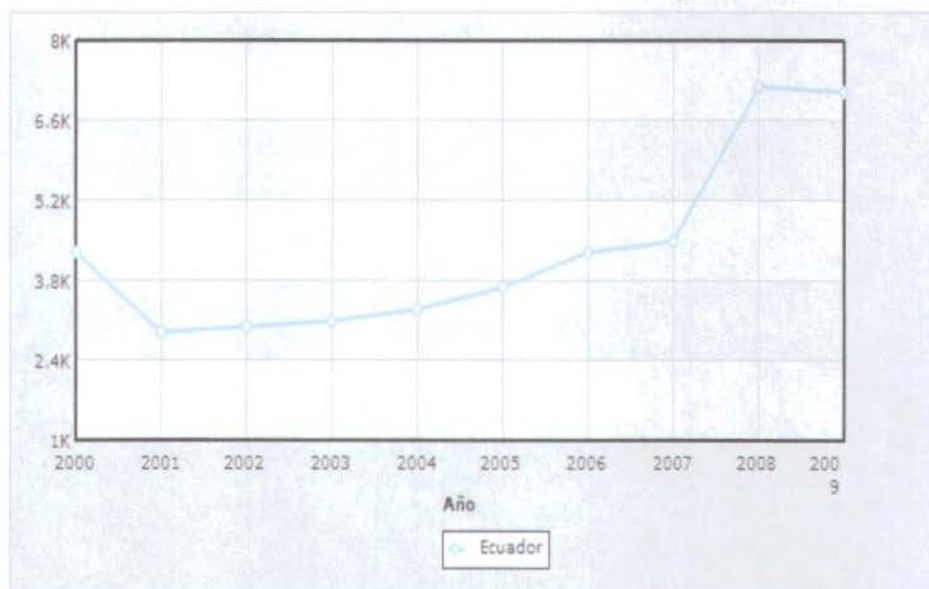
## PIB PER CAPITA

### Definición de Producto Interno Bruto (PIB)

**per cápita:** Esta variable indica el PIB por paridad del poder adquisitivo dividido por la población al 1 de julio de ese mismo año.

Pib Per Cápita por Año Porcentual y en Dólares

Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ecuador	4.300	2.900	3.000	3.100	3.300	3.700	4.300	4.500	7.200	7.100



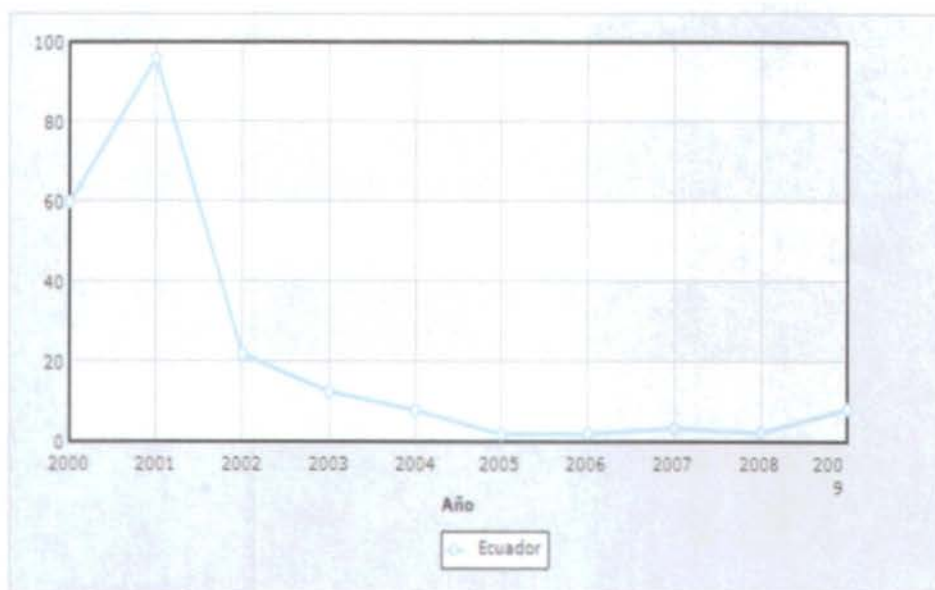
Fuente: Idexmundi.

## TASA DE INFLACION

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

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

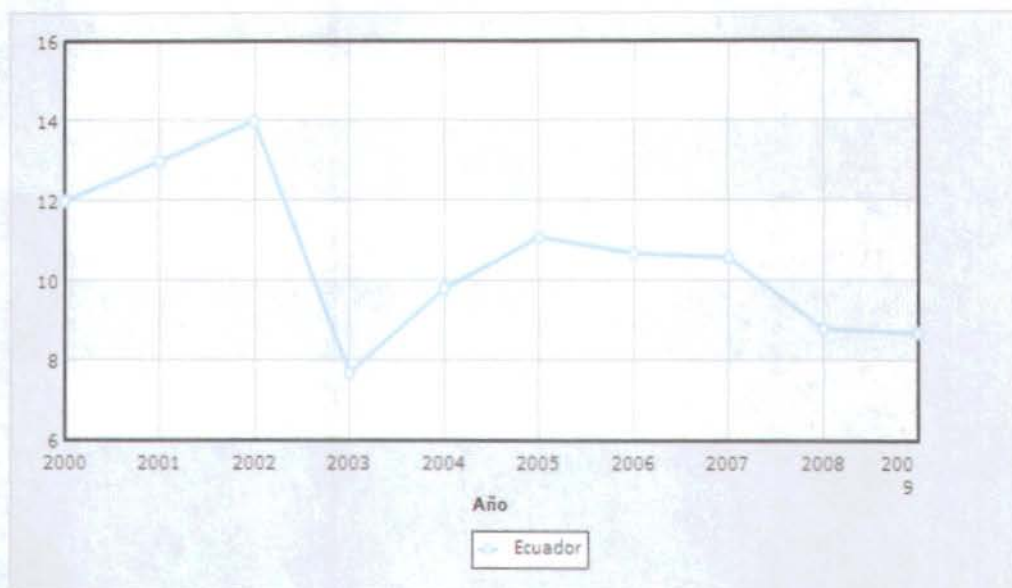
Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ecuador	59,9	96	22	12,5	7,9	2	2,1	3,4	2,3	8,3



Fuente: Idexmundi.

## TASA DE DESEMPLEO (%)

Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Ecuador	12	13	14	7,7	9,8	11,1	10,7	10,6	8,8	8,7



Fuente: Idexmundi.

## TASAS DE INTERÉS PROMEDIO EFECTIVAS Y REFERENCIALES DEL BANCO CENTRAL

DETALLE	2008	2009												2010			
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	***Abr
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES																	
<b>Tasas Referenciales</b>																	
<b>Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:</b>																	
Productivo Corporativo	9,14	9,16	9,21	9,24	9,24	9,26	9,24	9,22	9,15	9,15	9,19	9,19	9,19	9,13	9,10	9,21	9,12
Productivo PYMES (*)	11,13	11,18	11,21	11,23	11,12	11,20	10,92	11,14	11,10	11,38	11,32	11,32	11,28	11,19	11,38	11,35	11,39
Consumo (*)	15,76	15,67	15,69	15,71	15,77	15,69	15,38	16,80	17,95	18,00	18,03	18,03	17,94	18,08	18,10	16,80	15,97
Consumo Minorista (**)	18,55	18,56	18,64	18,42	18,58	18,53	18,59	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vivienda	10,87	10,93	10,97	10,86	11,03	10,11	11,15	11,15	11,16	11,16	11,13	11,13	11,15	11,11	11,05	10,94	10,87

Microcrédito Acumulación Ampliada	22,91	23,00	23,19	22,58	22,08	22,05	22,41	23,03	24,34	23,92	23,74	23,74	23,29	23,07	22,90	23,06	23,01
Microcrédito Acumulación Simple	29,16	28,84	28,41	28,52	28,80	28,88	28,99	29,47	27,87	28,15	28,56	28,56	27,78	28,29	27,85	28,13	27,85
Microcrédito Minorista	31,84	31,47	31,90	31,62	30,67	30,37	29,80	30,80	30,81	30,81	30,91	30,83	30,83	30,54	29,72	30,23	30,54
Productivo Empresarial									9,88	9,93	9,84	9,84	9,90	9,97	9,92	9,94	9,91
<b>Tasas Máximas</b>																	
<b>Tasa Activa Efectiva Máxima Referencial para el segmento:</b>																	
Productivo Corporativo	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33
Productivo PYMES	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83	11,83
Consumo	16,30	16,30	16,30	16,30	16,30	16,30	18,92	18,92	18,92	18,92	18,92	18,92	18,92	18,92	16,30	16,30	16,30
Consumo Minorista	21,24	21,24	21,24	21,24	21,24	21,24	26,94	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vivienda	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33	11,33

Microcrédito Acumulación Ampliada	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50	25,50
Microcrédito Acumulación Simple	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30	33,30
Microcrédito Minorista	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	35,27	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90
Productivo empresarial									10,21	10,21	10,21	10,21	10,21	10,21	10,21	10,21	10,21
<b>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>																	
<b>Tasas Referenciales</b>																	
Depósitos a plazo	5,09	5,10	5,19	5,31	5,35	5,42	5,63	5,59	5,56	5,57	5,44	5,44	5,24	5,24	5,16	4,87	4,86
Depósitos monetarios	2,03	2,01	1,61	1,97	1,79	1,70	1,73	1,60	1,60	1,59	1,71	1,71	1,51	1,51	1,52	1,32	1,24
Operaciones de Reporto	1,62	0,26	1,82	2,72	2,65	2,54	2,09	1,77	1,75	1,21	1,40	1,40	1,16	1,16	1,10	1,20	1,13
Depósitos de Ahorro	0,61	1,41	1,51	1,48	1,44	1,43	1,35	1,39	1,38	1,41	1,31	10,31	1,37	1,37	1,37	1,40	1,38
Depósitos de Tarjetahabientes	1,57	1,64	1,65	1,42	1,64	1,44	1,52	1,46	1,50	2,61	1,31	1,31	1,33	1,33	1,21	1,32	1,43
<b>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS</b>																	



REFERENCIALES POR PLAZO																	
<b>Tasas Referenciales</b>																	
Plazo 30-60	4,44	4,41	4,48	4,68	4,85	4,88	5,10	4,97	4,91	4,87	4,80	4,80	4,61	1,60	4,59	4,46	4,28
Plazo 61-90	4,63	4,96	4,85	5,27	5,25	5,27	5,54	5,34	5,36	5,32	5,19	5,19	5,11	5,10	5,05	4,57	4,60
Plazo 91-120	5,64	5,49	5,68	5,70	5,70	5,89	5,98	5,91	5,88	5,88	5,80	5,80	5,66	5,66	5,37	5,13	5,29
Plazo 121-180	6,10	5,82	5,98	6,14	6,18	6,57	6,66	6,33	6,18	6,41	6,13	6,13	5,95	5,95	5,62	4,49	5,00
Plazo 181-360	6,05	6,15	6,41	6,34	6,53	6,83	6,69	6,71	6,74	6,77	6,67	6,67	6,58	6,58	6,04	5,79	5,58
Plazo 361 y más	6,18	6,66	7,24	7,20	7,18	7,36	7,18	7,68	7,41	7,20	7,45	7,45	7,32	7,32	7,19	6,99	6,15
<b>OTRAS TASAS REFERENCIALES</b>																	
Tasa Pasiva Referencial	5,09	5,10	5,19	5,31	5,35	5,42	5,63	5,59	5,56	5,57	5,44	5,44	5,24	5,24	5,16	4,87	4,86
Tasa Activa Referencial	9,14	9,16	9,21	9,24	9,24	9,26	9,24	9,22	9,15	9,15	9,19	9,19	9,19	9,13	9,10	9,21	9,12
Tasa Legal	9,14	9,16	9,21	9,24	9,24	9,26	9,24	9,22	9,15	9,15	9,19	9,19	9,19	9,13	9,10	9,21	9,12

Tasa Máxima Convencional	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33	9,33
--------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(\*) Promedio ponderado por monto, de las tasas de interés efectivas pactadas en las operaciones de crédito concedidas por las instituciones del sistema financiero privado. La base de cálculo corresponderá a las tasas de interés efectivas convenidas en las operaciones realizadas en las cuatro semanas precedentes.

(\*\*) Según Regulación 190-2009 del 10 de junio de 2009, se establece un único segmento de las operaciones de crédito de consumo, tanto las concedidas de manera directa como a través de tarjetas de crédito.

(\*\*\*) A Abril 9 del 2010,

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORACION:** CONQUITO - Observatorio

Económico

Dentro del desarrollo político ecuatoriano, la Constitución Política vigente, aprobado mediante referéndum el 28 de septiembre de 2008, ha establecido un nuevo y más dinámico modelo de gestión empresarial.

Sin embargo, la crisis económica mundial, sostenida desde el 2010, ha permitido que las distintas empresas generen su propio espacio y dinamicen. A pesar de esto, aún estamos en riesgo.

A pesar de esto, se ha mantenido un soporte hacia la protección de las y los Adultos Mayores, procurando convertirlos en un espacio productivo y atractivo hacia el turismo. La incapacidad de los gobiernos para responder a esas demandas incrementa el nivel de frustración y agresividad de quienes integran estos movimientos.

El centro VILLA MAYOR tratará de sostener esta dinámica, procurando mantener paquetes turísticos y actividades recreacionales atractivas a esta nicho, con los cuidados y protecciones que la ley exige.

El Ec. Rafael Correa, una vez que alcanzó la Presidencia, realiza una serie de cambios drásticos pues idealiza un Cambio de "Economía Social de Mercado" hacia una "Economía Solidaria". El Gobierno dio giro radical en el modelo de desarrollo del país, hacia "Socialismo del Siglo XXI", mediante la política de aumento de subsidios, con la duplicación del Bono de Desarrollo Humano, con políticas de microfinanzas, entre otros.

Actualmente el Ecuador está pasando por una serie de confrontaciones debido a los cambios que se proveen y los que se están ejecutando desde el poder Ejecutivo, que entraron en vigencia desde enero del 2008 como es la reforma tributaria, el incremento al impuesto a la herencia, la regulación del impuesto a la renta, de los consumos especiales, de la tierra, entre otros.

### Análisis Tecnológico

La situación de Ecuador en cuanto a su tecnología no es muy eficaz y sobre todo es escasa, la cual ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, poniendo al país un obstáculo que no deja avanzar de una manera óptima en cualquier ámbito a desarrollarse.

En la actualidad todo se realiza por medio de la tecnología, gracias a esta hay muchos avances en la ciencia, en la comunicación, factores geográficos, industrias, petróleo, cultivos, etc.; es decir la tecnología ha tenido una gran trascendencia, que sin esta un país no puede progresar.

El problema más preocupante de Ecuador es la falta de inversión y presupuesto, así como también las pésimas relaciones con otros países, generando una traba muy grande y produciendo desventajas con estos países de primer mundo que nos brindan tecnología que nosotros necesitamos.

Por otra parte la falta de presupuesto en la ciencia, así como también en investigación científica es muy notoria, ya que no existe un rubro destinado a estas ramas, que son de

gran importancia para la innovación del país para ser más productivos y competitivos. Con esto el sector productivo, instituciones, universidades, el sector de la salud y muchos más se verán muy afectados en sus proyectos de innovación y modernización.

El esfuerzo tecnológico tiene que ver con la capacidad de absorber, asimilar, adaptar y difundir tecnologías existentes. En otras palabras, el impacto real de la transferencia tecnológica sobre la competitividad de los países en desarrollo depende decisivamente de los esfuerzos de investigación y desarrollo a nivel local para asimilar y adaptar el conocimiento desarrollado en el resto del mundo a las necesidades locales.

- Investigación y desarrollo repaso en la historia.

El gasto de investigación y desarrollo (I+D) es un indicador fiable del esfuerzo tecnológico efectuado por un país para incorporar y adaptar las nuevas tecnologías en los procesos de producción.

*La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y el Ministerio de Comercio Exterior Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP) Ecuador presento los valores más bajos, entre los países seleccionados, de los gastos totales en I+D como porcentaje del PIB. Peor aún, el gasto en I+D estaba muy por debajo del promedio regional (Latinoamérica y el Caribe).*

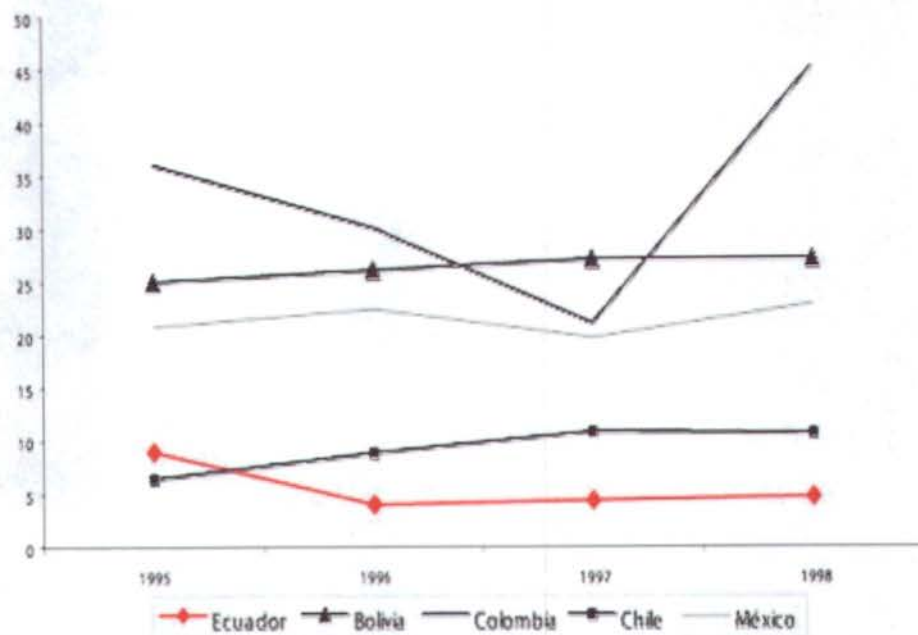
En 1998, los gastos de I+D en el Ecuador no alcanzaron ni si quiera el 0.1% del PIB, porcentajes tres veces inferior al de Bolivia y de Colombia, y seis veces menos que el promedio de la región. Ecuador tampoco presenta una tendencia creciente del gasto en I+D a diferencia de lo que ocurre en Brasil, México y Cuba.

## Gastos en I+D como porcentaje del PIB

PAISES	1996%	2000%
Brasil	0.85	1.05
Promedio en Latinoamérica	0.56	0.58
Chile	0.58	0.56
Cuba	0.38	0.53
Argentina	0.42	0.44
México	0.31	0.40
Costa Rica	0.39	0.35 <sup>o</sup>
Bolivia	0.33	0.28
Uruguay	0.28	0.24
Colombia	0.34	0.18
Perú	0.08*	0.11
Ecuador	0.09	0.08 <sup>o</sup>

Notas: \*Datos correspondientes a 1997. ° Datos correspondientes a 1998.  
Fuente: Red Iberoamericana Indicadores de Ciencias y Tecnología (RICYT)

La participación de las empresas ecuatorianas en el gasto total de I+D ha sido históricamente una de las más bajas en Latinoamérica. En 1998, por ejemplo, apenas aportaron con el 4.7% del gasto en I+D. En países como Colombia o Bolivia, la participación alcanzó el 45% y el 27% respectivamente



FUENTE: RICYT

A nivel de empresas, el promedio de la región invierte 73 veces más que las empresas ecuatorianas. No debe ser sorpresa que, en términos de gasto per cápita por las empresas ecuatorianas en I+D, el país se halla muy por debajo de los demás países latinoamericanos seleccionados.



## Gastos en I+D de las Empresas (dólares per cápita)

PAISES	1995	2000
Argentina	N.D	8.7
LAC	7.3	6.5
Uruguay	5.4	5.9
México	2.0	5.4
Costa Rica	N.D	2.7
Chile	1.8	2.5
Colombia	2.1	0.9
Bolivia	0.8	0.8
Ecuador	0.1	0.1

Fuente: Red Iberoamericana de Ciencia y Tecnología

- Falta de personal científico.

Una de las razones para que no exista este desarrollo tecnológico para el país es que las empresas ecuatorianas no contratan a personal científico. Gran parte del gasto de I+D está destinado a la contratación de personal calificado. Por lo tanto, otro buen indicador del esfuerzo tecnológico es el número de científicos y técnicos que trabajan en I+D. Dada la escasa base tecnológica del Ecuador, el número de personas que se dedican a estas actividades en el país es uno de los más bajos de la región.

Países	Científicos/Ingenieros	Técnicos
Argentina	713.44	157.59
Bolivia	98.46	72.04
Brasil	323.36	128.60
Chile	370.05	N.D
Colombia	100.70	N.D
<b>Ecuador</b>	<b>83.29</b>	<b>71.79</b>
México	224.73	183.42
Uruguay	218.52	20.52

Nota: 1999 para México y Uruguay, 1998 para Ecuador  
Fuente Banco Mundial (2003)

**DATOS MÁS ACTUALES: GÚN RED IBEROAMERICANA DE INDICADORES DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA – RICYT**

<b>GASTO EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
millones moneda local (ACT)	31,2	41,7	49,1	-	-	84,8	100,4	209,6
millones de dólares expresados en PPC (ACT)	94,925	114,8485	124,3844	-	-	193,209	222,6971	426,5718
millones de us\$ (ACT)	31,2	41,7	49,1	-	-	84,8	99,7117	209,6
millones moneda local (I + D)	12,6	15,8	18,6	-	-	60,2	67,3	140,69
millones de dólares expresados en PPC (I + D)	38,3351	43,51573	47,11916	-	-	137,1601	149,2781	286,3282
millones de us\$ (I + D)	12,6	15,8	18,6	-	-	60,2	66,83862	140,69

Las estimaciones en dólares fueron obtenidas aplicando los datos de tipo de cambio del Fondo Monetario Internacional sobre la información de moneda local, provista por el país.

<b>GASTO EN CYT EN RELACIÓN AL PBI</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
ACT	0,001484	0,001715	0,001805	--	--	0,002048	0,002257	0,003796
I + D	--	--	--	--	--	0,001454	0,001513	0,002548

ACT Correspondiente a actividades científicas y tecnológicas. CYT Ciencia y Tecnología.

<b>GASTO EN I + D POR TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Investigación Aplicada	0,571429	0,550633	0,548387	--	--	0,699419	0,690101	0,604122
Investigación Básica	0,198413	0,221519	0,22043	--	--	0,220747	0,219976	0,312722
Desarrollo Experimental	0,230159	0,227848	0,231183	--	--	0,079834	0,089923	0,083156
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

I+D corresponde a investigación y desarrollo experimental

ACT correspondiente a actividades físicas y tecnológicas. ID corresponde a investigación y desarrollo experimental

<b>GASTO EN CYT POR SECTOR DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
Educación Superior (ACT)	--	--	--	--	--	0,040541	0,041432	0,0145
Empresas (ACT)	--	--	--	--	--	0,18059	0,22947	0,086999
Extranjero (ACT)	--	--	--	--	--	0,044226	0,075746	0,00145
Gobierno (ACT)	--	--	--	--	--	0,722359	0,619356	0,897052
Organizaciones privadas sin fines de lucro (ACT)	--	--	--	--	--	0,012285	0,033996	--
<b>Total (ACT)</b>	--	--	--	--	--	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Educación Superior (I+D)	--	--	--	--	--	0,041522	0,041204	0,014215
Empresas (I+D)	--	--	--	--	--	0,181661	0,229794	0,085288
Extranjero (I+D)	--	--	--	--	--	0,043253	0,074485	0,004975
Gobierno (I+D)	--	--	--	--	--	0,721453	0,619651	0,895522
Organizaciones privadas sin fines de lucro (I+D)	--	--	--	--	--	0,012111	0,034865	--
<b>Total (I+D)</b>	--	--	--	--	--	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

- Algunos cambios en la actualidad.

Sobre el desarrollo científico y tecnológico en Ecuador no hay mucho que mencionar, pero es un tanto confuso, ya que en los últimos años Ecuador ha mostrado intereses en el campo de la investigación, ciencia y tecnología.

Algunos financiamientos a investigaciones puntuales hoy en día significan el empuje al desarrollo sostenido de ciencia y tecnología para el país, que sin duda implícitamente favorecen a la competitividad y productividad.

- Grandes Perspectivas de Inversión

El secretario nacional de ciencia y tecnología del Ecuador presentó la estrategia Secretaria 2010-2014 que abarca una gran inversión en ciencia y tecnología en los últimos años. Se concentrarán en áreas específicas como: salud, energía y territorio, sin descuidar las demás áreas prioritarias para el desarrollo regional.

También Trabajarán en la articulación entre los diferentes actores mediante redes que permitan integrar distintas universidades, proyectos y propuestas.

- Plan de desarrollo social e inclusivo de tecnologías para Ecuador.

El plan se centra en el fomento de la industria del software, competitividad y la internacionalización de software ecuatoriano. Con este Plan estratégico el Ecuador demuestra su interés por avanzar a la par con los desarrollos tecnológicos, muestra de ello es el lanzamiento del portal Ecuador IT y la preocupación por el impacto futuro de tv digital en el país.

El Plan Estratégico cuenta con cuatro elementos ejes: conectividad, equipamiento, capacitación y aplicaciones de los contenidos en la vida cotidiana.

Francisco Cevallos, subsecretario de Tecnologías de la Información y Comunicación del MINTEL indicó, que el resultado positivo del Plan depende de la capacidad de proveer no solo con equipos tecnológicos a la población, sino de capacitar al ciudadano en el uso productivo de las tic's.

El Plan Tic para la seguridad ciudadana, busca atender redes de prevención, mitigación y emergencia; y el Plan de Gobierno electrónico busca proveer servicios gubernamentales y poner al alcance de todas las informaciones que dispone el estado.

Finalmente el Plan denominado Investigación, innovación, desarrollo productivo y la masificación de los Tic's. Tiene como fin integrar la investigación como eje fundamental para producir tecnología.

- *Actividades de Desarrollo Tecnológico en salud.*

Como ya es de conocimiento la tecnología cada día modifica los esquemas de atención médica y las posibilidades de atención en la salud pública. En Ecuador no se da esto con facilidad, en otros países la tecnología en la salud ya es una realidad dentro de la producción.

A fin de impulsar el desarrollo tecnológico en la salud el Ministerio de Salud Pública a través del proceso de ciencia y tecnología PCYT, ha elaborado una propuesta de Política de Desarrollo Tecnológico en Salud.

- ✓ Tecnología en Salud/Sanitarias
- ✓ Telesalud: Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), han abierto nuevas alternativas para que los profesionales de la salud reúnan información y organicen las necesidades de salud de sus pacientes a distancia. En la actualidad, mucha información médica puede ser transmitida por teléfono, incluyendo los electrocardiogramas, encefalogramas, rayos X, fotografías y documentos médicos de todo tipo. Dicha información se puede reunir y enviar desde el domicilio de un paciente a un centro médico principal para su interpretación y asesoría sobre el tratamiento.
- ✓ Biblioteca Virtual en Salud: Biblioteca Virtual en Salud del Ecuador actualizada tecnológicamente,

pagina Web modificada y bases de datos bibliográficas incrementada en 1000 registros, red de la BVS-Ecu capacitada y difundida a nivel nacional, maximizando el uso de tecnologías de información, operando en Internet, para promover el acceso universal a fuentes de información.

- ✓ Laboratorio Micronutrientes: Producir información de laboratorio confiable que permita a la Institución tomar decisiones certeras y oportunas, basadas en evidencias y que satisfagan las necesidades y expectativas de la población en el área de los micronutrientes.

- *Educación*

En el tema de educación, la meta del estado es dotar hasta el 2012 a 10.000 aulas con acceso a internet y equipamiento tecnológico. Hasta el momento se han atendido a 2.500 escuelas con centros de cómputo.

- *Sector Turístico*

El Turismo 2.0 es la nueva forma de promocionar un país, es algo que ha nacido con la web 2.0 la segunda generación se servicios y comunidades web que incentivan la participación y colaboración entre los usuarios.

Sabiendo que en la actualidad las redes sociales son el número uno para posesionarse en los mercados por esta y muchas más razones, son varias las

empresas o destinos turísticos que se dan a conocer por estos medios. Hasta ahora Ecuador ha recibido Congresos de Turismo 2.0 esperando que sea factible la promoción del país por este medio y se implemente este tipo de turismo online.

En resumen el Ecuador no dispone todavía de tecnologías que influya en la competitividad, el éxito de otros países reside en gran parte en transformar la investigación científica en aplicaciones de uso empresarial y social.

La perspectiva de cambio por parte del gobierno es sin duda una gran ayuda para el Ecuador, alcanzar el desarrollo productivo en ciencia y tecnología es algo muy importante para no nuestro desarrollo como país.

Las inversiones realizadas últimamente por el actual Gobierno en ciencia y tecnología son cinco veces más que lo destinado en anteriores gobiernos, es decir, el 0.4% del PIB, sin embargo, el Presidente Rafael Correa mediante una entrevista publicada por la *Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación* (SENESCYTS) explicó que el compromiso es alcanzar al menos el 1% del PIB para lograr la transformación científica y tecnológica que el Ecuador necesita.



Por otra parte según la *Fundación Ciencia y Tecnología* (FUNDACYT) señalo que, uno de los principales factores que no permiten el desarrollo de las tecnologías en Ecuador es el de la *fuga de cerebros*, en donde la persona capacitada sale del país por falta de trabajo y malas remuneraciones.

Esto revela la situación de la Tecnología en nuestro país, es de pronta urgencia establecer mecanismos y políticas que ayuden a este a este factor tan importante para el desarrollo en diferentes sectores como por ejemplo en salud, educación, a nivel industrial, social, turístico, etc.

### ***Conclusión***

Sin duda alguna la economía de un país afecta directamente al desarrollo de un negocio dentro del mismo. En el caso de Ecuador, nos ubicamos entre los países con mayor crecimiento en atención a turistas extranjeros, dentro de los primeros meses del año 2011, según la OMT.

En los últimos años uno de los sectores que mayor desarrollo ha tenido en el país, es el turístico. La industria ha tenido un crecimiento sostenido del 27% durante el último quinquenio. Ha permitido que, en la economía nacional, juegue un papel muy importante por las distintas variables a las que aporta tales como la recaudación fiscal, la generación de valor agregado y la creación de fuentes de trabajo.

Existen datos estadísticos oficiales del empleo generado por el sector turístico, pero hay que tomar en cuenta que, respecto del segmento Adultos Mayores a nivel nacional, los valores no son sostenidos, según el último Censo Laboral.

#### Conclusión.

Dinamarca y Suecia, son los países más competitivos en tecnología de la información y comunicación (TIC). En América Latina, Chile es el mejor situado, ubicándose en el puesto 31, mientras que Ecuador se encuentra en el puesto 97.

Ecuador se encuentra rezagado en el uso y aplicación de las TIC y telecomunicación por aspectos como el incumplimiento en la expansión de telefonía fija, falta de supervisión y control de la telefonía pública en la zona rural, incumplimiento en los programas de Internet, y entre otros aspectos que causan retraso al país.

A pesar de este retraso Ecuador está dando pasos pequeños pero importantes para la disminución de la brecha digital con respecto a otras regiones más prósperas en un nivel similar de desarrollo, tales como Asia y Europa Oriental. Es por esto que el gobierno actual esta enfocándose y dirigiendo esfuerzos en una política de innovación de tecnológica.

Sin embargo, el Municipio de Guayaquil se ha desarrollado a pasos agigantados en carácter de tecnología, poco a poco todas las personas han tenido acceso a cada aparato tecnológico que ha ido evolucionando con el transcurso del tiempo en la sociedad, porque se convierte el mejor medio de promoción en el mercado para un negocio. Está desarrollando la segunda fase de la implementación del programa *Guayaquil Digital*.

#### ANALISIS SOCI-CULTURAL

El desarrollo social y cultural, son la entrada para el progreso general de un país.

El ámbito social en el cual viven los ecuatorianos es muchas veces preocupante, existen varios factores que impiden el crecimiento social del país, como la delincuencia, la corrupción, falta de empleo, prostitución, adicciones, migración, pobreza, inseguridad entre otras; es lo que actualmente ha marcado la vida de los ecuatorianos, llevando a un deterioro de la sociedad.

Hacer un análisis social del país comprende muchos factores, la falta de empleo es uno de los más importantes, esto lleva a las migraciones a otros países y con esto va arrastrando la separación de familias.

Otro problema de la falta de trabajo, es que muchos profesionales salen del país en busca de mejores remuneraciones dejando al Ecuador con pocos profesionales. La pobreza es otro problema grave que rodea al Ecuador

Con datos tomados del Banco Central del Ecuador podemos observar que la tasa de desempleo en el Ecuador es la siguiente:

FECHA/AÑO	VALOR
DICIEMBRE 31- 2007	6.34%
DICIEMBRE 31-2008	7.50%
DICIEMBRE 31-2009	7.90%
DICIEMBRE 31-2010	6.10%
MARZO 31-2011	7.04%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Pero el actual gobierno ha tomado la iniciativa de mejorar esta situación en conjunto con el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social que han puesto en marcha varios programas denominados:

- *Socio Empleo*: Socio Empleo es un programa creado por el Estado ecuatoriano para superar los problemas socios-económicos que enfrenta el país mediante una estrategia de intervención integral, que vincula los programas públicos que potencializan la posibilidad de empleo.
- *Socio Joven*: El programa Socio Joven busca generar oportunidades de empleo dignas a

las y los ecuatorianos de los sectores más pobres del país y en las zonas de mayor desempleo Nacional.

- *Socio Pan*: El programa Socio Pan busca implementar procesos de capacitación y acceso a líneas de crédito a pequeños panaderos artesanales para el mejoramiento de su establecimiento comercial.
- *Socio ahorro*.
- *Otros*

La realidad socio-cultural de Ecuador tiene muchas ventajas con los nuevos programas del gobierno hay mayores oportunidades para una mejor calidad de vida, entendiendo que esto no significa solo acceso a bienes materiales, sino como oportunidades de desarrollo y expansión integral de las personas como seres humanos.

La mejor forma de desarrollar la sociedad del país es por medio de procesos de participación social, es decir acciones en común. Pero uno de los problemas de la sociedad ecuatoriana es que existe mucha desconfianza en el entorno, entonces esto no permite fortalecer ni hacer solida la relación con el estado, y por ende no mejora la calidad de vida de las personas.

### **Conclusión.**

Se estima que cada empleo directo en el área turística, genera por lo menos otros 12 puestos de trabajo indirectos en la comunidad. Muchas personas están empleadas y relacionadas con la industria y los servicios a Adultos Mayores, debido a que los centro de apoyo y desarrollo utilizan los paquetes ofertados por otras empresas, mayoristas de turismo o centros de desarrollo.

Adicionalmente se espera sea uno de los sectores que más aporte al sector fiscal por concepto de aranceles, impuesto a la renta y a consumos especiales. Si bien aparentemente esta estimación sobredimensiona lo que el sector representa al incluir sectores indirectos, no es menos cierto que el sector ha permitido generar una nueva marca país, socializada a nivel mundial.

También ha impactado en mejorar la viabilidad del Ecuador, así como el comercio en general por efecto de contar con mejores medios de transporte y mejores vías de circulación.

## *MICROAMBIENTE*

El ambiente de la mercadotecnia es incierto y muchas veces origina grandes sorpresas que tienen un gran efecto en la sociedad. Es por eso que se debe estudiar al mercado, tomando en cuenta las oportunidades, analizando también a la competencia.

Considerando a Los Adultos Mayores como clientes potenciales, combinar su independencia con la sociedad resulta un tanto difícil, sin embargo sus comportamientos como actores activos del mercado, es de mucha ayuda. A medida que va aumentando el número de personas mayores, se irán generando necesidades de servicios.

Una descripción de las personas mayores se resume en que cuidan su dinero. Por ejemplo ellos emplean su dinero en el consumo de bienes y servicios esenciales para el bienestar y la salud y para productos de primera necesidad.

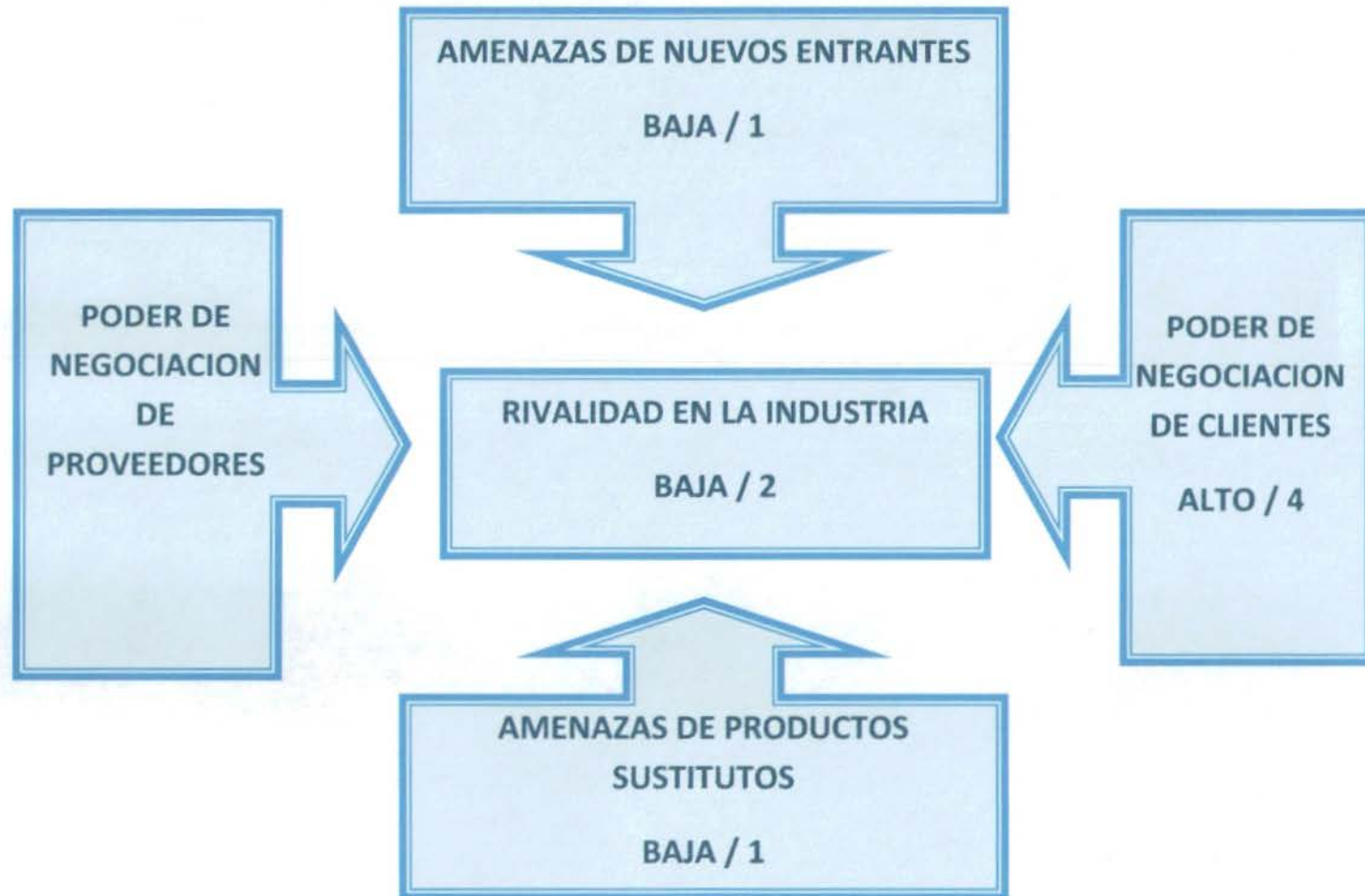
El envejecimiento es una etapa de la vida, donde ocurre un cambio progresivo y social en el individuo. Son personas que ya han cumplido su vida laboral y quieren disfrutar de su tiempo libre, sintiéndose útiles y relacionándose.

Valiéndonos de esta oportunidad, tenemos en cuenta las medidas preventivas para satisfacer las necesidades de esta población, ya que aparecerá en el mercado turístico como el de mayores alternativas de desarrollo.

Sabiendo la importancia que tiene el uso adecuado del tiempo libre, sobre todo en actividades para la salud de estas personas, no se conocen o son muy pocas los establecimientos, que realizan actividades recreativas y que dedican su tiempo para la inclusión del Adulto Mayor en la sociedad.



**ANALISIS MICROENTORNO (PORTER)**



## **Análisis Porter**

En el grafico hemos analizado cada fuerza del análisis de PORTER por números de 1 – 5 donde:

1 → corresponde a la baja influencia sobre la rentabilidad en el desarrollo de nuestro proyecto y la dimensión en la que influenciarían cada una de las fuerzas de PORTER.

5 → corresponde a la alta influencia sobre la rentabilidad en el desarrollo de nuestro proyecto y la dimensión en la que influenciarían cada una de las fuerzas de PORTER.

### **Amenazas de nuevos entrantes.**

Es baja debido, a que no existen nuevas inversiones en el mercado, para incursionar en el mercado de servicios para la Tercera edad, con centros de recreación o esparcimiento con variedad de actividades.

### **Amenazas de productos sustitutos.**

De igual manera es considerada baja, debido a que el segmento de la Tercera Edad junto con el Turismo enfocado al mismo sector; recién en los últimos años ha comenzado un desarrollo dentro de la sociedad.

### **Poder de negociación de los clientes.**

Es alta, pues nos estamos dirigiendo al segmento de la Tercera Edad, que gustan disfrutar de este tipo de servicio y una atención complementaria acorde a su edad.

### **Poder de negociación de los proveedores.**

Contamos con una gran cantidad de proveedores para los servicios que se van a brindar dentro del centro, pero no con uno especial que marque el mercado. Por lo tanto su poder de negociación, respeto a la empresa en medio.

#### **Rivalidad en la industria.**

Consideramos rentable el sector debido a que es el reflejo de la calificación en conjunto de las cuatro fuerzas y no manifiesta ser un riesgo para el negocio, por lo que consideramos equitativo el análisis en la rivalidad en la industria.

### **Análisis de Proveedores**

#### **Transporte**

Walking Ecuador.-

Es una empresa prestadora de un producto y servicio turístico garantizado, innovador y de excelente calidad capaz de satisfacer las más exigentes preferencias y necesidades de nuestros clientes y turistas en general.

Operador Turístico: Juan Carlos Bajaña

Teléfonos: 09-2098012 - 4-2886043

#### **Bar.-**

Nuestro proveedor del servicio de comida aún no se encuentra definido, pues para la selección existirá una serie de requisitos a exponer por la empresa hacia las empresas participantes, que deberán cumplir todos los lineamientos para poder ganar el bar del centro, que se encargara de la nutrición de nuestros adultos mayores. Será concesionado este servicio de

acuerdo a un concurso que se publicara una vez constituida la empresa y referidas todas sus estructuras legales.

### **Seguridad.-**

#### Laar Seguridad

Organización dedicada a prestar seguridad física integral. Entre algunos de los servicios se cuentan: Vigilancia general, asesoramiento, investigaciones, capacitación, consultoría, auditoría y análisis de seguridad. Proveer servicios de Seguridad Integral, caracterizados por una excelente atención a nuestros clientes, con valores agregados que nos diferencien de la competencia, utilizando los mejores recursos físicos y humanos del mercado.

Guayaquil: Cdla. Santa Leonor Mz 11 Solar 10-11

Teléfonos: (593-4) 2 598970 / 280805 / 291914 / 2394555

e-mail: [ventas@grupolaar.com](mailto:ventas@grupolaar.com)

### **Medicinas.**

#### Difarmas.

Las medicinas serán provistas por esta distribuidora farmacéutica con el aval del médico de planta de la empresa acreditado ante el ministerio de salud.

Representante legal señor Juan Bautista Massuh Sánchez

Jefe Operacional: Econ. Jorge Aguirre

Dirección: Alejo Lascano 128-A e/ Ximena y Boyacá

Teléfono: 2311427 - 2312554

## JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La esencia del tema es fomentar el Turismo de Tercera Edad, el cual servirá para integrar a Adultas y Adultos mayores en diferentes tipos de actividades ya que es el tercer segmento del turismo social y cada vez es más importante este sector dentro del turismo.

Otro factor a tener en cuenta es el aumento de la *expectativa de vida*, proporcionando una atención adecuada para los adultos mayores dentro de la sociedad, considerando que necesitan de un trato especial y atenciones diferentes.

Permitirá brindar una mejor calidad de vida a todas estas personas que por diversas razones tales como falta de comunicación, temores, abandono, estado de salud no les permite disfrutar de su tiempo libre.

La investigación está dirigida a este segmento; ayudando a resolver problemas que rondan a lo largo de la vejez y retiro de la vida laboral, aplicando actividades tanto recreativas y estimulantes; investigando y teniendo en cuenta necesidades e intereses de estos adultos mayores, para así fomentar y aplicar el Turismo de Tercera Edad y hacer de él no solo una actividad lucrativa sino también para ayudar a crear nuevas relaciones con el entorno que los rodea.

Finalmente el propósito del proyecto es incluir en la sociedad la cultura del turismo de tercera edad abarcando turismo cultural y el contacto con la naturaleza, que serán los ambientes perfectos para todos los adultos mayores a los que se dirige estos conceptos.

## ENFOQUE TEÓRICO-METODOLÓGICO DEL PROYECTO

### **Contribución potencial del estudio**

Hay algunos beneficios importantes y cambios profundos en lo que respecta al ámbito social. Mejorará sus estándares de salud, así como también la prolongación de la esperanza de vida. Lo más importante es la inclusión de las y los adultos mayores como actores activos de la sociedad.

La intensa búsqueda del equilibrio integral y social, da como resultado modelos de bienestar muy productivos tanto de manera individual y colectiva, ayudará entonces a las relaciones humanas de este segmento de la población.

La resistencia a nuevas actividades, es lo más preocupante al momento de implantar este modelo de turismo para la tercera edad, debido a que por razones como: la salud, la falta de comunicación, discriminación social, etc. Así como también las personas inmersas en una situación de soledad es lo que produce el aislamiento que es algo tan común en la vejez.

Al haber un mejor conocimiento sobre las necesidades de las adultas y los adultos mayores, se podrá proponer un modelo turístico óptimo y socialmente sostenible, siendo el turismo social una propuesta de integración para estas personas, también estamos facilitando la utilización positiva del ocio y el tiempo libre. Esto nos permitirá asegurar el descanso y la recreación, desarrollando nuevos programas para el turismo de las personas de la tercera edad.

## **Planteamiento del problema.**

El segmento de la Tercera edad a lo largo del transcurso o paso de los años se ha visto comúnmente abandonada, existiendo una amplia carencia de centros recreacionales y de distracción para adultos mayores donde se realicen actividades de acuerdo a su edad; es muy notorio la ausencia de campañas que promuevan la inclusión de las personas de tercera edad dentro de la sociedad y el mundo.

En la actualidad, el turismo ha avanzado a pasos acelerados convirtiéndose en el campo más importante a nivel de negocios, intercambio de culturas, conocimientos; pero sin la necesaria representatividad el turismo social para el segmento de la tercera edad, debido a la escasez de atención dirigida para este segmento de la población.

El turismo social enfocado a la inclusión de los adultos y adultas mayores en el país no se ha desarrollado a fondo, a pesar de que existen instituciones tanto públicas y privadas que contribuyen con el bienestar de las personas de la tercera edad, siendo esto muy poco.

Esta situación no es sólo en la sociedad ecuatoriana, es un problema del mundo actual, al cual se debería dar la atención adecuada, debido a que se trata de la calidad de vida de estas personas. Una publicación denominada "La Población de Ecuador Envejece" en la página del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, menciona que la población de la tercera edad para el año 2050 será más de tres millones de personas.

Analizando este contexto del crecimiento acelerado de las personas de 60 años en adelante, el país se ve sumergido en un problema. Por una parte no hay ideas oportunas que ayuden a desarrollar el bienestar social de estas personas, así como también no existen lugares en donde las personas puedan acceder a distintos servicios en donde puedan satisfacer sus necesidades.

La mala distribución del recurso económico destinado al desarrollo social y la falta de atención al segmento de la tercera edad, pueden ser unas de las razones más importantes que impiden el crecimiento social de estas personas.

Tomando en cuenta todos los problemas que lleva consigo la falta de atención para este segmento y que si no se le dan los cambios necesarios podrían desarrollarse barreras en la integración con la sociedad; aumentando de esta manera enfermedades muy propias de la edad y la soledad que muchas de estas personas afrontan hoy en día, lo que podría acarrear una gran disminución en la edad promedio de vida de cada uno de ellos.

Para todo ello se brindan alternativas que podrían mejorar la calidad de vida y a su vez fomentar la inclusión social, desarrollando así nuevas fuentes para el turismo social del país.

- El diseño de un centro recreacional y turístico para Adultos y Adultas Mayores dentro de la Provincia



del Guayas ha sido una de las alternativas más adecuadas, porque abarcará programas recreativos que a su vez ayuden al bienestar integral de las personas adultas mediante actividades estimulantes, con esto se estaría implantando un turismo nuevo para el Ecuador y al turismo social. El turismo para la tercera edad una parte importante de la sociedad ecuatoriana, al hablar de un turismo dirigido a la tercera edad no se puede confundir con un turismo de reposo o de quietud, al contrario lo que se busca es la activación de estas personas.

### **Segunda alternativa**

- Proyecto gubernamental para Adultos Mayores con empresas de turismo y transporte para que puedan acceder a viajes dentro de las ciudades del Ecuador.

¿De qué manera incide el Turismo Social de la tercera edad en la consecución de un modelo de inclusión para Adultas y Adultos mayores en la Provincia del Guayas?

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Diseñar una propuesta para la implementación de Turismo para Adultas y Adultos mayores y su inclusión como personas de la Tercera Edad en la Provincia del Guayas.

### **Objetivos Específicos**

- Caracterizar el modelo de Turismo Social en la Provincia del Guayas.
- Identificar alternativas turísticas de inclusión para personas de la tercera edad en la Provincia del Guayas.
- Diseñar un modelo Turístico para personas de la tercera edad a través del Turismo Social identificado en la Provincia del Guayas.
- Elaborar estructuradamente los modelos de ruta y logística correspondientes.

## Marco Referencial

Aunque no han existido programas dirigidos con amplitud para el segmento de la Tercera Edad, La Junta de Beneficencia de Guayaquil que se ha preocupado por ellos y ha implementado programas y actividades de ayuda para todas las personas, que muchas veces y en ciertos casos no cuentan con recursos económicos.

En los últimos meses el estado ecuatoriano ha creado un programa gubernamental con el que se desarrolla viajes dentro del territorio ecuatoriano, brindando facilidades económicas y de descuentos para que los adultos mayores puedan gozar de aquellos beneficios que a su edad les gusta hacer y los divierte.

Se está planteando plan estratégico de desarrollo que incluye a este grupo especial de la población brindándoles un respaldo necesario para que ellos mismos busquen ser una parte más activa de la misma y constantemente enriquecer los valores a nuestra sociedad (Fundación Centro de Desarrollo de la Tercera Edad, 2010).

Según la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil este tipo de actividades para adultos mayores que ayuda a integrarse con la sociedad y a mantener su salud, en muchos de los casos los ayuda con sus enfermedades

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social ha querido formar de la idea de desarrollar planes de motivación y esparcimiento para mejorar la calidad de vida.

## **Marco Teórico.**

Existen algunas teorías que fundamentan el proceso de socialización en los adultos mayores, ya que mediante éstas se puede analizar la actividad y rol social del adulto mayor, así como también el nivel de satisfacción en función de su participación en la sociedad.

### **Teoría de la Desvinculación**

De acuerdo con Cummings y Henry (1961), el proceso de envejecimiento en muchos casos viene marcado con formas de retraimiento o aislamiento de la sociedad. Analizando esto y en un sentido bidireccional, se puede decir que no solo se trata de la desconexión del individuo de la sociedad, sino también de la sociedad al individuo.

El retiro de las personas adultas de una sociedad, se puede dar por muchas razones, como por ejemplo en una sociedad en donde ya han marcado un papel importante como el término de su vida laboral, y ahora solo quieren buscar una forma de tranquilidad por medio de este aislamiento, o también como ya se ha mencionado que esta separación también viene de parte de la sociedad, no se han desarrollado propuestas de inclusión para estos adultos mayores.

No se trata de que las personas al llegar a la edad adulta, sus participaciones en la sociedad se resten, sino hacerlos sentir personas activas dentro de un contexto social. Lo importante de esto es dejar despejado que, no se debería presentar discriminación por parte de la sociedad, ya que con esto se está dejando atrás los derechos más elementales de este grupo de personas.

A este estudio se une la **Teoría de la Actividad** de Tadler (1961). Esta teoría reconoce que la satisfacción de las personas está en relación con el número de actividades en que participe. Según Tadler, se han encontrado métodos de adaptación que frenan la separación del adulto mayor de la sociedad.

Por una parte la participación activa del adulto mayor, resulta ser muy importante para la apreciación que tienen las personas de sí mismas, y esto está relacionado con su satisfacción. Es por ello, que las personas a medida de que, van dejando actividades y roles que formaban parte de su vida, deben ser remplazados por nuevos, y así sigan teniendo un estilo de vida activo.

### **Teoría de la Continuidad**

Esta teoría ha tratado a lo largo del tiempo dar un enfoque más provechoso acerca de la construcción social del adulto mayor en relación a las dos teorías antes mencionadas.

Según Atchley (1971,1972) *“la nueva situación que se le ofrece al anciano después de la jubilación puede provocar una cierta discontinuidad, ante la situación que se le presente, acabará utilizando recursos y contactos que vino utilizando a lo largo de toda la vida”* (pp.137).

Es decir que la función que lleve a la persona a un nivel de acciones más predominante, estará relacionada al estilo de vida que llevaba y a las actividades que antes haya realizado. Se puede confirmar que los individuos en la etapa de la vejez, aprenden a fijar estrategias que les ayuda a su bienestar integral.

## La teoría de la ancianidad como Subcultura

Esta teoría afirma que las personas de tercera edad por general y debido a su aislamiento forman un grupo aparte en un contexto social. Rose (1965). Es decir dentro de una sociedad se constituyen subgrupos que, de acuerdo a sus costumbres, estilos de vida, estas personas se asocian debido a sus necesidades también.

La inclusión de los adultos mayores y fomentar su participación activa en el ámbito social es de mucha importancia, ayudaría a desarrollar aspectos preventivos en la responsabilidad social. Para incorporar este segmento de la población a actividades relacionadas a su bienestar se debería tener en cuenta teorías referentes al turismo social.

Desarrollando este tema, según el Bureau Internacional de Turismo Social (BITS), define al turismo social como: *“el conjunto social de relaciones y fenómenos resultantes de la participación en materia turística, de capas sociales de escasos recursos económicos, participación, que solo es posible gracias a las facilidades que se brindan, algunas medidas de carácter social, bien definidas”* (pp.1).

## *Marco Conceptual*

**Expectativa de vida:** Edad que se espera que viva una persona promedio. La expectativa de vida se puede calcular en el momento del nacimiento o a alguna otra edad, y por lo general varía de acuerdo con la edad. (The Variable Annuity Life Insurance Company, 2010).

**Turismo de Tercera Edad:** "El conjunto social de relaciones y fenómenos resultantes de la participación en materia turística, de capas sociales se escasos recursos económicos, participación, que solo es posible gracias a las facilidades que se brindan, algunas medidas de carácter social bien definidas". (Bureau Internacional de Turismo Social –B.I.T.S-, 1998).

**Turismo social:** Se considera, como una actividad propia de la sociedad industrial, la cual genera una variedad de recursos y beneficios. Trata de beneficiar a los segmentos más desprotegida y con menos recursos, se lo destaca como fenómeno de la redistribución de la riqueza. (eduturismo.tripod.com)

**Enfermedades Psicosomáticas:** Son las enfermedades iniciadas o mantenidas por factores psicológicos. (saludplena.com)

## *Metodología*

### **1. Método**

Para el desarrollo de la siguiente investigación se escogió el enfoque cualitativo que se encargará de analizar las observaciones por partes, este estudiará el fenómeno en su totalidad para tratar de reformar las situaciones tal y como las observan los demás. El enfoque cualitativo tiene como herramienta básica la recolección de datos sin análisis numéricos como las descripciones y observaciones.

Se escogerá el método de investigación acción debido a que es de carácter gráfico y estudia los problemas que se dan en un ámbito particular ya analizado, de manera que se logren cambios, acoplando la investigación con la práctica, es decir se analizan los hechos y se producen acciones para lograr nuevos cambios.

Reforzando con investigación de tipo descriptiva que se basa en conocer y analizar costumbres, situaciones sin limitarse en la recolección de datos fundamentada en dos o más variables que ayudarán a la descripción de actividades, procesos y personas.

El tipo de estudio utilizado será de investigación documental, pues está enfocado a la identificación principalmente, por el uso de gráficos y elementos sonoros como fuentes de información, también se caracteriza por el empleo selectivo de escritos formales impresos de determinados temas ya existentes. Por otra parte se pueden generar uniones entre las ideas de varios investigadores, aspecto importante a considerar dentro de éste proyecto porque está basado a teorías, tesis y libros que sustentan del desarrollo del tema.



## **2. Diseño de la Investigación**

### **2.1 Muestra**

El tipo de muestreo será aleatorio simple con un margen de error del 5%, el tamaño del universo es referente a la ciudad de Guayaquil y un nivel de confianza del 95% e intervalo de 4. El tamaño de la muestra se estima en 598 encuestas. Que se calculó por medio del programa STATS. La población a tratar esta entre 65 y 79 años ósea, 183667 personas al 2010 en guayas.

### **2.2 Técnicas de recogidas de datos**

El instrumento de recolección de información será una encuesta que se aplicará mediante el sistema de entrevista personal en lugares como por ejemplo: Malecón Simón Bolívar, el centro comercial Policentro, mediante un permiso que obtuvimos de la administración del lugar, el Parque Clemente Yerovi ubicado en la Av. del Periodista y calle 3ª. Kennedy Vieja y otros puntos estratégicos.

### **2.3 Técnicas y modelos de análisis de datos.**

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, ésta es procesada vía computador y representada por gráficos circulares en donde muestra la contribución de cada valor.

## PLAN DE MARKETING

### *Análisis Situacional.*

#### *Análisis de Mercado Meta.*

El sector de la tercera edad es el mercado principal al que el turismo en la actualidad está apuntando, se han enfocado en ese gran grupo de personas que tienen mucho tiempo libre que ya se encuentra jubilados y otros empezando esta etapa de la vida. Son adultos mayores independientes, activos y autónomos. Antiguamente considerados clientes riesgosos, hoy el mercado les ofrece créditos, seguros y hasta sofisticados centros para su atención.

Cada día buscan diferentes actividades que les pueden ofrecer el mercado, en base a su edad y su económica.

Las personas mayores que disfrutan de movilidad y de autonomía, mantienen actividades de consumo muy semejantes a las que estaban acostumbradas en los años precedentes.

### *Situación actual*

“Villa Mayor”, será un centro de recreación y turismo para los adultos y adultas mayores, que ofrecerá atención social, por medio de actividades y atención integral personalizada, ayudará a concentrar y a promover todo lo relacionado al turismo de tercera edad y mantendrá la inclusión interpersonal.

Empezará a ofrecer sus servicios a partir del próximo año en el mes de octubre, una vez que se comiencen las funciones, la empresa se verá comprometida a entregar a los clientes los servicios con la más alta calidad, es decir haciendo uso de los valores ya establecidos en la empresa.

**ASPECTOS LEGALES**

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>VEJEZ FELIZ</b>
<b>RAZON SOCIAL</b>	Espinoza&Zuñiga S.A
<b>FECHA</b>	<b>DE</b> Diciembre 2012
<b>CONSTITUCION</b>	
<b>RUC</b>	0702717281001
<b>AUTORIZACION DEL SRI</b>	1108865667
<b>SOCIOS</b>	GISELLA ZÚÑIGA EMILIA ESPINOZA
<b>ACTIVIDAD</b>	CENTRO DE RECREACION Y TURISTICO
<b>TELEFONOS</b>	2320928 - 2820478

## *Análisis Foda*

### **FORTALEZAS:**

- Capacidad de atraer a personas Adultas Mayores que buscan un lugar diferente.
- Es un concepto nuevo para este segmento de la población.
- Servicios de calidad hacia nuestros clientes.
- Variedad de ambientes dentro del lugar.
- Variedad de actividades del proyecto para la estimulación de los Adultos Mayores.

### **OPORTUNIDADES:**

- Aparecerá en el mercado turístico como el de mayor alternativa de desarrollo.
- Segmento con más crecimiento poblacional.
- Inclusión del Turismo de Tercer Edad en el Turismo Social.
- Gran interés de un lugar de recreación y esparcimiento por parte de los Adultos Mayores.
- Poner en marcha el proyecto para beneficios de la Tercera Edad con el fin de tenerlos activos.
- Apoyo Familiar.

### **DEBILIDADES:**

- Falta de experiencia en el ámbito laboral.
- Poco Presupuesto para llevar a cabo el proyecto.
- Carencia de los recursos materiales para el buen funcionamiento del lugar.
- Falta de programas en cuanto al control de salud.
- Que la publicidad no esté al alcance de los clientes.

### **AMENAZAS:**

- Inestabilidad sobre los beneficios del seguro social en el país.
- Competición en el sector.
- Desequilibrio en el sector económico y social del estado.

### *Análisis de la competencia.*

El centro de recreación y turismo se diferenciará de los demás establecimientos dentro de la ciudad que ya brinden este tipo de servicios para personas de tercera edad porque se le ha incluido un valor agregado a la atención; pues brindaremos servicio de paseos o city tours en Guayaquil para visitar los lugares más turísticos y representativos de la ciudad.

Además ofreceremos actividades diarias de interés pensadas en satisfacer necesidades de diversión y entretenimiento donde podrán interactuar con personas de similares edades y gustos.

Por otra parte algunos puntos fuertes que tiene nuestra competencia es que, en la actualidad tiene mayor difusión en los medios de comunicación y tienen mayor amplitud de mercado ya que forma parte de programas gubernamentales.

Muchos de nuestros competidores son más conocidos, ya que llevan mucho más tiempo y nuestra empresa aún no está dentro del mismo, nos encontramos en una fase de planeación y estamos incorporando otro tipo de estrategias para ampliar nuestro mercado.

Se cree que no existe competencia directa alguna, ya que si esto sucede debe haber una empresa que ofrezca el mismo servicio o producto. Sin embargo si se encuentra competencia indirecta que ofrecen productos o servicio parecidos pero de una forma y aun precio diferente.

Los competidores más potenciales son: El Instituto de Seguridad Social y La Casa de los Abuelos, centros que ofrecen servicios similares.

El Instituto de Seguridad Social: es el principal competidor para el resto de nuestros competidores y para nosotros también porque cuenta con una lista de clientes definidos y fidelizados; pues son los jubilados que se encuentra dentro de sus nóminas que ya han probado el servicio que ofrecen y les agradado las actividades que realizan. También son conocidos de forma amplia porque llevan más años que el resto.

La Casa de los Abuelos: Es un centro gerontológico dedicado al cuidado del adulto mayor, cuentan con el de servicio de residencia temporal y permanente, así como también guardería, incluyendo actividades ocupacionales, físicas, psicológicas y recreacionales.

Funciona en una casa ubicada en la ciudadela "Los Ceibos", remodelada y adecuada para dar cabida a estas personas. Está administrado por Ana María Olmedo y cuentan también con profesionales altamente capacitados.

### ***Productos o servicios.***

#### **- Atributos Intangibles**

Nuestro servicio será de primera y muy personalizado ya que contaremos con el personal muy capacitado para servicio al cliente. Sabremos dedicar tiempo y paciencia a nuestros clientes ya que un cliente satisfecho es la mejor publicidad. Para brindar una

atención más personalizada, es importante definir la capacidad de lugar, el número de personas admitidas será de 50 personas.

Es necesario diseñar programas que ayuden a la inclusión y a la atención integral del adulto mayor, como por ejemplo:

- Fomento de la actividad física
- Paseos turísticos dentro de la ciudad.
- Prevención de hábitos nocivos para la salud.
- Orientación Nutricional.
- Otros

- Paseos turísticos dentro de la ciudad de Guayaquil.

Comprenderá recorridos por los lugares más representativos del cabildo, ofreciendo información, datos importantes, historia; tanto fechas importantes y acontecimientos que han trascendido a lo largo de los años.

- Terapia física y ejercicio.

Se desarrollaran programas para terapias físicas con ejercicios básicos que ayuden a fortalecer y a mantenerse saludables.



- Actividades recreativas y sociales.

Con esto se quiere conseguir la participación y la integración de los adultos mayores, potenciar la autoestima, aprovechando su tiempo libre y ampliando su cultura relacionándolos en grupos característicos afines.

El programa contara con las siguientes actividades:

- **Juegos de mesa:** cartas, ajedrez, monopolios, damas, domino. Esto a su vez ayudara a su capacidad de recordar y memorizar, así como también a divertirse.
- **Festivales:** culturales como teatro, y sociales que serán como peñas artísticas-bailables.
- **Gerontogimnasia:** se realizaran ejercicios y terapias que ayuden a la rehabilitación e integración social, aquí se incluirá *bailoterapia*, este tipo de terapia fue algo que se implementó debido a los resultados de las encuestas realizadas.

- Actividades complementarias.

- Talleres: actividades referentes, a las manualidades, arte, costura, etc.
- Lectura: tendrán acceso a la prensa, libros del lugar
- Caminatas: es el más saludable de todos los ejercicios y resultara muy provechoso ya que el lugar contara con aéreas verdes para la recreación.
- Exposiciones y conferencias con temas relevantes para la tercera edad.
- Bingos.

- Servicio de nutrición.

El centro recreativo contara con este servicio, mediante la implementación de un bar de alimentos que será tercerizado, que aporte plenamente los nutrientes necesarios para estos adultos mayores. Es muy importante tener en cuenta el estado de salud de cada una de estas personas. Una estrategia que tendrá "Villa Mayor" es que al ingresar cada cliente, se tomara la información respectiva y se la administrará mediante fichas, que quedaran almacenadas en la recepción de la empresa, por medio de esto se podrá tener en cuenta cada gusto y preferencia de los clientes y mediante esto tener acceso a la información primordial de cada persona para elaborar las dietas o menús especiales.

## CITY TOUR GUAYAQUIL-MALECON 2000

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Guía de turismo en inglés y español
- Transporte privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.

### **Recorrido:**

Parque Seminario, Plaza Sucre, Torre Morisca, Malecón 2000, La Rotonda, Barrio Las Peñas.

**Fecha:** De Martes a Domingo

**Duración:** 2 horas.

**# De personas:** 20 personas.

**COSTO POR PERSONA:**

**USD \$ 40.00**

## **CITY TOUR PARQUE HISTORICO**

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor
- Entrada al Parque Histórico
- Guía de turismo en inglés y español
- Transporte privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.

### **Recorrido:**

Visita al Parque histórico de Guayaquil donde se observa el ecosistema del manglar típico de la costa ecuatoriana con un zoológico in situ.

**Fecha:** Miércoles a Domingo

**Duración:** 2 horas

**# De personas:** 20

**COSTO POR PERSONA:**

**USD \$ 60.00**

## **CITY TOUR GUAYAQUIL-MALECON 2000 + PARQUE HISTORICO**

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor
- Entrada al Parque Histórico
- Transporte privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Guía de turismo en inglés y español.

### **Recorrido:**

Todos los puntos turísticos de la ciudad como el Parque Seminario, Plaza Sucre, Torre Morisca, Malecón 2000, La Rotonda, Barrio Las Peñas, visita al Parque Histórico.

**Fecha:** Miércoles a Domingos.

**Duración:** 3 horas aproximadamente

**# De Personas:** 20 personas

**COSTO POR PERSONA:** USD \$40.00

## **TOUR FINCA LA GLORIA**

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Transporte Privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Lago artificial con pequeños botes, cabaña bailable, instalaciones de diversión y descanso.
- Guía de turismo en inglés y español.

### **Recorrido:**

Visita a la Finca La gloria lugar de descanso y comidas típicas costeñas, ubicado en el km. 50 vía a la costa, pasando el recinto Cerecita.

**Fecha:** Viernes a Domingo

**Duración:** 4 horas

**# De personas:** 20 personas

**COSTO POR PERSONA:** USD \$ 60.00

## **CITY TOUR FINCA GARZA ROJA**

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor
- Transporte privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Uso de las instalaciones con hectáreas de terreno para hacer al mejor camping al lado del río Daule.
- Guía de turismo en inglés y español.

### **Recorrido:**

Guayaquil – Nobol – Guayaquil. **La Garza Roja** es una Finca Ecoturística que está ubicada a 2 minutos de Nobol, en las riberas del río Daule. Lugar ideal para el descanso y el contacto con la naturaleza.

**Salidas:** Cualquier día de la semana previa reservación.

**Duración:** 4 horas

**# De personas:** 20

**COSTO POR PERSONA:**

**USD \$ 40.00**

## **CITY TOUR BOSQUE PROTECTOR CERRO BLANCO**

### **Incluye:**

- Entrada al Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.
- Guía de turismo en inglés y español.
- Transporte privado desde y hacia el Centro de Recreación y Turístico Villa Mayor.

### **Recorrido:**

Guayaquil – BOSQUE PROTECTOR CERRO BLANCO Km. 25 vía a la costa– Guayaquil. **Cerro Blanco** es un bosque seco tropical que rodea a la ciudad de Guayaquil. Se puede apreciar gran cantidad de especies vegetales típicas del bosque seco tropical, así como diversos animales y aves, en senderos guiados.

### **Salidas:**

**Duración:** 6 horas

**# De personas:**

**COSTO POR PERSONA: USD \$ 90.00**



## CITY TOUR RESERVA ECOLOGICA MANGLARES DE CHURUTE

### Incluye:

- Transporte privado desde y hacia el centro de día.
- Paseo en canoa a través de la zona de manglar, en donde se aprecia diferentes especies de aves, peces, crustáceos y moluscos que interactúan en el ecosistema del manglar
- ingreso a la **LAGUNA DEL CANCLON**, donde se podrá apreciar al ave del mismo nombre, que está en peligro de extinción.
- Almuerzo Típico. **(SOLO EN GRUPOS DE MAS DE 20 PAX).**
- Guía de turismo en inglés y español.

### Recorrido:

Guayaquil – CHURUTE– Guayaquil. **La reserva ecológica Manglares de Churute** está ubicada a 40 minutos de Guayaquil en la vía a Machala, y homologada como **Ramsar**. Es un lugar ideal para el contacto con la naturaleza.

### Fecha:

**Duración:** DIA COMPLETO.

**# De personas:**

**COSTO POR PERSONA:**

**USD \$60.00**

## **DELFINES EN EL GOLFO DE GUAYAQUIL**

### **Incluye:**

- Tour de Observación de DELFINES, en BOTES TIPO FIBRA, con chalecos salvavidas, y Radio VHF.
- Guía de turismo en inglés y español

### **Lugares a Visitar:**

- Pto. Del Morro, Golfo de Guayaquil.

**COSTO POR PERSONA:**

**USD \$ 30.00**

### **Factores críticos de éxito.**

Serán, factores que afecten directamente al negocio, que sin ellos no podríamos llegar al éxito deseado. Consiste en definir los atributos, requisitos mínimos que deberán poseer nuestro producto o servicio para que pueda ser de utilidad en el mercado.

- Mejorar las condiciones que garanticen una buena permanencia y el cumplimiento de los procesos y rutinas en todas las actividades.
- Perfeccionar las relaciones trabajador - cliente de acuerdo a los principios de la Ética Profesional.
- Personal altamente calificado y actualizado sobre normas de servicio al cliente y cuidados para las personas de la tercera edad.
- Impulsar la comunicación continua en todo el equipo de trabajo y sus respectivas áreas.
- Certificarnos en normas de cálida y medioambiente
- Afrontar con éxito la transformación estructural que está viviendo el sector del turismo.

## **Estrategias de marketing.**

### *Objetivos de marketing*

- Lograr la aceptación de los clientes mediante campañas publicitarias.
- Caracterizar el modelo de Turismo Social en la Provincia del Guayas.
- Fidelizar clientes
- Ingresar exitosamente en el mercado.
- No dañar el medioambiente

### *Objetivos financieros*

- Lograr una rentabilidad de mínimo 60% de ganancias a 4 años.
- Lograr una participación del 12% en el mercado durante el primer año.
- Incrementar la utilidad neta en un 15% respecto al mes anterior

### *Segmentación*

Vendrá dado en un primer momento por las personas de 65–74 años, se dan a conocer como la tercera edad funcional y todavía se puede encontrar población económicamente activa en este segmento.

En segundo momento, también se cree conveniente dirigirse a un segmento de personas de 60-64 años, ya que se encuentran en el inicio de la vejez y tanto hombres como mujeres se encuentran aun con buen estado físico y en condiciones provechosas.

### *Mercado meta.*

El proyecto va dirigido entonces para estos dos grupos de personas con un nivel económico medio/alto. Algunos empezando esta fase vida con situaciones productivas y otros ya jubilados que cuentan con mucho tiempo libre para realizar actividades para distraerse.

*Posicionamiento en las redes:* hoy en día la edad no es una barrera para la tecnología.

Las personas de la tercera edad en la actualidad superan el temor a la tecnología y el internet a través de cursos impartidos o por medio de familiares.

Ser recomendados entre amigos y conocidos es la estrategia más perspicaz al momento de brindar servicios.

Teniendo ya definido el público objetivo Adultas y Adultos mayores, escogeríamos la red que más se ajuste a nuestras necesidades ya que estas permiten llegar a grupos poblacionales específicos, por ejemplo el *mailing*, es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria, esto es un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada, ambos son creaciones publicitarias que muestran los beneficios o ventajas de determinado producto.

Otro aspecto a tener en cuenta, es evitar la saturación, no podemos enviar mensajes que no sean de sus intereses.

Se debe trabajar de manera inteligente haciendo un seguimiento continuo, fijar calendarios de envío, buscar más usuario por medio de los buscadores, etc.

### *Estrategias Diferenciadoras:*

- Incentivar el Turismo de Tercer Edad en nuestro país.
- Contaremos con los recursos materiales necesarios para la atención de estas personas, así como también las vías de acceso a las instalaciones del lugar.
- Ser el único Centro de Recreación para Adultos Mayores en la ciudad de Guayaquil.
- Es un modelo turístico óptimo y socialmente sostenible.

### *Estrategias de marketing mix*

#### *Producto*

El desarrollo esencial de nuestro tema va enfocado a fomentar Turismo de Tercera Edad, nos servirá para integrar a muchos adultos mayores en diferentes tipos de actividades, intercambio de ideas, pensamientos y anécdotas de sus vidas.

La creación de un centro de recreación y estimulación quiere darles una oportunidad diferente a nuestros adultos mayores para divertirse cuidando de su salud física y mental.

Comprenderá juegos de mesa, centros de lectura, salas audiovisuales, contacto con la naturaleza y un sin número de actividades variadas para que salgan de la rutina diaria

### *Promoción*

El objetivo establecido es el de influenciar al público con su campaña y tratar de influir en el proceso de decisión del consumidor.

#### *o Ingreso al mercado*

Se establecerá canales de ventas sólidos, eficientes y direccionado al segmento objetivo, como: Trípticos, Flyers, páginas de internet, en la página web de la cámara de Turismo del Guayas, etc.

La comunicación institucional y difusión del concepto de negocio se realizará a través de una pauta que involucra una red de medios que nos permiten contactarnos adecuadamente nuestros clientes finales.

*- Crear conocimiento, conciencia e interés referente al concepto de un centro de recreación y turismo para Adultos Mayores.*

- ✓ Anunciando la disponibilidad del nuevo servicio.
- ✓ Informando la diferencia entre el nuevo concepto y los similares ya existentes.
- ✓ Demostrando los beneficios al adquirir el servicio.

*Visitas a lugares de reunión de adultos mayores.*

- ✓ Buscar y motivar directamente a los posibles candidatos para ingresar al centro.



- ✓ Usar la recomendación de los servicios por parte de los clientes que vayan a existir.

Los medios factibles para la difusión de nuestro nuevo producto son los siguientes:

- ✓ *Revistas y Periódicos.*
- ✓ *Material Publicitarios (Trípticos, Flyers, Afiches)*
- ✓ *Internet y Mercadotecnia Directa (e-mail, llamadas telefónicas.)*

#### Plaza

De acuerdo a lo que nos muestra el resultado de encuestas realizadas el centro de Recreación y Estimulación para Adultos Mayores estaría dentro de la ciudad de Guayaquil a la notoria preferencia de sector por las personas encuestadas.

Pues muchas se han referido al hecho de encontrarse cerca, por su mayor seguridad y otros por el tema de movilización.

Estará ubicado en la parte norte de la ciudad en donde los adultos y adultas mayores, ahora contarán con un nuevo espacio urbano en donde vivirán experiencias memorables.

El Centro de Recreación Villa Mayor, forma parte de un proyecto único en esta zona de la ciudad que promueve un concepto urbano combinado con la frescura de la belleza natural conjugando los usos

culturales y recreativos interconectados por espacios abiertos confortables y seguros.

### Precio

El precio es una de las variables fundamentales para el centro de recreación, debido a que tiene una influencia directa sobre los beneficios, porque del precio y de la venta de nuestros servicios dependen los ingresos del centro. Para fijar un precio hay que tener en cuenta el precio que maneje la competencia también o la entrada de nuevos competidores al mercado y la calidad e innovación que se dé en el servicio o producto. El precio es una herramienta competitiva, que nos ayudará a determinar el posicionamiento de nuestro centro de recreación y turístico. Pretendiendo así, maximizar los beneficios y conseguir alta participación en el mercado.

Los precios estarán fijados en los paquetes turísticos de acuerdo a la investigación de mercado y en lo relacionado a las empresas que proveerán de este servicio, los cuales incluirán la entrada al centro, y mediante el mismo puedan tener acceso a todas las instalaciones del lugar recibiendo así mejores beneficios.

También mantendremos como estrategia, las ofertas, ya que con esto se puede atraer nuevos clientes, por ejemplo:

- Que por el mismo precio, se incluyan más personas en el paquete.
- Cupones de descuento.

Así como también las rebajas, que serán publicadas con anterioridad en los medios de publicidad.

## **Investigación de mercado.**

### *Detalles de la investigación (Fecha, tipo, número, etc.)*

Lunes 13 de Junio del 2011, 5 encuestas realizadas a personas de tercera edad en lugares como Caja del Instituto de Seguridad Social, Parque Clemente Yeroví Indaburu (Kennedy), Centro Comercial Policentro.

### *Calculo de la muestra*

#### *Muestra*

El tipo de muestreo será aleatorio simple con un margen de error del 5%, el tamaño del universo es referente a la ciudad de Guayaquil y un nivel de confianza del 95% e intervalo de 4. El tamaño de la muestra se estima en 598 encuestas. Que se calculó por medio del programa STATS. La población a tratar esta entre 65 y 79 años ósea, 183667 personas al 2010 en guayas.

## Formato de la encuesta.

### ENCUESTA

Esta encuesta tiene como objetivo identificar las necesidades e intereses de las personas Adultas Mayores en relación al ofrecimiento de programas recreativos y uso del tiempo libre.

*Esta información repercutirá en el bienestar de su familia, amigos y el suyo propio, por tal razón es importante que sea lo más sincero en sus respuestas.*

Fecha:

Sexo: M  F

Edad: -----

1. ¿Cuáles de las siguientes actividades realiza usted?

Trabajos Manuales  Paseos

Bailar  Deportes

Viajes dentro de la ciudad  Leer

Viajes fuera de la ciudad  Ninguno

Otros. Especifique: \_\_\_\_\_

*(En el caso de que si realice actividades pasar a la pregunta numero 3)*

2. La razón más importante por la cual usted no realiza actividades recreativas es:

(Elija solo una opción)

----- No se ofrecen actividades

----- No sabe cómo tener acceso a ellas

----- No saben dónde se realizan

----- No encuentra actividades acorde a su edad

3. ¿Estaría usted de acuerdo con la idea de implementar un centro de recreación para Adultos Mayores?

SI  NO

4. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que el centro recreacional ofrezca?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Juegos de Mesa            | <input type="checkbox"/> Festivales Recreativos    |
| <input type="checkbox"/> Ejercicios                | <input type="checkbox"/> Paseos por la Ciudad      |
| <input type="checkbox"/> Talleres                  | <input type="checkbox"/> Viajes fuera de la ciudad |
| <input type="checkbox"/> Otros. Especifique: _____ |  |

5. ¿En cuánto a su nutrición que alimentos serían los adecuados a ofrecer?

- |                                       |                                 |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vegetales    | <input type="checkbox"/> Pollo  |
| <input type="checkbox"/> Ensaladas    | <input type="checkbox"/> Frutas |
| <input type="checkbox"/> Pescado      |                                 |
| <input type="checkbox"/> Otros: _____ |                                 |

6. ¿En dónde le gustaría que estuviese ubicado el centro recreativo?

- En la ciudad
- Fuera del perímetro urbano

7. ¿Qué tipo de transporte usa usted al momento de movilizarse?

- Propio
- Transporte Público

8. ¿Sabe usted si en nuestra ciudad ofrecen este tipo de servicios de recreación para la los Adultos Mayores?

SI. Especifique: \_\_\_\_\_

NO

NO SABE

9. ¿Cree usted que realizando este tipo de actividades ayudaríamos a fomentar la integración social y bienestar de nuestros Adultos Mayores?

Mucho

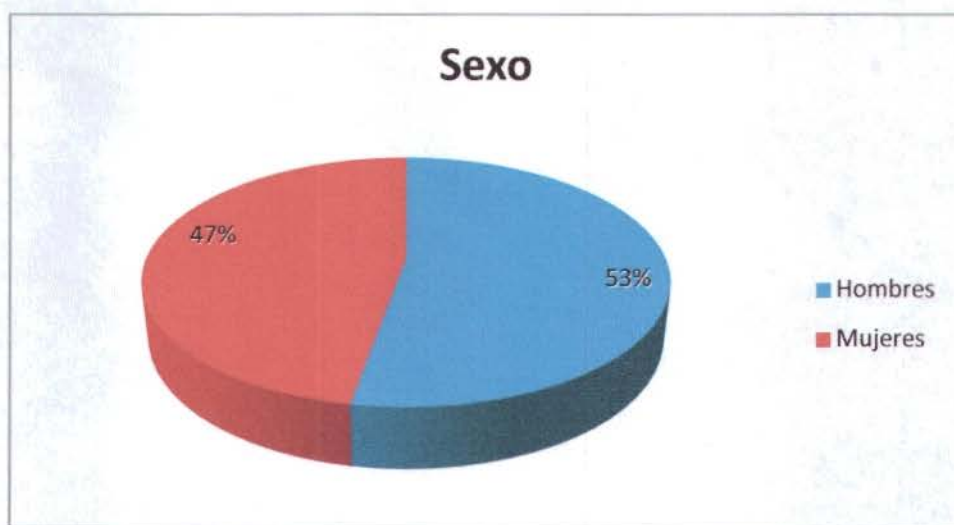
Poco

Nada

### Presentación y análisis de los resultados de la encuesta.

Tabulación de 500 encuestas realizadas a personas de la tercera edad en sectores como Parque Clemente Yerovi Indaburu (Parque Kennedy), Caja del Seguro y Centro Comercial Policentro.

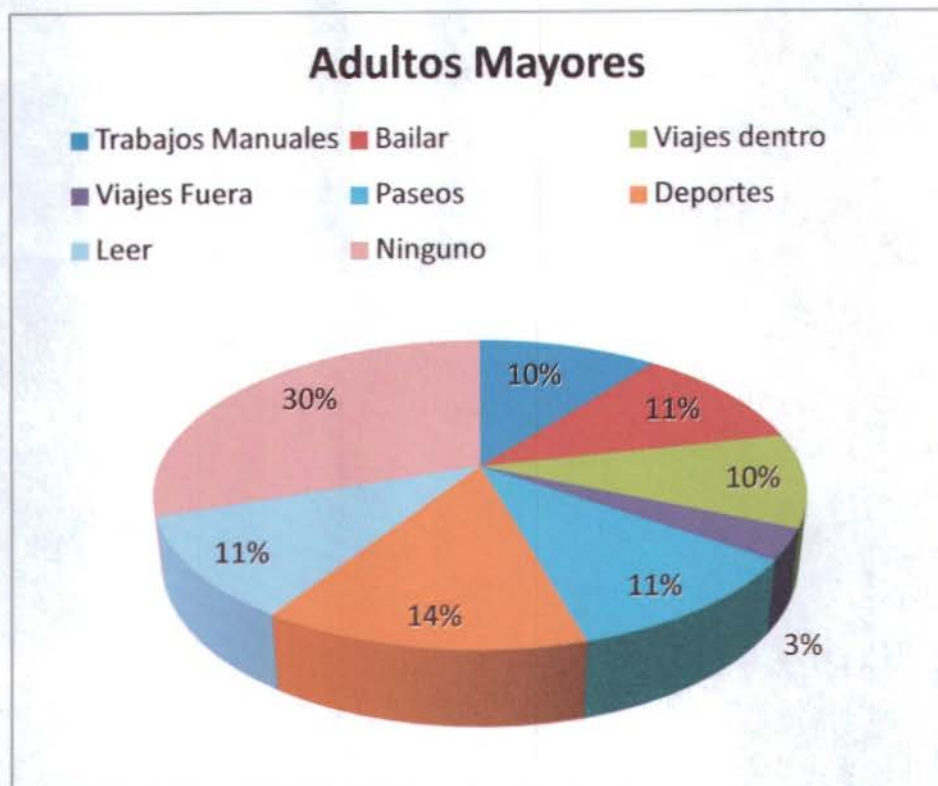
	Sexo
Hombres	264
Mujeres	236
TOTAL	500



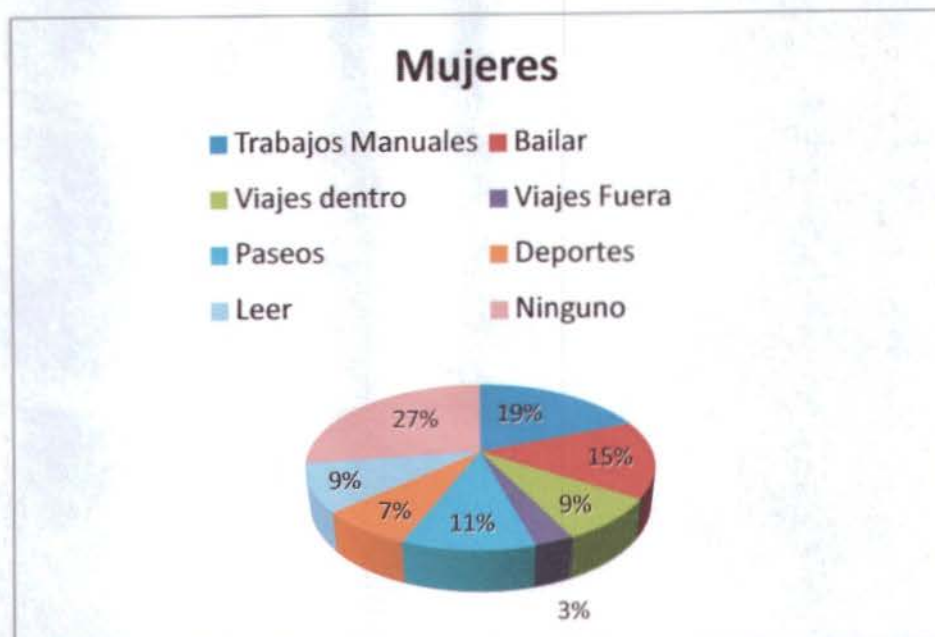
El cuadro expuesto demuestra que de nuestro total de 500 adultos mayores encuestados el 47% corresponde a mujeres y la mayoría con 53% a los hombres.



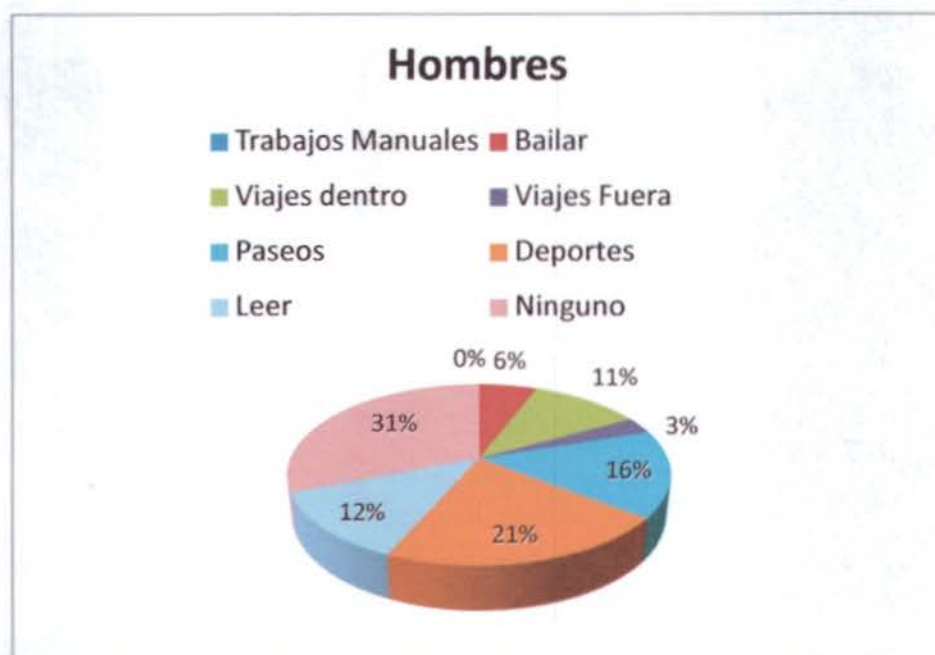
## 1.- ¿Cuáles de las siguientes actividades realiza usted?



El gráfico expuesto representa en su totalidad de los adultos encuestados las actividades que en la actualidad realizan, las cuales vayan de acuerdo con su edad. Nos refleja que con la mayoría, con un 30% no realizan actividad alguna; seguido con un 14% que realizan deportes.



El grafico tabulado por género nos demuestra que las mujeres en su mayoría con un 27% no realizan ninguna actividad, seguido de trabajos manuales con un 19%.



El grafico tabulado por género nos demuestra que los hombres en su mayoría con un 32% no realizan ninguna actividad, seguido por deportes un 21%.

2.- La razón más importante por la cual usted no realiza actividades recreativas es:



El gráfico expuesto representa el total de adultos mayores correspondientes al 30% que contestaron ninguno en la pregunta número 1, respuesta que solo de ellos se ha tomado en cuenta para tabular la numero 2. Y refleja que no saben cómo tener acceso a ellas con el 44%; en segundo lugar con el 30% no sabe dónde se realizan.

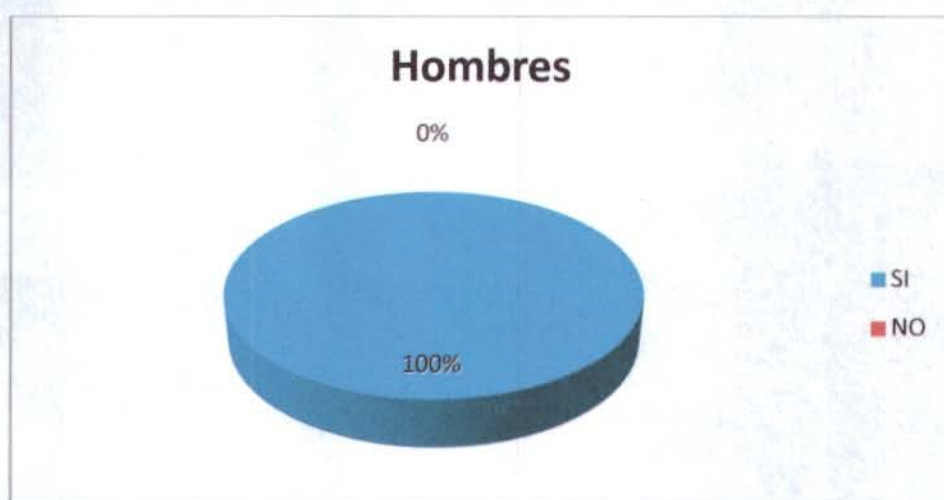


El gráfico expuesto representa el total de mujeres encuestadas las cuales contestaron ninguno en la pregunta número 1. El 47% no sabe cómo tener acceso a las diferentes actividades y el 27% no saben dónde se realizan.



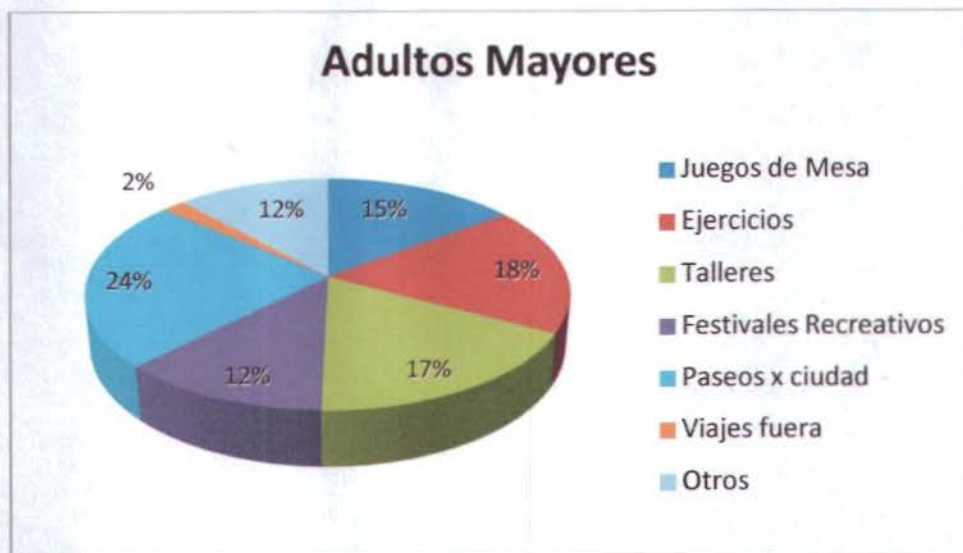
El gráfico expuesto representa el total de hombres encuestados los cuales contestaron ninguno en la pregunta número 1. El 38% no sabe cómo tener acceso a las diferentes actividades y el 36% no saben dónde se realizan.

3.- ¿Estaría usted de acuerdo con la idea de implementar un centro de recreación para Adultos Mayores?

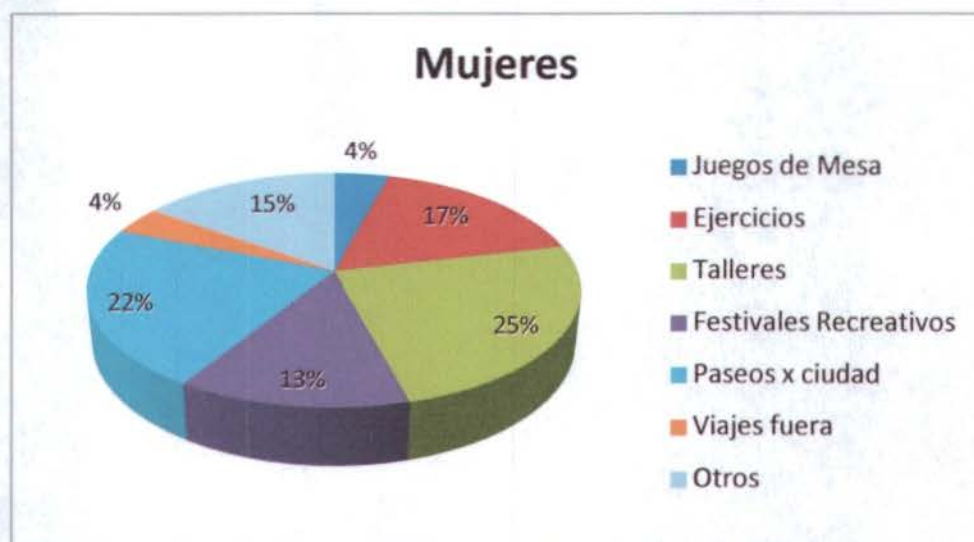


El gráfico en el caso de los dos sexos nos refleja la gran aceptación que tiene la idea de implementar un centro recreacional para adultos mayores en la ciudad de Guayaquil.

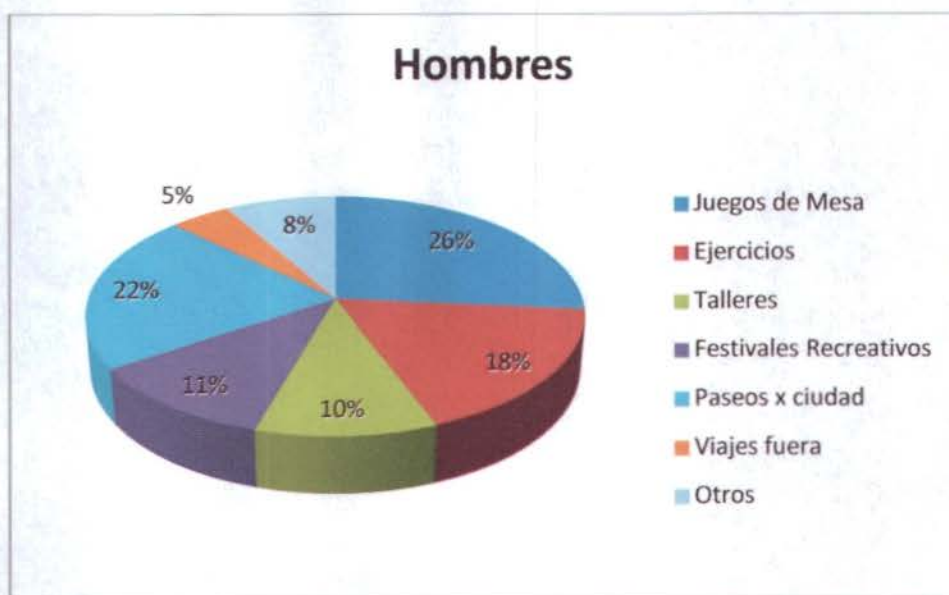
4.- ¿Qué tipo de actividades le gustaría que el centro recreacional ofrezca?



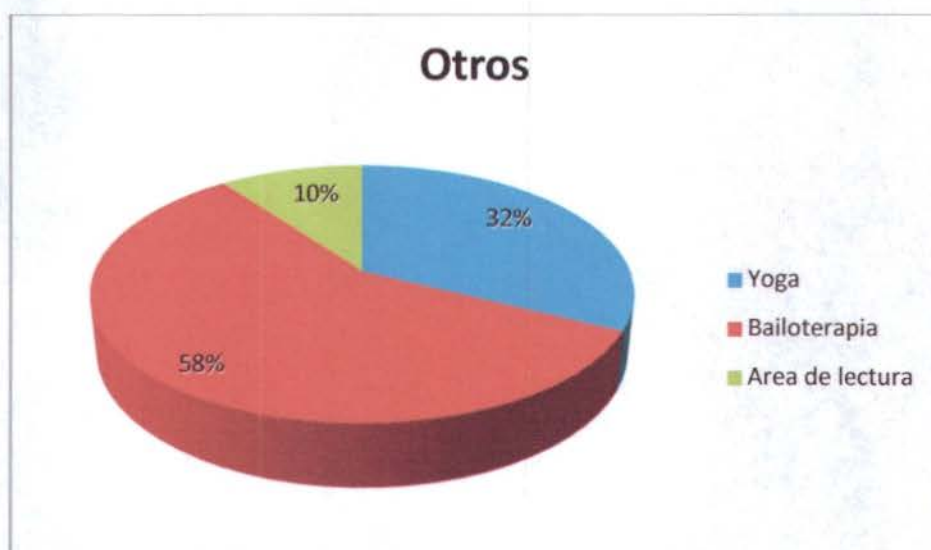
El gráfico representa el total de adultos mayores encuestados; las preferencias de actividades que desean se realice dentro del centro en primer lugar esta con un 24% paseos por la ciudad, segundo lugar ejercicios con un 18%.



El gráfico representa las preferencias de las mujeres en que se dicten y se realicen talleres con un 25%, seguido por paseos por la ciudad con un 22%.

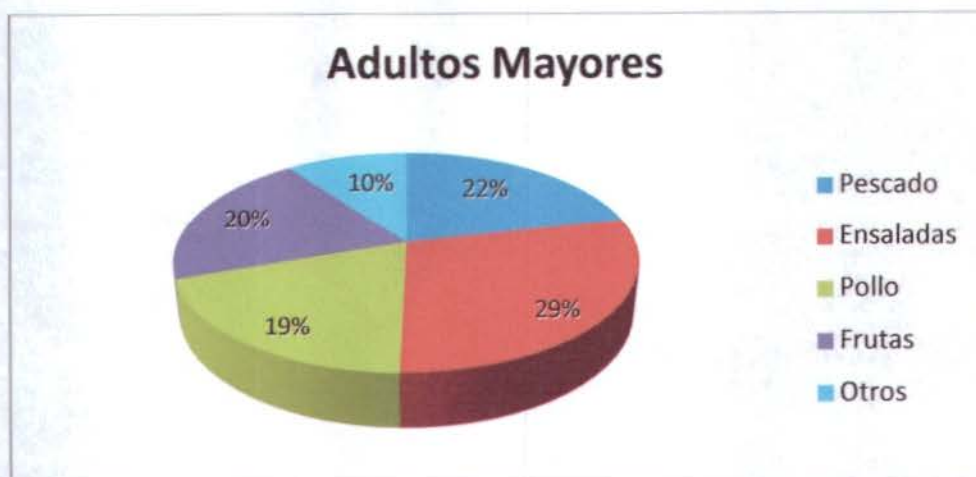


El gráfico representa las preferencias de los hombres en que haya juegos de mesa con un 26%, seguido por paseos por la ciudad con un 22%.

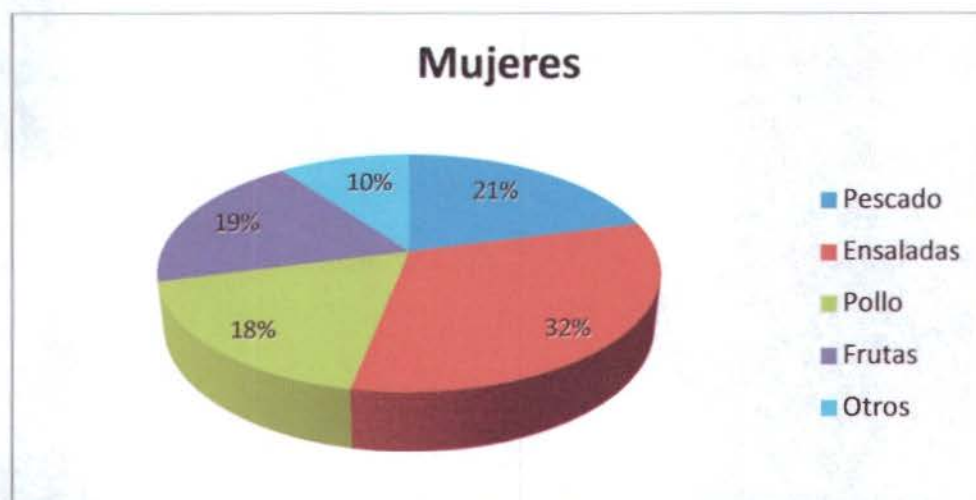


El gráfico representa el 12% de los adultos mayores que en esta pregunta contestaron que les gustaría la implementación de otras actividades Bailoterapia con 58%, seguido de Yoga con un 32% y en tercer lugar el 10%.

5.- *¿En cuánto a su nutrición que alimentos serian los adecuados a ofrecer?*

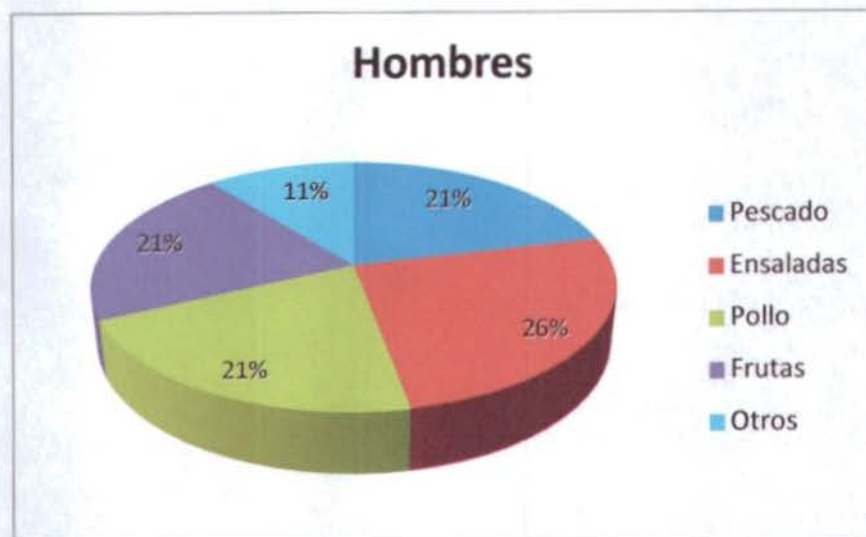


El grafico nos indica los alimentos de preferencia de la totalidad de adultos mayores encuestados, que gustarían se ofrezca dentro del bar en el centro en primer lugar ensaladas con un 29%, seguido de pescado con un 22% y en tercer lugar frutas con un 20%.

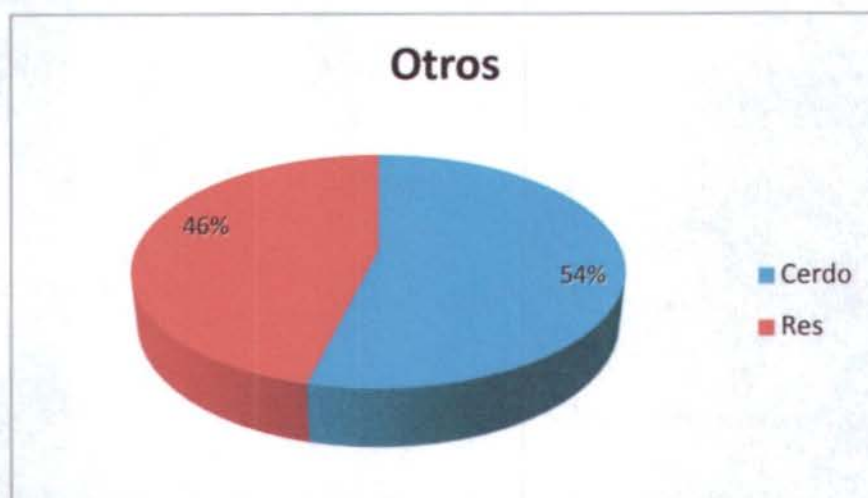


El grafico representa las preferencias en alimentación de las mujeres en primer lugar ensaladas con un 32%, seguido del de pescado con un 21%.





El gráfico representa las preferencias en alimentación de las mujeres en primer lugar ensaladas con un 26%, seguido de pescado, frutas y pollo con un 21% con igualdad de preferencia de consumo.



El gráfico representa el 10% de los adultos mayores que en esta pregunta contestaron que les gustaría la implementación de otros alimentos. En primer lugar el cerdo con 54%, seguido de res con 46%.

6.- *¿En dónde le gustaría que estuviese ubicado el centro recreativo?*



El gráfico representa la preferencia de ubicación del centro con 62% de preferencia para que este ubicado dentro de la ciudad.

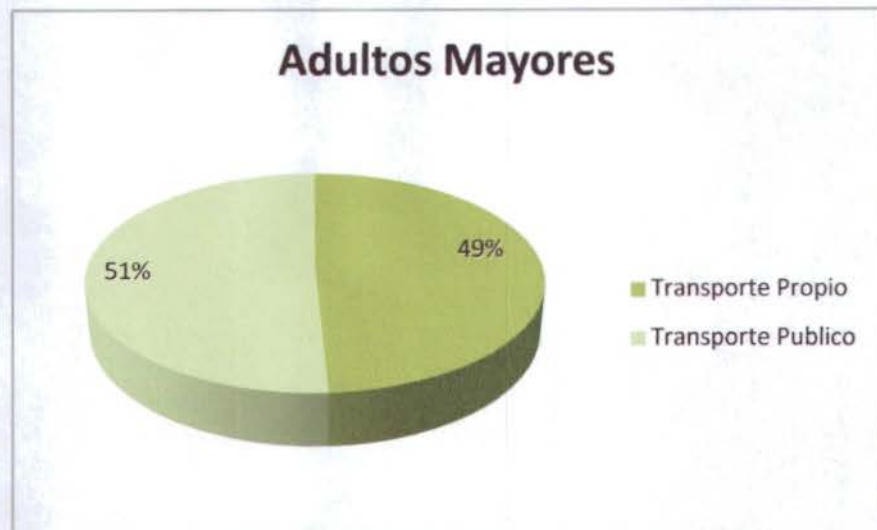


El gráfico representa la preferencia de los hombres para la ubicación del centro dentro de la ciudad con 64%.

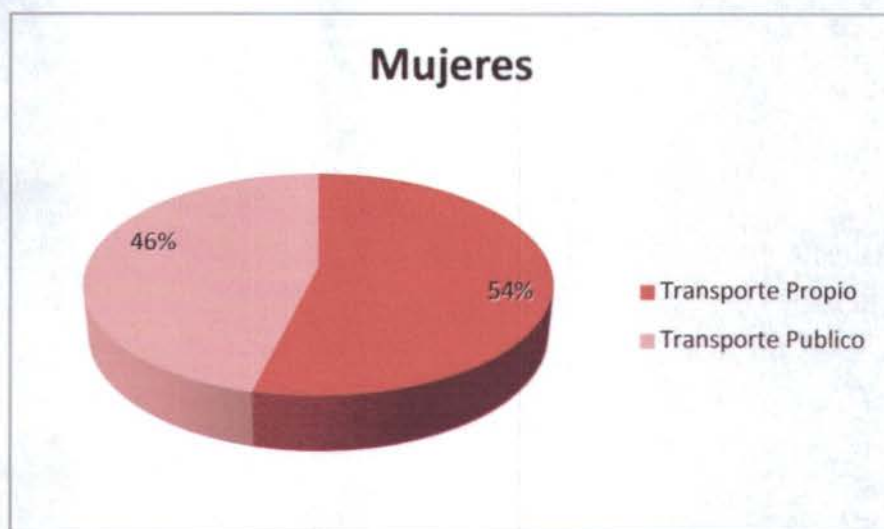


El gráfico representa la preferencia de las mujeres para la ubicación del centro dentro de la ciudad con 63%.

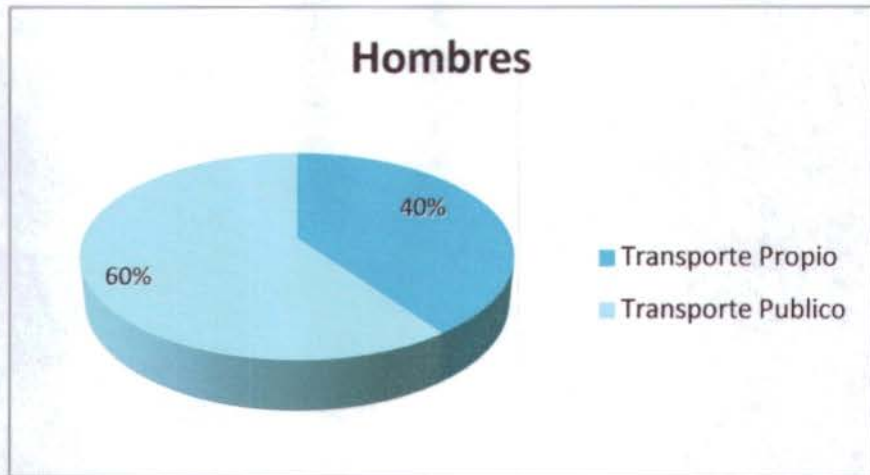
7.- *¿Qué tipo de transporte usa usted al momento de movilizarse?*



El grafico refleja que la mayoría de los adultos mayores utilizan transporte público con un 51%.

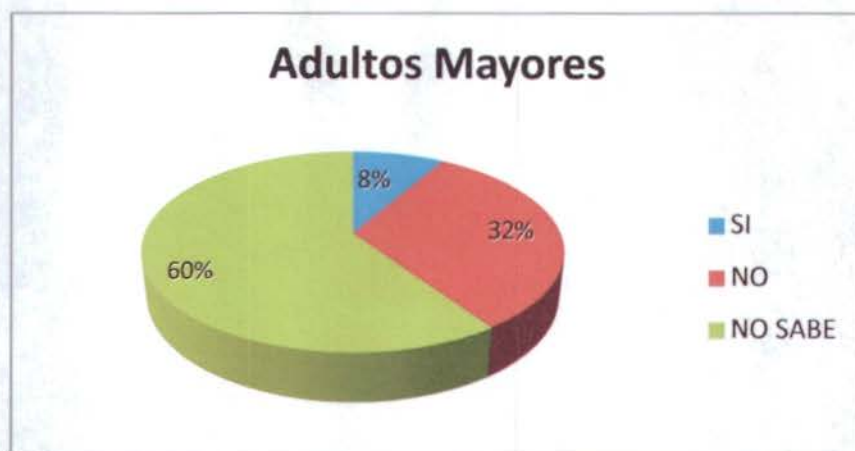


El grafico representa que la mayoría de las mujeres con 54% cuentan con transporte propio para poder movilizarse.



El grafico representa que la mayoría de los hombres con 60% no cuentan con transporte propio por lo que deben tomar transporte público para poder movilizarse.

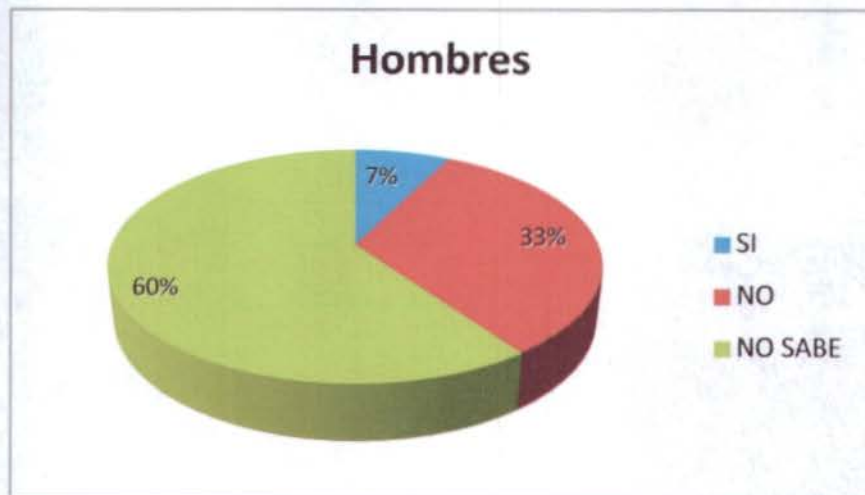
8.- *¿Sabe usted si en nuestra ciudad ofrecen ese tipo de servicios de recreación para los Adultos Mayores?*



El gráfico representa el conocimiento o información acerca de otros centros que se encuentren dentro de la ciudad brindando el mismo tipo o similar servicios como el que ofrecerá nuestro centro. Del total encuestado el 60% de adultos mayores no saben de la existencia de alguno y un 8% si conoce.

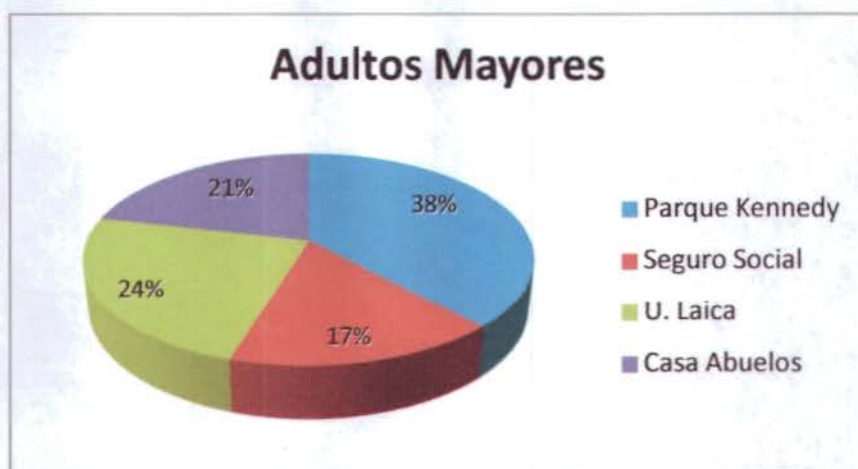


El gráfico representa el conocimiento o información acerca de otros centros que se encuentren dentro de la ciudad brindando el mismo tipo o similar servicios como el que ofrecerá nuestro centro. Del total de mujeres encuestadas el 59% no saben de la existencia de alguno y un 9% si conoce.

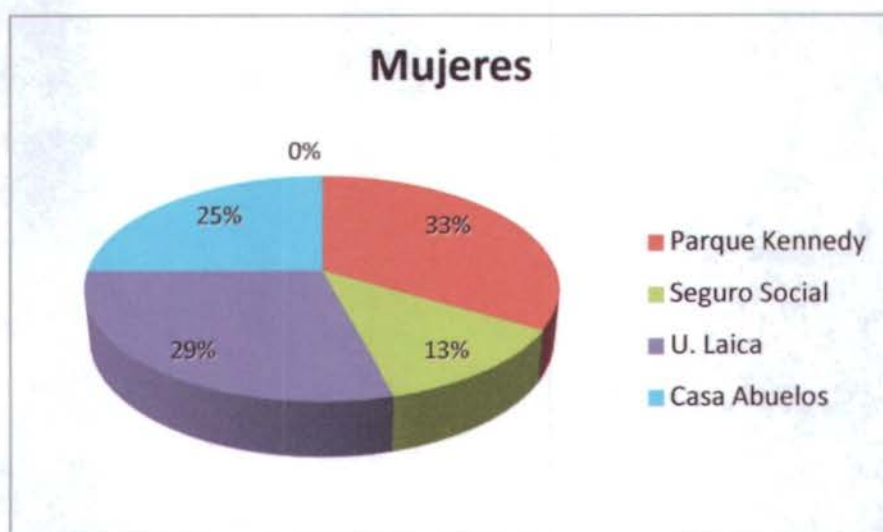


El gráfico representa el conocimiento o información acerca de otros centros que se encuentren dentro de la ciudad brindando el mismo tipo o similar servicios como el que ofrecerá nuestro centro. Del total de hombres encuestados el 60% no saben de la existencia de alguno y un 7% si conoce.

*Personas que saben de la existencia de centros.*

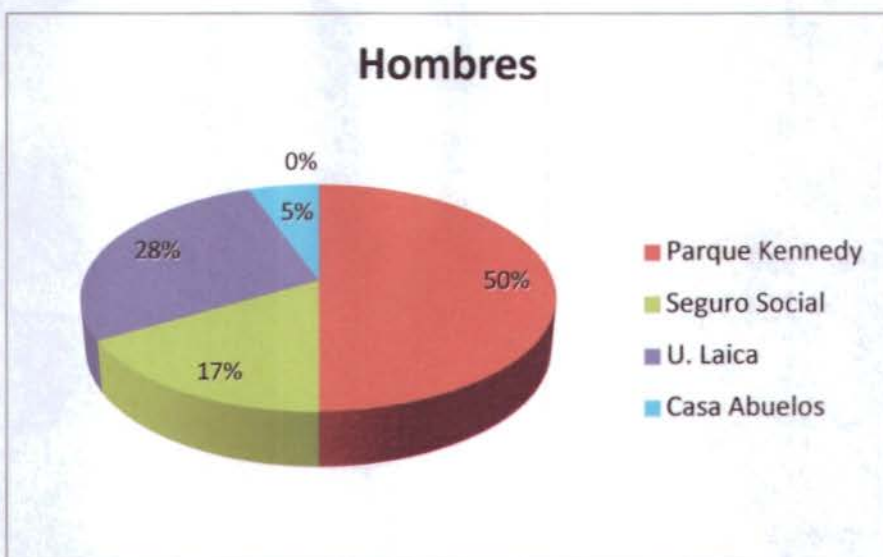


El grafico representa el 9% de adultos mayores que si conocen centro dentro de la ciudad o lugares que les ofrezcan actividades para su edad en primer lugar con el 38% Parque Kennedy, seguido con el 24% la Universidad Laica y en tercer lugar La Casa de los Abuelos con 21%.



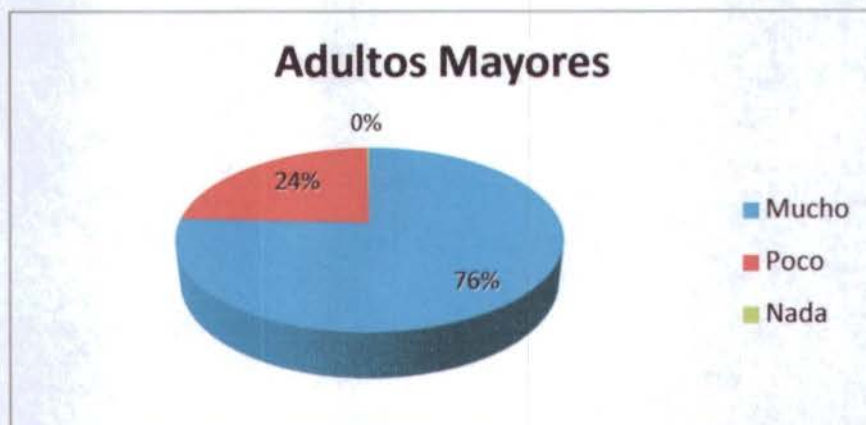
El grafico representa el segmento de las mujeres que si conocen centro dentro de la ciudad o lugares que les ofrezcan actividades para su edad en primer lugar con el 33% Parque Kennedy, seguido con el 29% la Universidad Laica y en tercer lugar La Casa de los Abuelos con 25%.





El grafico representa el segmento de los hombres que si conocen centro dentro de la ciudad o lugares que les ofrezcan actividades para su edad en primer lugar con el 50% Parque Kennedy, seguido con el 28% la Universidad Laica y en tercer lugar el Seguro Social.

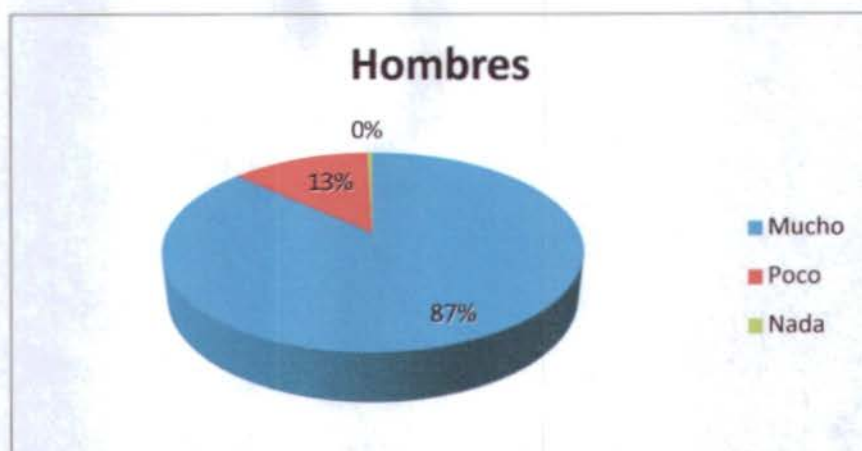
9.- *¿Cree usted que realizando este tipo de actividades ayudaríamos a fomentar la integración social y bienestar de nuestros Adultos Mayores?*



El gráfico representa el objetivo que tiene la creación del centro del total de adultos mayores encuestados el 76% piensa que si ayudaría mucho en la integración y bienestar de todos ellos.



El gráfico representa el objetivo que tiene la creación del centro del total de mujeres encuestadas el 92% piensa que si ayudaría mucho en la integración y bienestar de todos ellos.



El grafico representa el objetivo que tiene la creación del centro del total de hombres encuestados el 87% piensa que si ayudaría mucho en la integración y bienestar de todos ellos.

# PROYECCIONES FINANCIERAS

<i>Papelería</i>				
	<i>DETALLE</i>	<i>CANTIDA D</i>	<i>COSTO UNIDAD</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
<i>Tríptic os</i>	Folleto informativo apoyado por fotografías exponiendo las ventajas competitivas del servicio. Tamaño A4 (21x29,7cm) Papel couche brillo de 115gr Impresión full color 2 lados No Barniz UV. No Troquel.	2000	-	\$ 170,00
<i>Afiches</i>	Son propagandas con mensajes a la comunicación visual urbana. Tamaño A4 (21x29,7cm) Papel couche brillo de 150gr Impresión full color 1 lado No Barniz UV. No Troquel.	1000	-	\$ 180,00
<i>Hojas Volant es</i>	Mini medio de distribución directa. Tamaño A5 (21x14,85cm) Papel couche brillo de 115gr Impresión full color 2 lados No Barniz UV. No Troquel.	1000	-	\$ 166,00
<i>Tarjete ría</i>	Tarjetas de Presentación. Full Color. Tamaño (9x5cm)	1000	-	\$ 25,00
<i>Hojas Membr etada</i>	Hojas A4. Tamaño (21x29,7cm). Papel bond de 79gr. Full Color. 1 Lado	1000	-	\$ 155,00
<i>Sobres Membr etado</i>	Full Color	1000	-	\$ 100,00
<i>TOTAL</i>				\$ 796,00

*Prensa Escrita*

REVISTA VIVA GUAYAQUIL			
TAMAÑO	VIVA	VIVA	VIVA
	URDESA, KENNEDY, LOS CEIBOS	ALBORADA, SAMANES, GARZOTA	SAMBORONDON
2 col (9,74) x 4,43 cm	\$ 46	\$ 33	\$ 27

PERIODICO EL UNIVERSO					
SECCION	DESCRIPCION DEL FORMATO	ANCHO		ALTO	BLANCO Y
		Col	Cm	Cm	NEGRO
Gran Guayaquil	ECONOMICO (DOMINGO)	3	4,6	5,35	\$ 175,00

*Prensa*

RADIO				
	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
RADIO	Cuñas radiales de Martes a Jueves	2 veces al día por un mes.	\$ 12,00	\$ 288,00
TOTAL				\$ 288,00

## PRESUPUESTO DE MARKETING

### Cuadro de Presupuesto

	Medio	Frecuencia	Cantidad	Presupuesto
Enero	Afiches		1000 unidades	\$ 180,00
	Hojas Membretadas		1000 unidades	\$ 155,00
	Sobres Membretados		1000 unidades	\$ 100,00
	Tarjetas de Presentación		1000 unidades	\$ 25,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Febrero	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes		\$ 350,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Marzo	Trípticos		2000 unidades	\$ 170,00
	Revista Viva Samborondon	4 Jueves al mes		\$ 108,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Abril	Revista Viva Guayaquil Urdesa-Kennedy-Ceibos	4 Jueves al mes		\$ 184,00
	Hojas Volantes		1000 unidades	\$ 166,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Mayo	Afiches		1000 unidades	180,00
	Revista Viva Guayaquil Alborada-Samanes y Garzota	4 Jueves al mes		\$ 132,00
	Carpetas		500 unidades	\$ 148,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Junio	Radio	De Martes a Jueves 2 Spots diarios		\$ 288,00

	Adhesivos		1500 unidades	\$ 172,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Julio	Tripticos		2000 unidades	\$ 170,00
	Revista Viva Samborondon	4 Jueves al mes		\$ 108,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Agosto	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes		\$ 350,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Septiembre	Tripticos:		2000 unidades	\$ 170,00
	Emailing			\$ 110,00
	Carpetas		300 unidades	\$ 180,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Octubre	Revista Viva Guayaquil Urdesa-Kennedy-Ceibos	4 Jueves al mes		\$ 184,00
	Hojas Volantes		1000 unidades	\$ 166,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Noviembre	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes		\$ 350,00
	Emailing			\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>
Diciembre	Radio	De Martes a Jueves 2 Spots diarios		\$ 288,00
	Adhesivos		1500 unidades	\$ 172,00
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 460,00</b>

*Formatos*

EL UNIVERSO SECCIÓN GRAN  
GUAYAQUIL.



REVISTA VIVA GUAYAQUIL

(Domingo)





## AUDITORIA Y CONTROL D E RESULTADOS

### Implementación

	Medio	Frecuencia	Responsable	Cantidad	Presupuesto
Enero	Afiches			1000 unidades	\$ 180,00
	Hojas Membretadas		Encargado de	1000 unidades	\$ 155,00
	Sobres Membretados		Marketing	1000 unidades	\$ 100,00
	Tarjetas de Presentación			1000 unidades	\$ 25,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Febrero	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes	Encargado de Marketing		\$ 350,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Marzo	Trípticos			2000 unidades	\$ 170,00
	Revista Viva Samborondon	4 Jueves al mes	Encargado de		\$ 108,00
	Emailing		Marketing		\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Abril	Revista Viva Guayaquil Urdesa-Kennedy-Ceibos	4 Jueves al mes	Encargado de Marketing		\$ 184,00
	Hojas Volantes			1000 unidades	\$ 166,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>

Mayo	Afiches			1000 unidades	180,00
	Revista Viva Guayaquil Alborada-Samanes y Garzota	4 Jueves al mes	Encargado de Marketing		\$ 132,00
	Carpetas			500 unidades	\$ 148,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Junio	Radio	De Martes a Jueves 2 Spots diarios	Encargado de Marketing		\$ 288,00
	Adhesivos			1500 unidades	\$ 172,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Julio	Trípticos		Encargado de Marketing	2000 unidades	\$ 170,00
	Revista Viva Samborondon	4 Jueves al mes			\$ 108,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Agosto	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes	Encargado de Marketing		\$ 350,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Septiembre	Trípticos:			2000 unidades	\$ 170,00
	Emailing		Encargado de Marketing		\$ 110,00
	Carpetas			300 unidades	\$ 180,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Octubre	Revista Viva Guayaquil Urdesa-Kennedy-Ceibos	4 Jueves al mes	Encargado de Marketing		\$ 184,00

	Hojas Volantes			1000 unidades	\$ 166,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Noviembre	Periódico El Universo en la Sección Gran Guayaquil	2 Domingos al mes	Encargado de Marketing		\$ 350,00
	Emailing				\$ 110,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>
Diciembre	Radio	De Martes a Jueves 2 Spots diarios	Encargado de Marketing		\$ 288,00
	Adhesivos			1500 unidades	\$ 172,00
	<b>TOTAL</b>				<b>\$ 460,00</b>

## **Plan de contingencia**

No se puede ignorar el control del plan, que es algo que ya tiene que estar definido dentro del sistema operacional.

Al momento de ofrecer nuestros servicios, nos dirigimos a cada uno de los distintos requerimientos de nuestros clientes, para llegar a nuestra meta en común que es la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Entonces el seguimiento y medición del plan de marketing nos ayudara a mejorar, ya que nos proporcionara datos que debemos evaluarlos para darnos cuenta de nuestro desempeño.

Ayudará a identificar variables que pueden estar perjudicando a nuestro servicio, tomando acciones correctivas y preventivas para detectar situaciones indeseables.

Lo haremos mediante:



## CARTA DE SUGERENCIA

*Le agradecemos mucho por su colaboración, sus gerencias nos ayudan a servirle cada día mejor.*

### Calidad del Servicio:

Excelente

Bueno

Regular

Malo

### Rapidez en la Atención:

Excelente

Bueno

Regular

Malo

### Amabilidad y Calidez:

Excelente

Bueno

Regular

Malo

### Ambiente Agradable:

Excelente

Bueno

Regular

Malo

Comentarios o Sugerencias

¿Alguna Idea?



## INFORMACION DE NUESTROS CLIENTES PARA LA BASE DE DATOS

*Nos gustaría conversar con Ud. Para tener una comunicación más directa, por favor incluya sus datos en esta hoja.*

Nombre:

Apellidos:

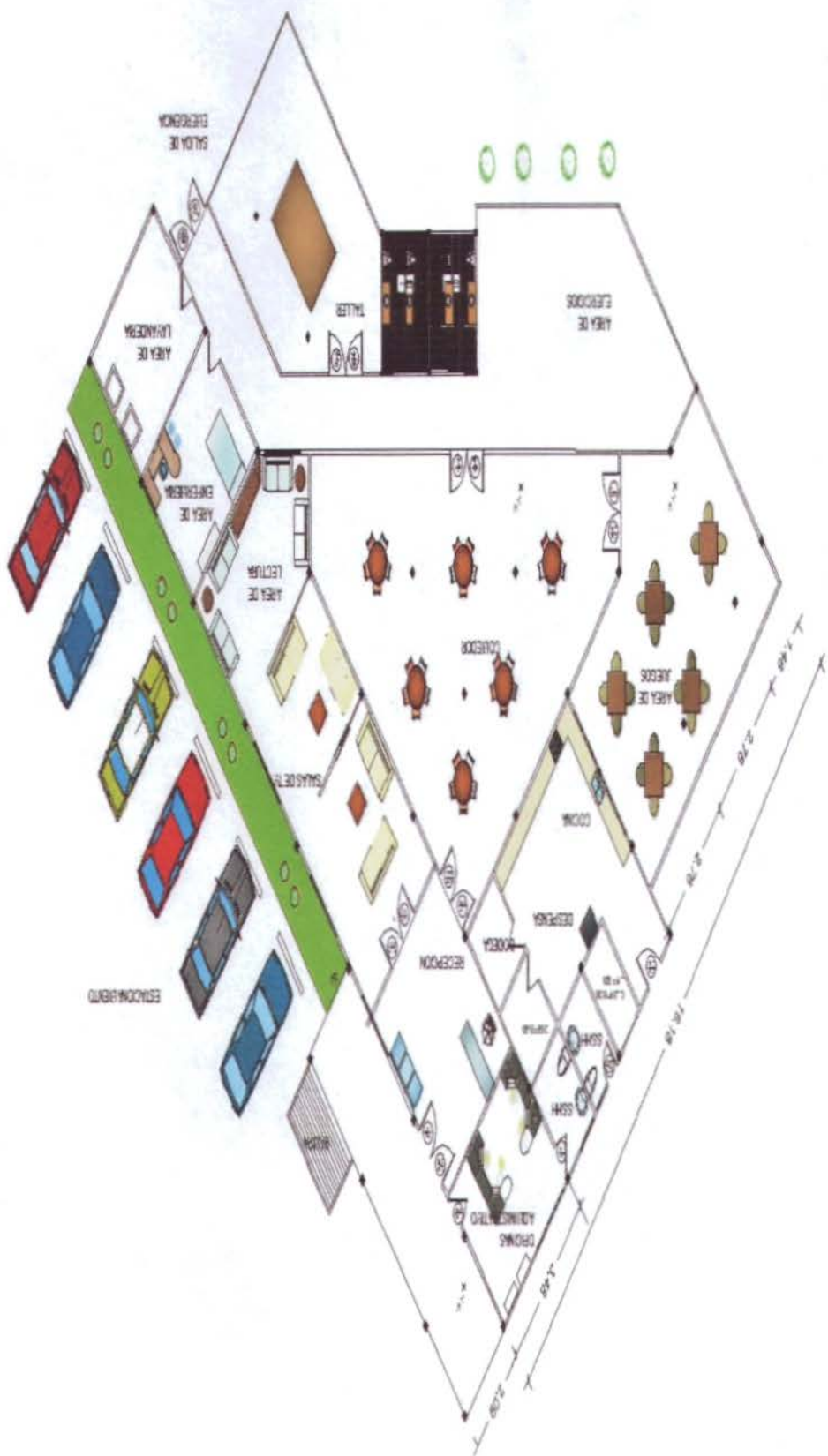
Edad:

Año de Nacimiento:

Mail:

Teléfono:

# PLAN OPERATIVO



## Días de funcionamiento

Se trabajará de Martes a Domingo & días a la Semas durante todo los meses, desde las 7:00 de la mañana hasta la 17:00pm

## Horario de funcionamiento

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
7h00 – 08h30	DIA DE MANTENIMIENTO INSTALACIONES	Rutina de Ejercicios diarias	Festivales Recreativos	Rutina de Ejercicios diarias	Festivales Recreativos		
09h00 – 13h00		City tour Guayaquil-Malecón 2000	Bailoterapia	City tour Guayaquil-Malecón 2000	Bailoterapia	City Tour Finca La Gloria	City Tour Finca Garza Roja
13h00 – 17h00		Talleres	City Tour Parque Histórico	Talleres	City Tour Parque Histórico		



## Infraestructura

### *Detalle de insumos del proceso productivo.*

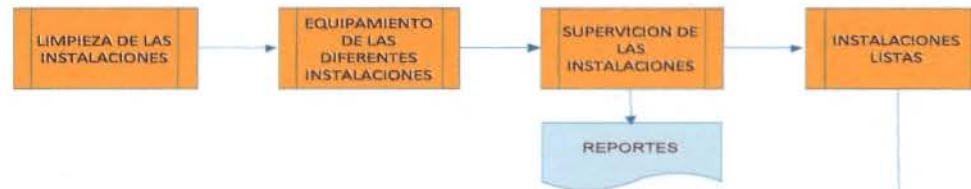
Nº	TIPO	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computación	Impresora	3	\$ 86,00	\$ 258,00
2	Computación	Laptop 14" Compac	5	\$ 565,00	\$ 2.825,00
3	Enfermería	Bastón	5	\$ 5,88	\$ 29,40
4	Enfermería	Camillas	2	\$ 120,00	\$ 240,00
5	Enfermería	Estetoscopio	2	\$ 9,50	\$ 19,00
6	Enfermería	Masajeador	10	\$ 0,50	\$ 5,00
7	Enfermería	Masajeador Pie	5	\$ 13,54	\$ 67,70
8	Enfermería	Nebulizador	2	\$ 47,50	\$ 95,00
9	Enfermería	Otoscopio	1	\$ 37,50	\$ 37,50
10	Enfermería	Sillas de Ruedas	3	\$ 85,00	\$ 255,00
11	Enfermería	Tensiómetro Digital	2	\$ 29,68	\$ 59,36
12	Enfermería	Termómetro Digital	1	\$ 19,00	\$ 19,00
13	Lavandería	Secadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
14	Lavandería	Lavadora 20lb	1	\$ 250,00	\$ 250,00
15	Materiales de limpieza	Desinfectante	4	\$ 11,30	\$ 45,20
16	Materiales de limpieza	Detergentes	5	\$ 9,80	\$ 49,00
17	Materiales de limpieza	Escobas	5	\$ 3,80	\$ 19,00
18	Materiales de limpieza	Escobillones	5	\$ 3,75	\$ 18,75

19	Materiales de limpieza	Lampazos	5	\$ 3,20	\$ 16,00
20	Materiales de limpieza	Limpiones	10	\$ 2,70	\$ 27,00
21	Materiales de limpieza	Sanitizante	3	\$ 9,70	\$ 29,10
22	Materiales de limpieza	Toallas plegadas	10	\$ 12,75	\$ 127,50
23	Muebles y Enseres	Silla Giratoria	1	\$ 30,00	\$ 30,00
24	Muebles y Enseres	Silla Oficina	4	\$ 30,00	\$ 120,00
25	Muebles y Enseres	Silla Tripersonal	1	\$ 180,00	\$ 180,00
26	Muebles y Enseres	Escritorio Pequeño	1	\$ 40,00	\$ 40,00
27	Muebles y Enseres	Vitrina	1	\$ 15,00	\$ 15,00
28	Muebles y Enseres	Archivador Aéreo	5	\$ 82,50	\$ 412,50
29	Muebles y Enseres	Escritorio Mediano	5	\$ 130,00	\$ 650,00
30	Muebles y Enseres	Repisa Metálica	3	\$ 50,00	\$ 150,00
31	Muebles y Enseres	Juego de Mesas y Sillas	6	\$ 95,00	\$ 570,00
32	Muebles y Enseres	Juego de Sala 4 Pcs.	4	\$ 479,00	\$ 1.916,00
33	Muebles y Enseres	Mesas Cuadradas Plegables	6	\$ 28,00	\$ 168,00
34	Muebles y Enseres	Silla T1	3	\$ 12,30	\$ 36,90
35	Muebles y Enseres	Sillas T2	24	\$ 12,98	\$ 311,52
36	Muebles y Enseres	Cartas	12	\$ 0,50	\$ 6,00
37	Muebles y Enseres	Colchonetas	15	\$ 25,00	\$ 375,00
38	Muebles y Enseres	Damas/Ajedrez	4	\$ 12,49	\$ 49,96
39	Muebles y Enseres	Domino	4	\$ 11,89	\$ 47,56
40	Muebles y Enseres	Higiénico Jumbo	10	\$ 9,45	\$ 94,50
41	Muebles y Enseres	Monopolio	4	\$ 24,90	\$ 99,60
42	Muebles y Enseres	Pelotas	25	\$ 7,85	\$ 196,25
43	Muebles y Enseres	Scrabble	4	\$ 37,69	\$ 150,76

44	Muebles y Enseres	Tacho de Basura Mediano	1	\$ 9,52	\$ 9,52
45	Muebles y Enseres	Tacho de Basura Pequeño	4	\$ 4,00	\$ 16,00
46	Muebles y Enseres	Tacho Mega	5	\$ 8,50	\$ 42,50
47	Muebles y Enseres	Tachos Reciclaje	6	\$ 58,79	\$ 352,74
48	Muebles y Enseres	Toallas	20	\$ 2,25	\$ 45,00
49	Muebles y Enseres	Guardamovil	3	\$ 8,38	\$ 25,14
50	Oficina	Central Telefónica 2 Líneas/6 Ext.	1	\$ 179,00	\$ 179,00
51	Oficina	Fax	2	\$ 180,00	\$ 360,00
52	Oficina	Modular para TV	1	\$ 191,00	\$ 191,00
53	Oficina	Televisor 32" LG	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 12.231,96</b>

## Proceso productivo de entrega de servicios (Flujo de procesos).

### PROCESO DE PREPARACION DE LAS INSTALACIONES



### PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE



## **PROCESO DE PREPARACION DE LAS INSTALACIONES.**

Proceso se inicia con la limpieza y luego acondicionamiento de las diferentes instalaciones del lugar, después el encargado de la supervisión de dichas instalaciones elaborará los respectivos reportes para tener un mejor conocimiento. Cuando las instalaciones estén listas, se podrán al uso para los clientes.

## **PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE**

La atención hacia los clientes, estará basado en un proceso estratégico de datos de información que ayudará a gestionar de mejor manera el servicio.

Con la llegada de los clientes, procediendo específicamente a la toma de datos principales, los cuales serán archivados en la recepción del lugar. Luego se confirmará la disponibilidad de cupos para el acceso al centro de recreación y a los paquetes, ya que nos manejaremos con un límite de clientes.

Si hay cupos libres, el cliente paga el precio del paquete el cual quiera adquirir, luego se brindará información necesaria y recomendaciones acerca del lugar para hacer uso de las instalaciones. Por otro lado, si no existe disponibilidad de cupos, se dará cupos para próximas fechas, si el cliente no acepta, culmina el servicio de atención hacia el mismo.

Si el interesado acepta el cupo fijado, se procederá a buscar fecha disponible, pagando luego lo que corresponda.

## **Perfiles y manual de funciones de empleados.**

### *Características Generales del Personal.*

- *Administrador:* Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control. Dara seguimiento a los cliente en lo referente a quejas y otras situaciones a presentarse.
- *Recepcionista:* La recepcionista se desempeñara en el área de admisión o recepción, en esta área se abre las historia del cliente, como son personas de la tercera edad, sería de mucha importancia tomar datos, como por ejemplo; si padece alguna enfermedad y todo esa información específica al momento de ingresar al centro de recreación. Con esos términos la recepcionista se encarga de digitar y apertura la historia del cliente en forma física. Además tiene funciones de dar información sobre todos los servicios que brindara el centro de recreación.
- *Contador:* Registrara y controlara todo movimiento financiero mensual, realizado,

al igual que procesara toda la información para emitir los estados financieros y tributarios correspondientes.

- *Encargado de Marketing:* Crear e implementar el plan de marketing asegurando su compatibilidad con la estrategia de marketing de productos o servicios del centro de recreación, así como también se encargara del presupuesto del departamento garantizando la optimización del mismo.
- *Enfermeras/Auxiliares:* Dar atención a los clientes en necesidades básicas generales de la salud.
- *Terapistas:* Se encargan de la aplicación, seguimiento de los programas de: terapia física, deporte, gerontoterapia, etc.
- *Gerontólogo:* Persona con buena capacidad de comunicación que se hará responsable de ayudar y atender a los Adultos y Adultas mayores en su día a día, estará pendiente de la motivación, de lograr que se mantengan activos, y sobre todo de la alimentación para estas personas.
- *Animador Socio Cultural:* Planeara, organizara, elaborara y dará seguimiento al programa de actividades recreativas y estimulación. Analizara los aspectos sociales referentes a los usuarios,

coordinara los grupos de trabajo y actividades de animación socio-cultural.

- *Jardinero:* Persona que se desempeñara en el cuidado y cultivo de plantas, árboles y forraje del centro de recreación.
- *Personal de Limpieza:* Este personal se encargara de la limpieza e higiene del local su labor es continua y está estructurada por áreas, deberá informar de cualquier deterioro que se presente en el centro de recreación.
- *Guardianía:* Los guardias de seguridad tendrán la función de proteger a las personas que puedan encontrarse en el lugar. Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior del centro de recreación. Evitando así actos delictivos o infracciones en el lugar.



## **Política de calidad.**

Las acciones diarias las realizaremos con una elevada vocación de servicio a los clientes, quienes recibirán atención a sus particulares y justos requerimientos; apoyados en los siguientes principios:

1. Creatividad e Innovación como parte del reto diario para el mejoramiento continuo.
2. Consciencia en la práctica de un trabajo libre de errores y en el compromiso leal con la empresa y con las realizaciones de calidad.
3. Pulcritud en nuestra presentación personal y física de las instalaciones.
4. Coherencia absoluta ante los clientes internos y externos, entre lo que se ofrece y lo que se practica.
- 5.- Conocimiento amplio de las responsabilidades que el puesto implica.
6. Integridad y Compromiso sincero y permanente de practicar una relación honesta y confiable.

## **Proceso de control de calidad.**

Tiene mucha importancia mencionar el proceso con el que contara la empresa para el control de calidad, siendo este un aspecto esencial para el centro de recreación referente a los servicios, poniendo así un compromiso inquebrantable a los requerimientos de los futuros clientes.

El proceso de control de calidad estará elaborado de la siguiente manera:

- El personal que labore en el centro de recreación deberá estar atento a las actitudes y conductas de cada uno de los clientes.
- El fortalecimiento y construcción de una cultura de servicio, estará marcado por la capacitación y motivación continua del personal.
- Lograr la sinergia en los grupos de trabajo, siendo la clave imprescindible, para una buena atención al cliente.
- El personal deberá estar preparado para recibir las inconformidades del cliente, así como también sus quejas y necesidades, brindando la solución inmediata.
- Tratar de conseguir la lealtad del cliente interviniendo rápidamente en sorpresas desagradables para superar sus expectativas.

Aplicando estas pautas para el control de calidad, se tendrá como resultado una sólida relación de confianza, tratando de eliminar cualquier problemática con el cliente.

## **Normas de higiene-tratamiento de residuos (trampas de grasa, extractor de olores y humo)**

El centro tendrá definida y a cumplirse la periodicidad de tareas de limpieza, dotando al personal de útiles y protección para su realización y aplicando las medidas preventivas de manipulación de productos químicos. Mantendrá también una adecuada limpieza de todas las instalaciones, fomentando unas condiciones adecuadas de aspecto, olores higiene, que generarán satisfacción en las personas que visitan el Centro.

### **Abastecimiento y Calidad de Agua**

Dispondremos de agua potable de la red pública, contaremos con suministro permanente y en cantidad suficiente para atender las actividades del establecimiento.

### **Evacuación de Aguas Residuales**

El sistema de evacuación de aguas residuales deberá mantenerse en buen estado de funcionamiento y estar protegido para evitar el ingreso de roedores e insectos al establecimiento. Los conductos de evacuación de aguas residuales deberán estar diseñados para soportar cargas máximas, contar con trampas de grasa y evitar la contaminación del sistema de agua potable.

## **Disposición de Residuos Sólidos**

Los residuos sólidos deberán disponerse en recipientes de plástico, en buen estado de conservación e higiene, con tapa oscilante o similar que evite el contacto con las manos y deben tener una bolsa de plástico en el interior para facilitar la evacuación de los residuos.

Dichos recipientes deberán colocarse en cantidad suficiente en la cocina, comedor, baños y cualquier otro lugar donde se generen residuos sólidos y, estar ubicados de manera que no contaminen.

Para la eliminación de los residuos sólidos se deberá contar con colector con tapa de tamaño suficiente, según el volumen producido, colocados en un ambiente destinado exclusivamente para este uso, de acceso fácil al servicio recolector. Este ambiente debe diseñarse de manera que se impida el acceso de plagas y se evite la contaminación del alimento y del entorno. Se deberán lavar y desinfectar a diario los recipientes plásticos y la zona de almacenamiento de residuos.

## **Gestión socio-sanitaria centrada en el adulto mayor.**

Para asumir la promoción de la salud, la prevención, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad de los destinatarios adultos mayores es necesario reconocer como hemos visto hasta aquí, que los criterios que definen la situación de salud-enfermedad de la población beneficiaria involucran aspectos físicos, psico-cognitivos, funcionales y sociales y para ello resulta imprescindible: conocer y seguir a toda la población de Adultos Mayores segmentándola en grupos de riesgo homogéneo lo cual permitirá identificar y cuantificar las problemáticas, determinar las necesidades y seleccionar las acciones que definen los grandes lineamientos prestacionales cuyos ejes son:

## **Provisión de agua, generadores de energía.**

### **Provisión de energía.**

Por encontrarse dentro de Guayaquil la empresa que proveerá al centro de energía eléctrica en todas sus áreas será la Eléctrica de Guayaquil quien tiene como misión, brindar el servicio público de energía eléctrica a la ciudad de Guayaquil, con altos estándares de calidad.

### **Provisión de agua.**

La compañía que nos proveerá con el servicio de agua será Interagua que es una empresa formada por gente altamente calificada.

## **Almacenaje de productos alimenticios, perecederos o no perecederos.**

El centro contará con una Bar, que será terciarizado a una empresa que cumpla con los lineamientos correspondientes, donde se venderán alimentos básicos para desayunos y almuerzos en ciertos casos de ser requeridos por los clientes, comidas previamente autorizada por nuestros profesionales debido a que atenderemos a personas de tercera edad que deben tener una alimentación adecuada y equilibrada.

Deberá tener los siguientes controles y cuidados:

- Toda la cocina deberá estar impecable al inicio de los trabajos
- Cuidar la higiene personal.
- La luz artificial, deberá ser suficiente, bien distribuida y no muy intensa sobre la superficie de trabajo.
- Los alimentos deberán ser frescos.
- La temperatura y formas de conservación serán las adecuadas.
- Mantener constantemente limpios los implementos que usara a diario.
- Mantenimiento y reparación de equipos.
- El recipiente de los desperdicios debe lavarse por lo menos una vez al día.

### *Licuada:*

- Es otro de los utensilios que se usan en el momento del despacho y también de la Mise En Place.
- Cuando se usa la licuadora, debe lavarse bien con agua caliente al término de haber preparado una composición.
- Si no es bien lavada, el sabor que hemos licuado pasará al próximo licuado, especialmente cuando se licúan sabores fuertes, (cebolla, etc.).
- Al término de la jornada, hay que lavar y secar la licuadora a fondo.
- Todos los utensilios que usemos para manipular alimentos debemos limpiarlos y usar el sentido común para el menester.

### *Frutas*

- Las frutas deben almacenarse separadas de otra mercancía.
- Hay que ponerlas en contenedores sin sus envases originales.
- No encimar las frutas.
- Las que se compran a granel, como naranjas y manzanas, hay que revisarlas antes de almacenarlas.
- Tratar con cuidado las frutas blandas.
- Lavar con bastante agua.
- Al finalizar la tarea, lavar bien con agua caliente, todos los utensilios usados para la manufacturación, recordar que la fruta por la cantidad de glucosa que contiene, sus restos son pegajosos.



### *Área De Cafetería*

- El producto que se manipula es perecedero y susceptible a una mala manipulación.
- El café y los diferentes tés, deben guardarse en lugares secos y retirados de áreas húmedas.
- Se usa café en grano y café molido, los tés generalmente se usan en bolsitas.
- El molinillo de café se pone al lado de la máquina de café.
- Hay que mantener condiciones óptimas de higiene en la máquina de café y todos sus accesorios.
- La máquina de café esta puesta sobre una mesada de acero inoxidable.
- No se deben usar productos de limpieza en el momento de operación de la máquina.
- La máquina tiene en la parte superior un lugar para almacenar tazas.
- Debe limpiar toda la parte de acero inoxidable de la maquina cada vez que termina una operación.
- Limpiar y acomodar los estantes de la heladera destinados a la cafetería, los productos lácteos que se usan.

## **Almacenaje y manipulación de basura.**

Es necesario que las empresas tengan en cuenta aspectos medioambientales, no solo para cumplir la normativa, sino también para crecer de forma sostenible.

El manejo y almacenamiento de la basura que se llevará a cabo dentro del lugar será muy óptimo, a través del reciclaje, la reutilización y reducción de recursos.

- El reciclaje: la mejor forma de hacer este proceso es mediante la separación de los residuos siendo la más simple, la separación de residuos orgánicos e inorgánicos. Los orgánicos son los que se descomponen natural y rápidamente (frutas, restos de comida, cascaras, verduras, etc.). mientras que los residuos inorgánicos son los que tienen una desintegración natural muy pausada (vidrios, latas, plásticos, etc.).

En el centro de recreación contaremos con las herramientas necesarias para emprender este proceso, los tachos de basura de reciclaje son unos de los más importantes que estarán ubicados en puntos estratégicos del lugar, con su respectivo sello y color para que las personas los puedan identificar con facilidad.

Lo que se lograra con esto, es hacer partícipes y responsables a las personas que tendremos como clientes, dando como resultado un acto de afecto hacia el medio ambiente.

- La reutilización y reducción: este es otro punto importante en cuanto al control de basura, ya que con la reutilización tendremos que utilizar bien los recursos antes de deshacernos de ellos, y con la reducción evitaremos la compra de productos que traigan grande empaque o envolturas y la compra de artículos que no sean necesarios.

Como empresa, cumpliríamos de una forma muy satisfactoria los objetivos relacionados al medio ambiente como por ejemplo:

- Facilita la tarea de la selección de recursos.
- Disminuye en parte los riesgos de salud tanto de las personas que van a laborar en el lugar y de los clientes.
- Contribuiremos con el municipio de la ciudad en la labor de selección y recolección de la basura.
- Se daría en cierta forma una acción de concientización en las personas que asistirán al lugar.

**Prevención y seguridad (primeros auxilios, equipo de emergencia, señalización, plan de evacuaciones, luces de emergencia)**

---

***PLAN DE CONTINGENCIA  
CENTRO DE RECREACION  
PARA ADULTOS MAYORES***

---

## *Tipos de Emergencia*

De acuerdo con su origen, las emergencias se clasifican en tres grupos o categorías:

### *Origen Natural*

- ❖ Terremotos (movimientos sísmicos)
- ❖ Temporales de lluvia y/o vientos.

### *Origen Social*

- ❖ Artefacto explosivo
- ❖ Conflictos familiares
- ❖ Asaltos.

### *Origen Técnico*

- ❖ Incendio.
- ❖ Escape de gas.
- ❖ Fuga de agua.

## **EQUIPAMIENTO DEL CENTRO PARA EMERGENCIAS**

Esta sección tiene como objetivo, informar a los ocupantes del lugar, cuáles son los elementos y equipos que están dispuestos para detectar y combatir emergencias. Esta etapa es la denominada “antes de una emergencia”.

### ***Zonas de Seguridad***

La evacuación se realizará de la siguiente manera; en cada área del lugar, las personas se dirigirán hasta la recepción. La salida será en silencio y en orden.

La evacuación siempre debe ser en dirección al Punto de Reunión, que corresponde a una Zona Segura donde se agrupan todas las personas.

**Punto de Reunión:** El punto de reunión será la recepción del centro.

**Zona de Seguridad:** El edificio tendrá una zona de seguridad la cual estará ubicada hacia el poniente por calle principal. En esta sección, los encargados procederán a efectuar el recuento de las personas en el momento preciso en que se debe salir al exterior.

### ***Sistema de Detección y Alarma***

#### ***Detectores de Humo:***

Contaremos con detectores de humo, ubicados en todos en pasillos y áreas del lugar.

Estos Detectores son dispositivos que al activarse por el humo, envían una señal al panel de alarmas o central de incendios que se encuentra en recepción, indicando el lugar afectado. Al mismo tiempo se activa una alarma en todo el centro, la cual permite alertar respecto de la ocurrencia de un incendio.

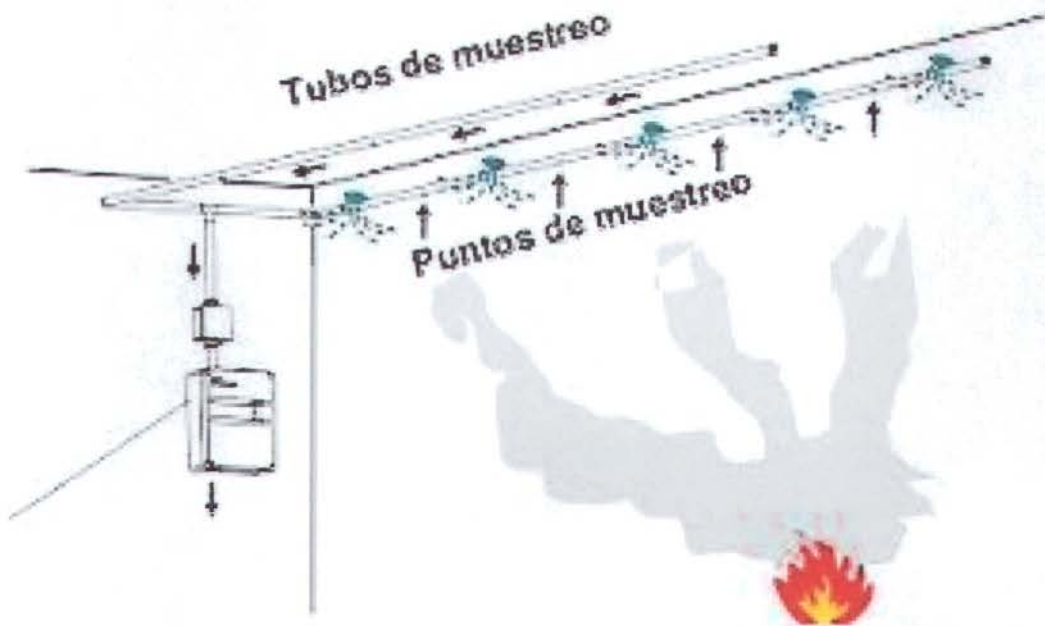
### **Bocina de Alarma de Incendio:**

También contaremos con bocinas de alarma ubicadas en todas las áreas. Este sistema se activa automáticamente por medio de los detectores de humo y palancas de alarmas de incendio.

La activación de este dispositivo debe alertarle inmediatamente de alguna irregularidad que está sucediendo en algún punto específico.



### **Palancas de Incendio:**



Las palancas manuales de alarma, las cuales al ser accionadas por algún ocupante del centro, activan inmediatamente las alarmas de incendio descritas en el punto anterior. Es importante que se identifiquen y memorice claramente la ubicación de estas palancas, y ser instruido respecto de la forma correcta de uso.

Las Palancas se encuentran ubicadas en todas las áreas del centro.



### *Equipos de Extinción*

#### **Extintores Portátiles:**

Existen diferentes tipos de extintores con los que contaremos, como por ejemplo: extintores de polvo químico seco (PQS), para combatir fuegos clase ABC, de 10 kilos de peso. Los equipos existentes se ubican en, salas de basuras. Cabe destacar que estos son certificados y tienen fecha del próximo mantenimiento.



## Los fuegos a combatir con PQS son:

**Fuegos Clase A**, corresponden a fuegos que involucran maderas, papel, cortinas y algunos plásticos. Este fuego se caracteriza por dejar residuos carbónicos.

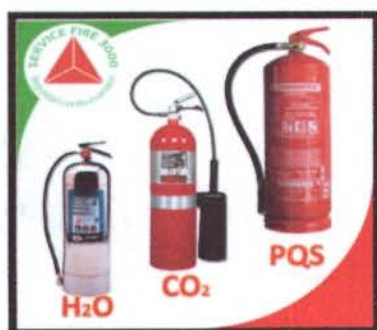
**Fuegos Clase B**, son producidos por líquidos y gases inflamables derivados del petróleo, solventes, bencinas, aceites, grasas y pinturas, que se caracterizan por no dejar residuos.

**Fuegos Clase C**, son aquellos que comprometen equipos o materiales energizados (tensión eléctrica).

Recomendamos memorizar la ubicación de estos equipos y conocer la forma de operación a través de las instrucciones de uso.

### Instrucciones de Uso:

- Retire el Extintor de su posición y diríjase a la zona comprometida por las llamas.
- Sosténgalo verticalmente y tire el pasador desde el anillo.
- Presione la palanca o percutor
- Dirija el chorro del agente extintor a la base del fuego, en forma de abanico.
- Idealmente actúe siempre en pareja y con al menos dos Extintores.



TIPOS DE EXTINTORES	
<b>TIPO A</b> .....	<b>A</b>
madera, papel, telas de algodón, etc	
<b>TIPO B</b> .....	<b>B</b>
gasolina, pinturas, solventes, etc	
<b>TIPO C</b> .....	<b>C</b>
todo tipo de electrónico conectado.	
<b>TIPO D</b> .....	<b>D</b>
Metales, sodio, magnesio, etc.	

## **Plan general de emergencia.**

### *Procedimientos de emergencia*

Para una mayor comprensión y aplicación del plan, a continuación se indica los distintos procedimientos que realizaremos de acuerdo a los diferentes tipos de emergencia.

### **Evacuación**

#### *Evacuación Parcial:*

Esta se desarrollará sólo cuando la emergencia sea detectada oportunamente y sólo requiera la evacuación de la zona afectada. Las instrucciones serán impartidas a las partes afectados vía teléfono y se le comunicará claramente a las personas, el lugar preciso hacia donde deben evacuar.

Este procedimiento de emergencia, es producto generalmente, de un asalto, inundación local o un foco de fuego controlado inmediatamente.

#### *Evacuación total:*

Se realizará cuando la situación de emergencia sea de gran envergadura (incendio, declarado, llamas violentas hacia el exterior o interior del centro, presencia de humo de áreas comunes y que ponga en riesgo la seguridad de las personas).

En dicho caso se procederá a evacuar totalmente el lugar, siguiendo las instrucciones establecidas en este Plan de Emergencia (orden de evacuación).

*Orden de Evacuación:*

Una vez declarada la emergencia, el encargado, dará la orden para la evacuación del centro (a viva voz y/o por medio de las alarmas de incendio). En toda evacuación se debe dar prioridad a la zona afectada.

*Inicio de la Evacuación:*

- Al oír alarma u orden de evacuación conserve la calma y no salga corriendo.
- Interrumpa completamente sus actividades.
- Siga solo las instrucciones de los que dirigen este proceso.

Al iniciar la evacuación, las personas deberán seguir los siguientes pasos:

- Paralizar sus actividades.
- Desenchufar o cortar la energía eléctrica y alimentación de gas de todo artefacto o equipo que esté en funcionamiento.
- Dirigirse con calma y sin precipitarse hacia la Vía de Evacuación, hasta el Punto de Reunión señalado (recepción), para luego dirigirse a la Zona de Seguridad por la alternativa de salida que corresponda, siguiendo las

instrucciones de las personas que se encuentren encargadas (si estos se encuentran presentes).

- Una vez reunidos en la Zona de Seguridad, se procederá a hacer el recuento de las personas, por los individuos encargadas para tal efecto.

#### *En Caso de Lesionados*

Las personas que se encuentren en los primeros pisos informarán con la mayor prontitud posible a los individuos encargados, cuando tengan algún lesionado o persona atrapada.

El Jefe de Emergencia basado en la información recibida, establecerá la conveniencia de disponer el traslado del o los lesionados, o de mantenerlos en la Zona de Seguridad.

Si se decide efectuar algún traslado, se deberá tomar contacto con uno de los Centros de Salud a que destine.

Muchas veces nos hemos encontrado con este tipo de problemas y por factores psicológicos que desconocemos, siempre procedemos de manera apresurada y a veces desechando muchos de los procedimientos que nos enseñaron en algún curso de atención Prehospitalaria.

Para evitar discusiones por diferencias de criterio o por aplicar lo que “a mí me enseñaron”, la forma de tratar a nuestros clientes será de la siguiente manera:

### **Quemadura**

*Síntomas:* Dolor intenso en la zona afectada, con enrojecimiento de la piel o pérdida de ella.

*Tratamiento:* Retirar la ropa que no está adherida. Aislar la zona afectada y lavarla con abundante agua. No usar ninguna clase de cremas o pomadas. Cubrir con paño limpio o apósito estéril.

### **Fractura expuesta**

*Síntomas:* Dolor intenso, hueso expuesto al aire, sangrado.

*Tratamiento:* Comprimir el sitio de la hemorragia suavemente con un paño limpio o apósito estéril. No estirar el miembro e inmovilizarlo en la misma posición. Controlar pulso. Por ningún motivo tratar de introducir el hueso.

### **Luxación**

*Síntomas:* Dolor local, hueso fuera de su posición normal, hinchazón, pérdida de la movilidad de la extremidad en comparación con la sana.

*Tratamiento:* Inmovilizar la extremidad con tablillas o cartón duro. Vendar y proteger la piel. De ser evaluado por un médico. Aplicar hielo en la zona afectada.

### **Herida**

Ruptura de la piel, sangrado y dolor.

*Tratamiento:* Cubrir con paño limpio o apósito estéril. Comprimir en forma directa en caso de hemorragia.

### **Insolación**

*Síntomas:* piel caliente, seca y enrojecida, dolor de cabeza.

*Tratamiento:* llevar a lugar fresco, reducir la temperatura del cuerpo con paños húmedos, en axilas, abdomen y frente, levantar la cabeza. No dar estimulantes, proporcionar líquidos.

### **Fractura de Cráneo**

*Síntomas:* Posible hemorragia o salida de líquido claro por nariz, boca u oídos, pupilas desiguales, respiración irregular, pulso lento. Puede haber compromiso de conciencia.

*Tratamiento:* Mantener sentado, manteniendo abrigada la persona. Nunca dar líquidos ni estimulantes. Controlar pulso y respiración.

### **Shock**

*Síntomas:* Rostro pálido, respiración débil, pulso rápido, puede estar inconsciente y/o tener la piel fría y húmeda.

*Tratamiento:* Mantener abrigado y las piernas en alto, facilitar la respiración extendiendo el cuello (siempre que exista sospecha de trauma).

### **Intoxicación Alcohólica**

*Síntomas:* Inconsciencia, rostro sonrojado e hinchado, piel fría y húmeda.

*Tratamiento:* mantener abrigado, facilitar la respiración, controlar signos vitales.

### **Hemorragia Venosa**

*Síntomas:* La sangre sale en forma continua, su color es rojo oscuro.

*Tratamiento:* Presionar con la mano o dedos con paño limpio o apósito, en forma directa en el punto de sangramiento. No usar torniquete. Vendar la herida con paño limpio y elevar el miembro afectado.

### **Hemorragia arterial**

*Síntomas:* La sangre sale a borbotones (pulsátil) o su color es rojo vivo brillante.

*Tratamiento:* Presionar con la mano o dedos utilizando un paño limpio directamente en el punto de sangramiento. No usar torniquete y vendar la herida con paño limpio y elevar el miembro afectado.

### **Acciones posteriores a la evacuación:**

No se debe retornar sino hasta que el Jefe de Emergencia de la respectiva orden. Al retornar al lugar, las personas, informarán a la administración respecto de novedades y daños existentes

### **En Caso de Sismo o Temblor**

- Recuerde que el lugar se pensó a prueba de terremotos.
- Mantenga la calma y trasmítasela a los demás ocupantes.
- Ayudar a las personas que se encuentre en las diferentes áreas del lugar, llevándolos a un lugar seguro.
- No abandone el lugar ni se traslade internamente, ubíquese en un lugar de mayor seguridad, como los que se señalan a continuación:
  - ✓ Ubíquese en el triángulo de seguridad, ponerse en posición fetal
  - ✓ Junto a un escritorio
  - ✓ Archivadores
  - ✓ Repisas
  - ✓ Si fuera necesario evacuar se avisará oportunamente.
  - ✓ Aléjese de ventanas y elementos colgantes.
  - ✓ Aléjese de lugares donde existan objetos en altura, que pudieran caer.



- ✓ Apague equipos eléctricos y artefactos a gas. Aléjese de cables cortados ya que pueden estar energizados.

Si ha habido derrumbes y hay personas lesionadas, pida la presencia de personas que puedan prestar primeros auxilios y para que sean trasladados para su atención médica.

### **Definición de simulacro.**

Un simulacro de evacuación es *"La representación de una respuesta de protección ante una emergencia causada por uno o más fenómenos o agentes perturbadores"*. Durante el ejercicio se simulan diversos escenarios, lo más cercanos a la realidad, con la finalidad de probar y preparar la respuesta más eficaz ante eventuales situaciones reales de perturbación. (Hernández. D, 1995)

## TIPOS DE SIMULACROS

<p><b>OPERATIVIDAD</b></p>	<p><b>GABINETE</b></p> <p>No implican desplazamiento de recursos humanos o materiales. Son de escritorio.</p> <p><b>OPERATIVOS</b></p> <p>Ejecución de las actividades planeadas.</p> <p><b>Participan brigadistas y personal</b></p>
<p><b>PROGRAMACIÓN</b></p>	<p><b>CON PREVIO AVISO</b></p> <p>Los brigadistas y el personal conocen la fecha y hora en que se realizará el simulacro.</p> <p><b>SIN AVISO</b></p> <p>Únicamente los brigadistas conocen la fecha y la hora en que se efectuará el simulacro</p>

## EVALUACIÓN DEL SIMULACRO

FECHA DEL SIMULACRO: \_\_\_\_\_


HORA DE REALIZACIÓN DEL SIMULACRO: \_\_\_\_\_ hrs.

HIPÓTESIS DEL SIMULACRO: \_\_\_\_\_

TIEMPO DE REALIZACIÓN: \_\_\_\_\_ min

	SI	NO
<b>NÚMERO DE EVACUADOS</b> _____ <b>personas ANTES</b>		
¿Fue puntual y completa la asistencia de los brigadistas?		
¿Los brigadistas portan identificación y herramientas (lista de asistencia, botiquín, etc.) para simulacro?		
DURANTE	SI	NO
¿La realización del simulacro fue a la hora indicada?		
¿El sistema de alertamiento fue escuchado por todo el personal?		
¿El personal reaccionó de forma rápida ante la activación del sistema de alertamiento (sonido local, alarma, etc.).		
¿El personal desalojo el inmueble de manera ordenada, rápida y segura?		
¿En el desalojo por las escaleras se presentó algún contra tiempo? (obstrucción, caídas, aglomeración, etc.)		

¿Permanecen personas en las oficinas, baños, bodegas, etc?		
El personal sale del inmueble:		
⊗ Fumando		
⊗ Bromeando		
⊗ Apático		
⊗ Distraído		
⊗ Nervioso		
⊗ Participativo		
¿El personal sigue las rutas de evacuación establecidas?		
¿El personal llegó a la zona de menor riesgo sin problemas?		
<b>DESPUÉS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
¿Los brigadistas realizaron el censo del personal a su cargo?		
¿Se presentaron daños a personas?		
¿Se presentaron daños a bienes durante la evacuación del personal?		
¿El restablecimiento de actividades se realizó en el tiempo acordado?		



SEÑALES	SIGNIFICADO	OBSERVACIONES
	<p>Situación de una salida de emergencia</p>	<p>Utilización en tramos de recorridos de evacuación que conducen a salidas de emergencia.</p> <p>Pueden ir acompañadas del texto «SALIDA» o «SALIDA DE EMERGENCIA».</p>


# EVACUACIÓN Y VIAS DE SEGURIDAD





Salida de uso normal y de emergencia de un edificio

Se situarán sobre o junto a la puerta que sea salida de emergencia.

	<p>Flecha direccional que indica la situación de una salida de emergencia</p>	<p>Utilización en tramos de recorridos de evacuación que conducen a salidas de emergencia. Pueden ir acompañadas del texto «SALIDA» o «SALIDA DE EMERGENCIA».</p>
	<p>Salida de emergencia, empujar la barra para</p>	<p>Utilización en puertas cuya apertura se verifique ejerciendo presión sobre una</p>

	abrir	<p>barra (puertas antipánico)</p> <p>Se situará la señal inmediatamente encima de dicha barra.</p>
	Romper para pasar	<p>Se situará sobre una superficie cuya rotura permita:</p> <p>Conseguir una llave o tener acceso a un elemento de apertura. Utilizar un medio de p.c.i.</p> <p>Crear un paso para</p>



		la evacuación.
	Prohibición de utilizar esta salida en caso de emergencia	Se situará la señal sobre la puerta o acceso, o inmediatamente próxima a ella.
	Prohibición de utilizar el ascensor en caso de emergencia.	Se situará la señal junto a los botones de llamada del ascensor, sobre la puerta del mismo, o inmediatamente próximas a ella.

**CONSIGNAS DE INCENDIO PARA EL CONJUNTO DEL  
PERSONAL.**

**SI DESCUBRE UN FUEGO:**

De la alarma

Ataque el fuego con el material previsto sin ponerse en peligro.

**OYE EL SONIDO DE LA ALARMA:**

Llame a los bomberos.

Evacue con la mayor rapidez los locales, con los clientes de los que esté encargado.

Cierre las puertas

Vaya al punto de reunión establecido

**NO UTILICE LOS ASCENSORES**

**EVITE EL PANICO, MANTENGA LA CALMA, NO CORRA EN  
TODAS LAS DIRECCIONES.**

**PLAN DE EMERGENCIA**  
**NORMA GENERAL**

**TODO EMPLEADO QUE DESCUBRA UN INCENDIO**

Dará la alarma al centro de comunicaciones del cuerpo de bomberos, indicando:

- Quien informa
- Que ocurre
- Donde ocurre

**TELEFONO DE EMERGENCIA: BOMBEROS: 100**

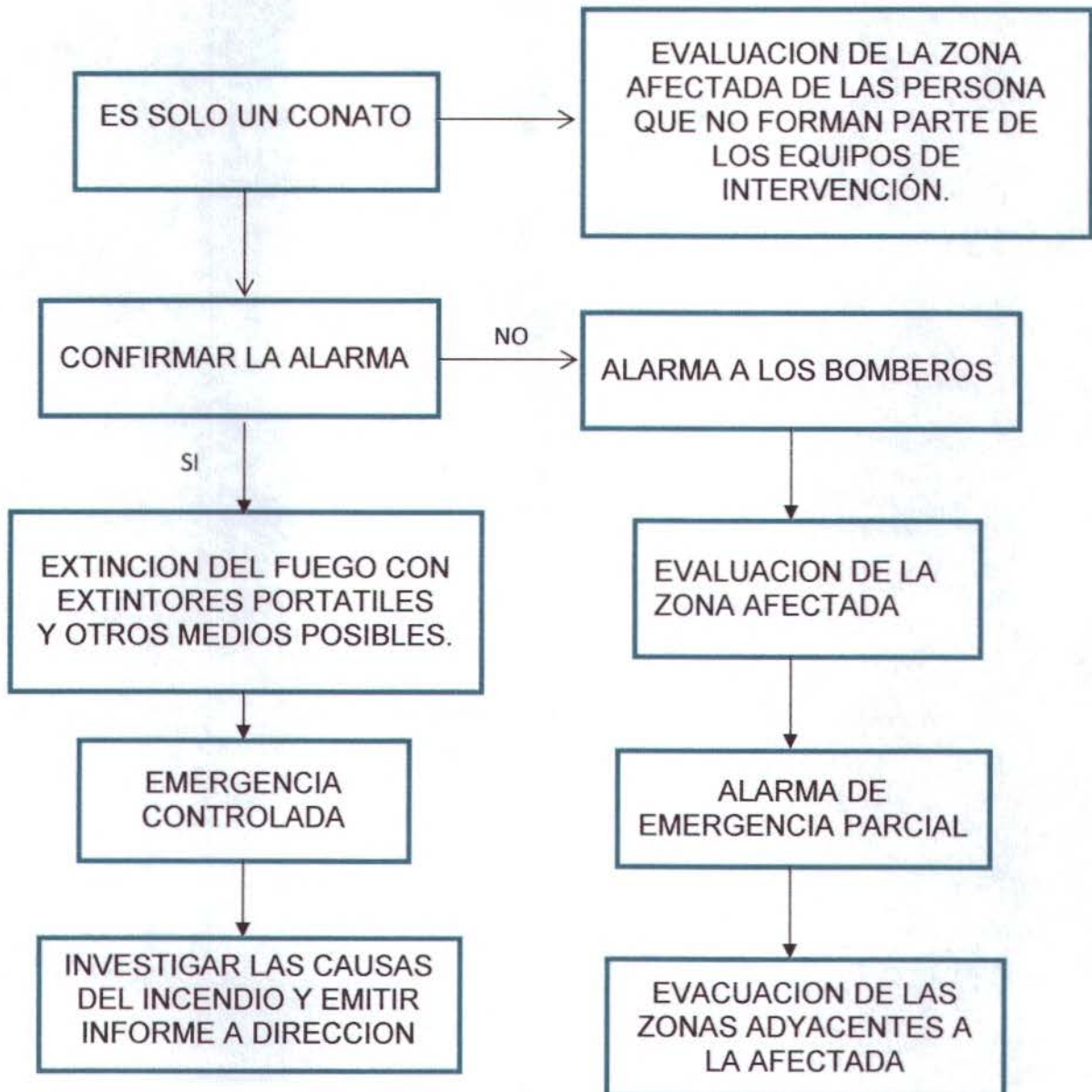
Asegurándose que su mensaje ha sido recibido correctamente.

- Seguidamente, tratará de apagar el fuego con los extintores adecuados disponibles hasta la llegada del cuerpo de bomberos.
- Si no lo consigue, evacuará la zona, cerrando las puertas que atraviese para retrasar la propagación del fuego y del humo.
- Mantendrá la calma en todo momento, no corriendo, ni gritando para

PLAN DE EMERGENCIA  
ESQUEMA DE PRINCIPIO

JEFE DE EMERGENCIA - INTERVENCION

ACTUACION EN CASO DE CONATO DE EMERGENCIA



FUENTE: conectapyme.com

**TRANSPORTE** (control y mantenimiento de vehículos, soat, herramientas de emergencia.

El servicio de transporte dentro del centro para realizar los paseos dentro de la ciudad será tercerizado con la empresa Walking Ecuador. Pero para su aprobación deberá tener en regla los siguientes lineamientos:

- Matriculación y revisión de la Comisión de Transito del Ecuador.
- Botiquín de emergencias.
- Registro permanente de la revisión de cada vehículo.
- Seguridades necesarias dentro de vehículo, cinturones, asientos cómodos, etc.

## PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

- **Inversión requerida y detalle de la utilización de inversión.**

<b>INVERSION INICIAL</b>	
<b>INVERSION ESTIMADA DE ACTIVOS</b>	
<b>DESCRIPCION DE LA INVERSION INICIAL</b>	
Caja	\$ 14.578,79
<b>TOTAL CAJA</b>	<b>\$ 14.578,79</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Construcción y Adecuaciones	\$ 96.000,00
Terreno	\$ 14.600,00
Equipos de Computación	\$ 3.083,00
Equipos de Oficina	\$ 1.230,00
Equipos de Enfermería	\$ 826,96
Muebles y Enseres	\$ 6.110,45
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 121.850,41</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de Constitución	\$ 650,00
Gastos de Publicidad	\$ 1.000,00
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.650,00</b>
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>	<b>138.079,20</b>

Para la puesta en marcha del centro es necesaria una inversión considerable por lo que se hará uso la opción de un préstamo bancario para la adquisición de todo el equipo que se requiere, así como para cubrir los gastos de los primeros meses (sueldos, arriendo y otros gastos de administración).

- **Fuentes de Financiamiento**

Socia "A" 10% CAPITAL PROPIO	\$ 13.807,92
Socio "B" 10% CAPITAL PROPIO	\$ 13.807,92
50% CRÉDITO CFN	\$ 110.463,36
TASA INTERES ANUAL	11,00%
PLAZO EN AÑOS	5

- **Estados Financieros Proyectados.**

*Estado de Resultados.*

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procedió a pronosticar los estados de resultados para los próximos cinco años, quedando los ingresos y egresos tal como se muestra en el cuadro superior.

**ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL**

	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
Ventas	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>
(-) Gastos Administrativos	\$ 6.103,93	\$ 6.103,93	\$ 6.303,93	\$ 6.103,93	\$ 6.103,93	\$ 6.303,93
(-) Gastos de Ventas	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00



<b>= UAI (Utilidad antes de Impuestos e Intereses)</b>	\$ 4.036,07	\$ 4.036,07	\$ 3.836,07	\$ 4.036,07	\$ 4.036,07	\$ 3.836,07
(-) Gastos Financieros	\$ 1.012,58	\$ 999,85	\$ 987,00	\$ 974,03	\$ 960,94	\$ 947,73
<b>= Utilidad antes de Participación de Trabajadores</b>	\$ 3.023,49	\$ 3.036,22	\$ 2.849,07	\$ 3.062,04	\$ 3.075,13	\$ 2.888,34
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 453,52	\$ 455,43	\$ 427,36	\$ 459,31	\$ 461,27	\$ 433,25
<b>= Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 2.569,97	\$ 2.580,79	\$ 2.421,71	\$ 2.602,74	\$ 2.613,86	\$ 2.455,09
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 642,49	\$ 645,20	\$ 605,43	\$ 650,68	\$ 653,47	\$ 613,77
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 1.927,47	\$ 1.935,59	\$ 1.816,28	\$ 1.952,05	\$ 1.960,40	\$ 1.841,31

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 10.600,00	\$ 127.200,00
<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 10.600,00</b>	<b>\$ 127.200,00</b>
\$ 6.103,93	\$ 6.103,93	\$ 6.303,93	\$ 6.103,93	\$ 6.103,93	\$ 6.303,93	\$ 74.047,16
\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 460,00	\$ 5.520,00
<b>\$ 4.036,07</b>	<b>\$ 4.036,07</b>	<b>\$ 3.836,07</b>	<b>\$ 4.036,07</b>	<b>\$ 4.036,07</b>	<b>\$ 3.836,07</b>	<b>\$ 47.632,84</b>
\$ 934,40	\$ 920,95	\$ 907,38	\$ 893,68	\$ 879,86	\$ 865,91	\$ 11.284,31
<b>\$ 3.101,67</b>	<b>\$ 3.115,12</b>	<b>\$ 2.928,69</b>	<b>\$ 3.142,39</b>	<b>\$ 3.156,21</b>	<b>\$ 2.970,16</b>	<b>\$ 36.348,53</b>
\$ 465,25	\$ 467,27	\$ 439,30	\$ 471,36	\$ 473,43	\$ 445,52	\$ 5.452,28
<b>\$ 2.636,42</b>	<b>\$ 2.647,85</b>	<b>\$ 2.489,39</b>	<b>\$ 2.671,03</b>	<b>\$ 2.682,78</b>	<b>\$ 2.524,64</b>	<b>\$ 30.896,25</b>
\$ 659,10	\$ 661,96	\$ 622,35	\$ 667,76	\$ 670,70	\$ 631,16	\$ 7.724,06
<b>\$ 1.977,31</b>	<b>\$ 1.985,89</b>	<b>\$ 1.867,04</b>	<b>\$ 2.003,27</b>	<b>\$ 2.012,09</b>	<b>\$ 1.893,48</b>	<b>\$ 23.172,19</b>

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 127.200,00	\$ 145.313,28	\$ 166.005,89	\$ 189.645,13	\$ 216.650,60
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 127.200,00</b>	<b>\$ 145.313,28</b>	<b>\$ 166.005,89</b>	<b>\$ 189.645,13</b>	<b>\$ 216.650,60</b>
(-) Gastos de Administración	\$ 74.047,16	\$ 81.380,28	\$ 84.662,94	\$ 87.062,37	\$ 90.640,25
(-) Gastos de Ventas	\$ 5.520,00	\$ 5.762,88	\$ 6.016,45	\$ 6.281,17	\$ 6.557,54
<b>= UAII (Utilidad antes de Impuestos e Intereses)</b>	<b>\$ 47.632,84</b>	<b>\$ 58.170,12</b>	<b>\$ 75.326,51</b>	<b>\$ 96.301,59</b>	<b>\$ 119.452,80</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 11.284,31	\$ 9.255,00	\$ 6.990,85	\$ 4.464,71	\$ 1.646,24
<b>= Utilidad antes de Participación de Trabajadores</b>	<b>\$ 36.348,53</b>	<b>\$ 48.915,12</b>	<b>\$ 68.335,65</b>	<b>\$ 91.836,89</b>	<b>\$ 117.806,56</b>
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 5.452,28	\$ 7.337,27	\$ 10.250,35	\$ 13.775,53	\$ 17.670,98
<b>= Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 30.896,25</b>	<b>\$ 41.577,85</b>	<b>\$ 58.085,30</b>	<b>\$ 78.061,35</b>	<b>\$ 100.135,58</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 7.724,06	\$ 10.394,46	\$ 14.521,33	\$ 19.515,34	\$ 25.033,89
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 23.172,19</b>	<b>\$ 31.183,39</b>	<b>\$ 43.563,98</b>	<b>\$ 58.546,01</b>	<b>\$ 75.101,68</b>

*Balance*

**BALANCE GENERAL**

ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
CAJA	\$ 14.578,79	\$ 40.165,15	\$ 63.112,44	\$ 98.660,73	\$ 147.116,49	\$ 210.204,27
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Construcción y Adecuaciones	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00	\$ 96.000,00
Terreno	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00	\$ 14.600,00
Equipos de Computación	\$ 3.083,00	\$ 3.083,00	\$ 3.083,00	\$ 3.083,00	\$ 3.083,00	\$ 3.083,00
Equipos de Oficina	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00	\$ 1.230,00
Equipos de Enfermería	\$ 826,96	\$ 826,96	\$ 826,96	\$ 826,96	\$ 826,96	\$ 826,96
Muebles y Enseres	\$ 6.110,45	\$ 6.110,45	\$ 6.110,45	\$ 6.110,45	\$ 6.110,45	\$ 6.110,45
(-) Depreciación Acumulada Activos Fijos		\$ (6.644,41)	\$ (13.288,82)	\$ (19.933,22)	\$ (25.549,96)	\$ (31.166,71)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Gastos de Constitución	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
(-) Amortización Acumulada Gastos de Constitución		\$ (130,00)	\$ (260,00)	\$ (390,00)	\$ (520,00)	\$ (650,00)
Gastos de Publicidad	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 138.079,20</b>	<b>\$ 156.891,15</b>	<b>\$ 173.064,03</b>	<b>\$ 201.837,91</b>	<b>\$ 244.546,94</b>	<b>\$ 301.887,97</b>

<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVO CORTO PLAZO</b>						
IMP. A LA RENTA POR PAGAR	\$ -	\$ 7.724,06	\$ 10.394,46	\$ 14.521,33	\$ 19.515,34	\$ 25.033,89
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$ -	\$ 5.452,28	\$ 7.337,27	\$ 10.250,35	\$ 13.775,53	\$ 17.670,98
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>						
DOC. POR PAGAR	\$ 110.463,36	\$ 92.926,78	\$ 73.360,88	\$ 51.530,84	\$ 27.174,66	\$ -
INTERESES POR PAGAR	\$ -					
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 110.463,36</b>	<b>\$ 106.103,12</b>	<b>\$ 91.092,61</b>	<b>\$ 76.302,52</b>	<b>\$ 60.465,53</b>	<b>\$ 42.704,88</b>

<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	\$ 27.615,84	\$ 27.615,84	\$ 27.615,84	\$ 27.615,84	\$ 27.615,84	\$ 27.615,84
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 23.172,19	\$ 31.183,39	\$ 43.563,98	\$ 58.546,01	\$ 75.101,68
UTILIDAD RETENIDA		\$ -	\$ 23.172,19	\$ 54.355,58	\$ 97.919,56	\$ 156.465,57
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 27.615,84</b>	<b>\$ 50.788,03</b>	<b>\$ 81.971,42</b>	<b>\$ 125.535,40</b>	<b>\$ 184.081,41</b>	<b>\$ 259.183,09</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 138.079,20</b>	<b>\$ 156.891,15</b>	<b>\$ 173.064,03</b>	<b>\$ 201.837,91</b>	<b>\$ 244.546,94</b>	<b>\$ 301.887,97</b>

El balance general nos refleja los tres grupos de cuentas principales que son activos, pasivos y patrimonio de la empresa. Este estado financiero muestra un resumen total de los ingresos y gastos proyectados hacia los próximos cinco años.

*Flujo de Caja*

FLUJO DE CAJA						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
Ingresos por ventas		\$ 127.200,00	\$ 145.313,28	\$ 166.005,89	\$ 189.645,13	\$ 216.650,60
(-) Egresos de Efectivo						
Gastos de Administracion		\$ 74.047,16	\$ 81.380,28	\$ 84.662,94	\$ 87.062,37	\$ 90.640,25
Gastos de Ventas		\$ 5.520,00	\$ 5.762,88	\$ 6.016,45	\$ 6.281,17	\$ 6.557,54
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 7.724,06	\$ 10.394,46	\$ 14.521,33	\$ 19.515,34
Participacion de Trabajadores		\$ -	\$ 5.452,28	\$ 7.337,27	\$ 10.250,35	\$ 13.775,53
<b>FLUJO NETO DE CAJA OPERACIONAL</b>		<b>\$ 47.632,84</b>	<b>\$ 44.993,78</b>	<b>\$ 57.594,77</b>	<b>\$ 71.529,92</b>	<b>\$ 86.161,93</b>
<b>FLUJO DE INVERSION</b>						
<b>Ingresos de Efectivo</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas de Activos Fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

<b>(-) Egresos de efectivo</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos	\$ 121.850,41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Constitución	\$ 650,00					
Gatos de Instalación	\$ 1.000,00					
<b>FLUJO NETO DE INVERSION</b>	<b>\$ (123.500,41)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
PRETAMOS RECIBIDOS						
Capital Socios	\$ 27.615,84					
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de préstamos o principal		\$ 17.536,58	\$ 19.565,90	\$ 21.830,04	\$ 24.356,19	\$ 27.174,66
Pago de intereses		\$ 11.284,31	\$ 9.255,00	\$ 6.990,85	\$ 4.464,71	\$ 1.646,24
<b>FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>		<b>\$ (28.820,89)</b>	<b>\$ (28.820,89)</b>	<b>\$ (28.820,89)</b>	<b>\$ (28.820,89)</b>	<b>\$ (28.820,89)</b>
(+) Depreciación Activos Fijos		\$ 6.644,41	\$ 6.644,41	\$ 6.644,41	\$ 5.616,74	\$ 5.616,74
(+) Amortización Activos Diferidos		\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ (95.884,57)</b>	<b>\$ 25.586,35</b>	<b>\$ 22.947,29</b>	<b>\$ 35.548,29</b>	<b>\$ 48.455,77</b>	<b>\$ 63.087,78</b>
<b>Prestamo BNF</b>	110.463,36					
<b>Saldo de Caja al Final</b>	<b>14.578,79</b>	<b>\$ 40.165,15</b>	<b>\$ 63.112,44</b>	<b>\$ 98.660,73</b>	<b>\$ 147.116,49</b>	<b>\$ 210.204,27</b>

- *Cálculos de punto de equilibrio, VAN, TIR, IR, PayBack, TIR*

<b>Tasa de Descuento</b>	16%	
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	\$ 22.799,09	VÁLIDO
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	24,1%	VÁLIDO
<b>Período de Recuperación de la Inversión</b>	3 años 3 meses	



ANÁLISIS DEL AÑO 1	
COSTOS VARIABLES	
Operación Publicitaria	\$ 1.000,00
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 1.000,00
COSTOS FIJOS	
Gastos de Administración	\$ 74.047,16
Gastos de Ventas	\$ 5.520,00
Gastos Financieros	\$ 11.284,31
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 90.851,47
VENTAS TOTALES	\$ 127.200,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 91.571,37

- *Ratios Financieros*

ANÁLISIS DE RATIOS FINANCIEROS						
Indicador	Fórmula	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Análisis de Apalancamiento</b>						
Estructura del Capital	$(\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}) \times 100$	208,91%	111,13%	60,78%	32,85%	16,48%
Razón de Endeudamiento	$(\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}) \times 100$	67,63%	52,64%	37,80%	24,73%	14,15%
Cobertura de Gastos Financieros	UAII / Gastos Financieros	4,22	6,29	10,78	21,57	72,56
<b>Análisis de Rentabilidad</b>						
Rendimiento sobre Activos (ROA)	Utilidad Neta / Activo Total	0,15	0,18	0,22	0,24	0,25
Rendimiento sobre Inversión (ROE)	Utilidad Neta / Capital Social	0,84	1,13	1,58	2,12	2,72
Utilidad Activo	$(\text{UAII} / \text{Activo Total}) \times 100$	30,36%	33,61%	37,32%	39,38%	39,57%
Utilidad Ventas	$(\text{UAII} / \text{Ventas}) \times 100$	37,45%	40,03%	45,38%	50,78%	55,14%

Para todo inversionista los aspectos más importantes, aquellos que influyen su decisión entre invertir en un proyecto u otro, son la TIR (tasa interna de retorno) y el VAN (valor actual neto del proyecto). Como se puede apreciar, el Centro Recreacional Villa Mayor, es un negocio con una excelente tasa de retorno sobre la inversión, y así mismo cuenta con un valor actual neto de \$ 22.799,09

Esto demuestra que es un proyecto que genera excelentes niveles de beneficio y rentabilidad con un periodo de recuperación de aproximadamente un año para aquellos que invierten en el mismo, y es lo que garantiza su éxito en el mercado, es por esto que Villa Mayor es un proyecto viable.

## CONCLUSIONES

A lo largo del proceso de investigación, se procuró determinar las preferencias de esparcimiento para adultos mayores, dentro de una amplia posibilidad de actividades, en lo referente a ejercicios para tercera edad. Esto fue establecido tomando como referencia una batería de preguntas planteadas en la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil.

La estructuración y ejecución del estudio de mercado permitió identificar una demanda potencialmente alta de preferencias por centros de recreación para personas de tercera edad, fundamentalmente porque se establecieron, numéricamente, las personas de otras ciudades que residen en la ciudad de Guayaquil. Esto refiere una sostenibilidad del proyecto.

El análisis de la demanda potencial permitió identificar y caracterizar las preferencias de actividades recreacionales de mayor nivel de atractivo. Esto facilitó el desarrollo de un modelo de mercadeo que incluye la utilización del diario "El Universo" y el internet, como vías de mayor lectura, para dar a conocer el servicio que dará el establecimiento.

Finalmente, se realizó un detallado análisis de costos e ingresos, permitiendo determinar la factibilidad financiera para la creación del Centro Turístico y Recreacional Villa Mayor. Los valores obtenidos de este análisis y el tiempo de recuperación de la inversión inicial, permitió concluir que es viable la inversión en este proyecto porque permitiría generar fuentes de trabajo, un retorno alto superior al del sector y una innovadora forma de brindar diversión y esparcimientos a muchos adultos mayores.

## RECOMENDACIONES.

Para la consecución y sostenibilidad del presente proyecto, es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Promover la difusión del funcionamiento del centro recreacional para adultos mayores.
- Difundir actividades y paquetes a ofrecer dentro del centro recreacional Villa Mayor.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Aaltalef, E. (s.f.). Plan Gerontológico. [Documento PDF]. Recuperado de:

[http://www.ciss.org.mx/cadam/pdf/es/Aportes\\_para\\_Plan\\_gerontol\\_gico\\_texto.pdf](http://www.ciss.org.mx/cadam/pdf/es/Aportes_para_Plan_gerontol_gico_texto.pdf)

Andrés, S. (s.f.). *La animación socio-cultural como alternativa para las personas*

*mayores.* [Documento en PDF]. Recuperado de:

<http://www.redadultosmayores.com.ar/buscador/files/EDUCA009.pdf>

Aparicio, T. (2001, Marzo 12). Enfermedades Psicosomáticas. . [Lectura en

línea]. Recuperado de:

[http://www.pulevasalud.com/ps/subcategoria.jsp?ID\\_CATEGORIA=2511&RUTA=1-747-1159-2212-2511](http://www.pulevasalud.com/ps/subcategoria.jsp?ID_CATEGORIA=2511&RUTA=1-747-1159-2212-2511)

BCE. Banco Central del Ecuador. Recuperado de: <http://www.bce.fin.ec/>

Catariana.udlap.mx. (s.f.). *¿Por qué un Centro de Recreación?.* [Documento en

PDF]. Recuperado de:

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lar/dionne\\_e\\_mf/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lar/dionne_e_mf/capitulo2.pdf)

Bohórquez, A. (Octubre, 2008). 100 recomendaciones básicas para

fomentar la calidad en residencias de adultos mayores. [Documento

PDF]. Recuperado de:

[http://www.infogerontologia.com/documents/pgi/calidad/cien\\_recomend\\_residencias.pdf](http://www.infogerontologia.com/documents/pgi/calidad/cien_recomend_residencias.pdf)

Cárdenas, H. (2005). *Política de Calidad*. [Documento en línea]. Recuperado de: <http://www.mailxmail.com/curso-gestion-calidad-1/politica-calidad>

Centro de desarrollo de la Tercera Edad. (2010). *Porque los adultos mayores son parte de la sociedad*. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.terceraedadecuador.com/los\\_objetivos\\_de\\_una\\_fundacion\\_para\\_la\\_tercera\\_edad.html](http://www.terceraedadecuador.com/los_objetivos_de_una_fundacion_para_la_tercera_edad.html)

Cibrián, F. (s.f.). *Los Adultos Mayores y la Sociedad*. [Documento en PDF]. Recuperado en: [http://cedhj.org.mx/instituto/articulos/Adultos\\_Mayores.pdf](http://cedhj.org.mx/instituto/articulos/Adultos_Mayores.pdf)

conectapyme.com. (s.f.). Seguridad en residencias de la tercera edad. [Documento PDF]. Recuperado de:

<http://www.conectapyme.com/files/prevencion/capitulo4.pdf>

Cueva, J. & Tamayo L. (Julio 2004). *Competitividad Industrial del Ecuador* [Lectura en Línea]. Recuperado de [http://www.micip.gov.ec/onudi\\_libros/competitividad/competitividad.html](http://www.micip.gov.ec/onudi_libros/competitividad/competitividad.html)

De la Cruz, E. (2009). Accidentes de Trabajo. [Documento en línea].

Recuperado de: <http://www.slideshare.net/guest4384bf/accidentes-de-trabajo>

Ecuador en Cifras. Recuperado de: [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

elchefensucasa.com.ar. (s.f.). *Normas de higiene y seguridad en la cocina.*

[Documentos en línea]. Recuperado de:

[http://www.binasss.sa.cr/seguridad/articulos/PoliticadeCalidad-](http://www.binasss.sa.cr/seguridad/articulos/PoliticadeCalidad-Ejemplos.pdf)

[Ejemplos.pdf](http://www.binasss.sa.cr/seguridad/articulos/PoliticadeCalidad-Ejemplos.pdf)

Escarbajar. A. & Martínez eduturismo.tripod.com. (s.f.). *Turismo Social.*

Recuperado de: <http://eduturismo.tripod.com/turismosocial.htm>

Fernan13. (Septiembre, 2008). *Política de Calidad.* [Documentos en línea].

Recuperado de:

[http://www.todoexpertos.com/categorias/negocios/gestion-de-](http://www.todoexpertos.com/categorias/negocios/gestion-de-calidad/respuestas/1991725/politica-de-calidad)

[calidad/respuestas/1991725/politica-de-calidad](http://www.todoexpertos.com/categorias/negocios/gestion-de-calidad/respuestas/1991725/politica-de-calidad)

Gil, M. (s.f.). *Tipos de Investigación.* [Documento en PDF]. Recuperado de:

[http://www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/medicinaprevent](http://www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/medicinapreventivasocial/SEB/investigacion/tiposinvestigacion.pdf)

[ivasocial/SEB/investigacion/tiposinvestigacion.pdf](http://www.ucla.edu.ve/dmedicin/departamentos/medicinapreventivasocial/SEB/investigacion/tiposinvestigacion.pdf)

Grande. I. (2002). *El Consumo de la Tercera Edad.* España: ESIC Editorial.

Recuperado de:

<http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ZBABKS8FDwC>



&oi=fnd&pg=PA9&dq=+libro+turismo+de+la+tercera+edad&ots=r0  
A6mq\_Zhn&sig=BlSub0SGaP7UKpHT-  
MSlupQyb6o#v=onepage&q&f=false

Hernández, D. (1995). *Evacuación*. [Documento PDF]. *Recuperado de:*  
[http://www.izt.uam.mx/proteccion\\_civil/MANUAL\\_\\_Evac\\_Instal.p  
df](http://www.izt.uam.mx/proteccion_civil/MANUAL__Evac_Instal.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2001). *Proyecciones de  
Población 2001-2010*. [Documento Excel]. *Recuperado de:*  
[http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu\\_est/est\\_soc/cen\\_pob\\_viv](http://www.inec.gob.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv)

Koch, J. (2006). *Manual del Empresario Exitoso*. [Documento en línea].  
*Recuperado de:* <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1k.htm>

Lozano, V. (s.f.). Plan de Contingencia para el Transporte de Asfaltos  
“PDV ECUADOR S.A. [Documento PDF]. *Recuperado de:*  
<http://www.hivimar.com/descargas/documentos/contingencia.pdf>

Martínez, C. (2007). Organización de un centro de día para el adulto  
mayor. [Tesis de Masterado, Universidad Iberoamericana]. *Recuperado  
de:* [http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014881/014881\\_00.pdf](http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014881/014881_00.pdf)

Ministerio de Seguridad Dirección General de Defensa Civil de la  
Provincia de Buenos Aires., (s.f.). *Cómo elaborar de un Plan de  
EVACUACIÓN*. [Documento PDF]. *Recuperado de:*

<http://www.defensacivil.gba.gov.ar/educacivil/plan%20de%20evacuacion.pdf>

Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social. (s.f.). *La población envejece*.

[Lectura en Línea]. Recuperado de:

<http://www.desarrollosocial.gob.ec/la-poblacion-del-ecuador-envejece-1709.html>

Montero. M. (1992). Las Vacaciones de la Tercera Edad. *Cuadernos de*

*Geografía*, (51), 111-124. Recuperado de:

[http://www.uv.es/cuadernosgeo/CG51\\_111\\_124.pdf](http://www.uv.es/cuadernosgeo/CG51_111_124.pdf)

Morales, F. (18 Marzo, 2010). *Tipos de Investigación*. [Lectura en línea].

Recuperado de:

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/999252/Conozca-3-tipos-de-investigacion-Descriptiva-Exploratoria-y-Explicativa.html>

Omote, A. (10 Julio, 2009). *Trabajo de campo. Concepto y Diseño*.

[Documento en línea]. Recuperado de:

<http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/trabajo-campo-concepto-diseno>

Pcyt.gov.ec. (Mayo, 2008). *Actividades de Desarrollo Tecnológico en Salud*.

[Lectura en Línea]. Recuperado de

[http://www.pcyt.gov.ec/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=1](http://www.pcyt.gov.ec/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)

Pérez, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid, España. Mundi\_prensa

Portal Mayores. (s.f.). *Monográfico Sobre Ecuador*. [Lectura en Línea]. Recuperado de: <http://mayores.pre.cti.csic.es/internacional/iberoamerica/ecuador/indicadores.html>

RICYT. *Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e Interamericana*. Recuperado de: [www.ricyt.org](http://www.ricyt.org)

Rivera, J. (s.f.). *Plan de Desarrollo Social e Inclusivo de Tecnologías en Ecuador* [Lectura en Línea]. Recuperado de <http://www.ciespal.net/digital/index.php/articulos/891-plan-de-desarrollo-social-e-inclusivo-de-tecnologias-en-ecuador.html>

Saez, N., Aleixandre, M., Vicente, P. & Villanueva, I. (1993). Cambio y Socialización en la Tercera Edad. *Investigaciones Psicológicas* (12), 129-152. Recuperado en: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2101/files/2011/04/Cambio-y-socializacion.pdf>

saludplena.com. (2008). Enfermedades psicosomáticas. [Documento en línea]. Recuperado de:

<http://www.saludplena.com/index.php/enfermedades-psicosomaticas/>

Senescyt. (s.f). *Desarrollo de la Ciencia y Tecnología en Ecuador*. [Lectura en Línea]. Recuperado de:

[http://www.senescyt.gob.ec/web/guest/presidente\\_cyt/](http://www.senescyt.gob.ec/web/guest/presidente_cyt/)

Universia. (Enero 2010). *Grandes Perspectivas de Inversión en Ciencia y Tecnología en Ecuador* [Lectura en Línea]. Recuperado de

[http://noticias.universia.com.ec/ciencia-ntt/noticia/2010/01/21/155680/grandes-perspectivas-inversion-](http://noticias.universia.com.ec/ciencia-ntt/noticia/2010/01/21/155680/grandes-perspectivas-inversion-ciencia-tecnologia-ecuador.html)

[ciencia-tecnologia-ecuador.html](http://noticias.universia.com.ec/ciencia-ntt/noticia/2010/01/21/155680/grandes-perspectivas-inversion-ciencia-tecnologia-ecuador.html)

Universitas.net. (s.f.). *Técnicas de la Investigación* [Documento en PDF].

Recuperado de

<http://www.universitas.net.ve/biblioteca/datos/documental.pdf>

Valero, S. (s.f.). *Manual de evacuación en la empresa*. [Lectura en línea].

Recuperado de: <http://www.desastres.org/libros/evacuacion.htm>

Villar. F., Triadó. C., Resano C. & Osuma M. (2003). Bienestar, adaptación y envejecimiento: Cuando la estabilidad significa cambio. *Rev Mult Gerontol*,

13 (3), 152-162. Recuperado de:

[http://www.nexusediciones.com/pdf/gero2003\\_3/g-13-3-004.pdf](http://www.nexusediciones.com/pdf/gero2003_3/g-13-3-004.pdf)

Wallingre. N. (1998). Turismo Social una Alternativa para la Realización de la Tercera Edad. *Universidad Kennedy*, (1), 1-9. Recuperado de:

<http://www.conocitur.com/archivos/turismo-y-sociedad/el-turismo->

social-una-alternativa-para-la-realizacion-de-la-ter-  
070314175127.pdf

Xalapa, E. (1997). *La vejez*. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://vejez.galeon.com/index.html>

*Residuos Orgánicos e Inorgánicos*. [Lectura en línea]. Recuperado de  
[http://www.kodkod.net/documentos/es/politicas\\_turismo\\_sustentable/9\\_manejo\\_de\\_desechos/IX\\_residuos\\_organicos.pdf](http://www.kodkod.net/documentos/es/politicas_turismo_sustentable/9_manejo_de_desechos/IX_residuos_organicos.pdf)

## **ANEXOS**

### **Capítulo tercero Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria.**

Art. 35.- Las personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes adolezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. La misma atención prioritaria recibirán las personas en situación de riesgo, las víctimas de violencia doméstica y sexual, maltrato infantil, desastres naturales o antropogénicos. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad.

#### **Sección primera Adultas y adultos mayores**

Art. 36.- Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.

Art. 37.- El Estado garantizará a las personas adultas mayores los siguientes derechos: 1. La atención gratuita y especializada de salud, así como el acceso gratuito a medicinas. 2. El trabajo remunerado, en función de sus capacidades, para lo cual tomará en cuenta sus limitaciones. 3. La jubilación universal. 4. Rebajas en los servicios públicos y en servicios privados de transporte y espectáculos. 5. Exenciones en el régimen tributario. 6. Exoneración del pago por costos notariales y registrales, de acuerdo con la ley. 7. El acceso a una vivienda que asegure una vida digna, con respeto a su opinión y consentimiento.

Art. 38.- El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas urbanas y rurales, las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo, fomentará el mayor grado posible de autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas. En particular, el Estado tomará medidas de: 1. Atención en centros especializados que garanticen su nutrición, salud, educación y cuidado diario, en un marco de protección integral de derechos. Se crearán centros de acogida para albergar a quienes no puedan ser atendidos por sus familiares o quienes carezcan de un lugar donde residir de forma permanente. 2. Protección especial contra cualquier tipo de explotación laboral o económica. El Estado ejecutará políticas destinadas a fomentar la participación y el trabajo de las personas adultas mayores en entidades públicas y privadas para que contribuyan con su experiencia, y desarrollará programas de capacitación laboral, en función de su vocación y sus aspiraciones. 3. Desarrollo de programas y políticas destinadas a fomentar su autonomía personal, disminuir su dependencia y conseguir su plena integración social. 4. Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o negligencia que provoque tales situaciones. 5. Desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales. 6. Atención preferente en casos de desastres, conflictos armados y todo tipo de emergencias. 7. Creación de regímenes especiales para el cumplimiento de medidas privativas de libertad. En caso de condena a pena privativa de libertad, siempre que no se apliquen otras medidas alternativas,

cumplirán su sentencia en centros adecuados para el efecto, y en caso de prisión preventiva se someterán a arresto domiciliario. 8. Protección, cuidado y asistencia especial cuando sufran enfermedades crónicas o degenerativas. 9. Adecuada asistencia económica y psicológica que garantice su estabilidad física y mental. La ley sancionará el abandono de las personas adultas mayores por parte de sus familiares o las instituciones establecidas para su protección.

## **POLITICA CULTURAL – PLAN NACIONAL DE CULTURA**

### **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR**

#### **OBJETIVO 7:**

**Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común**

**“Construimos espacios públicos seguros y diversos que nos permitan eliminar las discriminaciones. Contribuimos a que florezcan todas las culturas, las artes y la comunicación como derechos y posibilidades para establecer diálogos diversos y disfrutar el uso creativo del tiempo libre”.**

#### **Políticas y Lineamientos de Política**

**Política 7.1 Garantizar a la población el derecho al acceso y al disfrute de los espacios públicos en igualdad de condiciones**

- a. Eliminar barreras urbanísticas y arquitectónicas, garantizando el cumplimiento de las normas de accesibilidad al medio físico de las personas con discapacidad y movilidad reducida.
- b. Generar mecanismos de control público-ciudadano a constructores y propietarios de obras de infraestructura física que atenten contra el espacio público.



- c. Impulsar sistemas de transporte público de calidad, accesibles para personas con discapacidad, seguros, eficientes ecológicamente y con respeto a los derechos de la población y las múltiples diversidades.
- d. Generar mecanismos de control de las acciones públicas y privadas con el fin de evitar la privatización del espacio público y las acciones que atenten contra los bienes patrimoniales.
- e. Aplicar las exenciones tarifarias vigentes en transporte y espectáculos culturales para personas discapacitadas y de la tercera edad.
- f. Crear incentivos que permitan acceder a niños, niñas, jóvenes y estudiantes a los espectáculos culturales.

**Política 7.2 Promocionar los deberes y derechos respecto al uso de los espacios públicos**

- a. Implementar campañas educativas amplias que desarrollen en toda la población una conciencia sobre el uso adecuado, mantenimiento y preservación de los espacios públicos.
- b. Desarrollar campañas de capacitación a docentes en el conocimiento de los derechos públicos e incorporar este conocimiento en el nivel curricular y normativo en todas las instancias educativas.
- c. Ejecutar campañas comunicacionales tendientes a fomentar la importancia del disfrute del tiempo libre y a valorar su uso creativo.
- d. Fomentar la participación social en la construcción de los espacios públicos comunes y diferenciados para los diversos grupos, comprometiendo el apoyo de las organizaciones de la sociedad civil.

e. Impulsar investigaciones que permitan reconocer, racionalizar y aprovechar el papel activo de distintos sectores, sobre todo populares en la construcción y ampliación de la esfera y los espacios públicos y que promuevan una democratización de los procesos de construcción de las memorias colectivas.

**Política 7.3 Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas**

a. Incrementar y mejorar espacios públicos formales y no formales para la práctica de actividades físicas, recreativas y culturales.

b. Crear espacios de encuentro y práctica de actividades físicas y deporte para personas con necesidades especiales como las de la tercera edad y con discapacidades, entre otras.

c. Democratizar las infraestructuras públicas recreativas.

d. Generar condiciones integrales para la práctica de la actividad física y el deporte: infraestructura adecuada, escenarios deportivos, implementación deportiva, medicina del deporte, capacitación e investigación.

e. Generar condiciones integrales para la práctica, uso, difusión y creación de las actividades y producciones artísticas, que cuente con infraestructura adecuada, seguridades, capacitación e investigación.

**Política 7.4 Democratizar la oferta y las expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales**

a. Impulsar la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales diversos, inclusivos y de calidad desde una óptica pluralista que promueva la no discriminación, con énfasis en los proyectos participativos interculturales.

- b. Promover una oferta sostenida de eventos culturales de calidad y accesibles a la población.
- c. Impulsar una nueva institucionalidad intercultural en red que fomente la investigación histórica y antropológica
- d. Estructurar sistemas de gestión y procesos que permitan mejorar la implementación de servicios culturales, descentralizados, desconcentrados y con participación ciudadana, promoviendo la articulación de las instituciones que reciben recursos públicos.
- e. Fomentar el acceso a centros de conocimiento como espacios de encuentro, de práctica del ocio creativo, de recreación de las memorias sociales y los patrimonios y como medios de producción y circulación de conocimiento y bienes culturales.
- f. Divulgar el conocimiento de los patrimonios culturales y naturales, para la valoración de su diversidad y riqueza desde la ciudadanía.
- g. Promover iniciativas culturales, artísticas, científicas y de investigación orientadas a recrear la memoria e innovar la producción y conocimientos heredados.
- h. Impulsar la investigación, la producción cultural y la creación independiente a través de mecanismos transparentes y democráticos.
- i. Recopilar y difundir buenas prácticas locales en materia de producción y circulación de bienes culturales para ser adaptadas en otras localidades.
- j. Crear y fortalecer acuerdos a nivel de la región latinoamericana e iberoamericana para la conservación de los patrimonios culturales y ambientales y el desarrollo cultural.

**Política 7.5 Impulsar el fortalecimiento y apertura de espacios públicos permanentes de intercambio entre grupos diversos que promuevan la interculturalidad, el reconocimiento mutuo y la valorización de todas las expresiones colectivas**

- a. Promover el servicio social intercultural: voluntariado, trabajo comunitario, etc.
- b. Promover la minga como un espacio colectivo de encuentro común entre diversos y diversas.
- c. Reconocer las prácticas culturales tradicionales que fomentan la solidaridad y la construcción de espacios de encuentro común, tales como el prestamano, el randi - randi, entre otras.
- d. Promover programas de vivienda social que eviten la segregación espacial y el desplazamiento de población residente en áreas urbanas consolidadas.
- e. Impulsar actividades de intercambio con extranjeros, incluyendo a las personas refugiadas y en necesidad de protección internacional, con la participación de organizaciones sociales diversas.
- f. Promover mecanismos y espacios de intercambio entre personas desvinculadas (adolescentes y jóvenes que no trabajan ni estudian, entre otros).
- g. Revitalizar fiestas y tradiciones, promoviendo su difusión y salvaguardando el patrimonio inmaterial de los diversos grupos culturales del país.

**Política 7.6 Garantizar a la población el ejercicio del derecho a la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, diversa y participativa**

- a. Defender el derecho a la libertad de expresión, en el marco de los derechos constitucionales.
- b. Asignar democrática, transparente y equitativamente las frecuencias del espectro radioeléctrico.
- c. Incrementar el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- d. Fomentar los medios de comunicación orientados a la circulación de productos educativos y culturales diversos y de calidad, especialmente aquellos en lenguas nativas.
- e. Fortalecer los medios de comunicación públicos.
- f. Impulsar en todos los medios, espacios comunicativos para la producción local, regional y nacional, así como espacios que respeten y promuevan la interculturalidad y el reconocimiento a las diversidades.
- g. Promover la difusión contenidos comunicacionales educativos que erradiquen estereotipos de género e imaginarios que violentan el ser de las y los diversos sexuales, así como de las mujeres y que además cosifican los cuerpos.
- h. Promover organismos especializados de veeduría social y ciudadana a los medios con autonomía frente al Estado y a intereses privados.
- i. Promover contenidos comunicacionales que fortalezcan la identidad nacional, las identidades diversas y la memoria colectiva.
- j. Fomentar la responsabilidad educativa de los medios de comunicación y la necesidad de que éstos regulen su programación desde la perspectiva de derechos humanos, equidad de género,

reconocimiento de las diversidades, interculturalidad y definan espacios de comunicación pública para la educación alternativa y/o masiva.

k. Establecer incentivos para la comunicación alternativa, basada en derechos de la ciudadanía.

l. Promover medios de comunicación alternativos locales.