

**UNIVERSIDAD LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE GUAYAQUIL**



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE MERCADOTECNIA**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA EN MARKETING

TEMA:

*Implementación de Estrategias de Marketing para Fomentar la Actividad Física  
en Adultos Mayores.*

Nombre de los investigadores:

**CAMPAÑA PAZMIÑO CLAUDIA ROXANA  
MÉNDEZ BAZAN MARCOS JAVIER**

Tutor:

**Msc. Luis Cortez Alvarado**

Guayaquil – Ecuador

2015

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

**Msc. Dr. Jorge Torres Prieto**

Rector de Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

### **Presente**

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho Autores del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo Tema es: “**Implementación de Estrategias de Marketing para Fomentar la Actividad Física en Adultos Mayores**” y que corresponde a la Carrera de Mercadotecnia.

---

**Claudia Campaña Pazmiño**

C.I. 0917857815

---

**Marcos Méndez Bazan**

C.I. 0921359121

**CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE  
INVESTIGACIÓN**

Guayaquil, 25 de noviembre del 2015

Certifico que el Proyecto de Investigación Titulado: “Implementación de Estrategias de Marketing para Fomentar la Actividad Física en Adultos Mayores”, ha sido elaborado por la Sra. Claudia Roxana Campaña Pazmiño y el Sr. Marcos Javier Méndez Bazan, bajo mi tutoría y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el Tribunal Examinador que se designan el efecto.

---

Msc. Luis Cortez Alvarado

## **Declaratoria de Autoría y Responsabilidad**

La responsabilidad por las investigaciones realizadas, recolección de datos, resultados, interpretación y conclusiones corresponden exclusivamente a los autores presente trabajo.

---

**Claudia Campaña Pazmiño**

**Estudiante**

**C.I. 0917857815**

## **Declaratoria de Autoría y Responsabilidad**

La responsabilidad por las investigaciones realizadas, recolección de datos, resultados, interpretación y conclusiones corresponden exclusivamente a los autores presente trabajo.

---

**Marcos Méndez Bazan**

**Estudiante**

**C.I. 0921359121**

Guayaquil, 25 de noviembre del 2015

**MAE. EVA GUERRERO LÓPEZ**

**Directora**

**Carrera de Mercadotecnia**

**Ciudad**

De mis consideraciones:

Por medio de la presente, comunico a usted que los estudiantes Claudia Campaña Pazmiño y Marco Méndez Bazan de la Carrera de Mercadotecnia han cumplido con el desarrollo del Trabajo de Tesis “**Implementación de Estrategias de Marketing para Fomentar la Actividad Física en Adultos Mayores**”, el mismo que fue desarrollado bajo mi tutoría y ha sido concluido con excelente estándares de calidad.

Agradezco de antemano su atención.

Cordialmente,

---

Msc. Luis Cortez Alvarado

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitir culminar con éxito mi proyecto por acompañarme en los momentos difíciles cuando pensé en renunciar por la falta de tiempo que no me permitía por mi trabajo, mi papel de madre y esposa.

También a mis padres y hermana por que fueron el soporte fundamental en el apoyo económico y moral que me dieron cuando después de diez años tome la decisión de estudiar la universidad.

A mi hijo por comprenderme que en las noches tenía que ausentarme para poder asistir a clases y algunos fines de semana que me reunía con mis compañeros para realizar trabajo en grupo.

Por ultimo a mi esposo por estar siempre dispuesto a colaborar conmigo, para cumplir este sueño una realidad.

*Claudia Campaña Pazmiño*

## **DEDICATORIA**

Dedico de manera especial este proyecto a mi mayor tesoro en la vida mi "Madre" Beatriz Bazan Méndez, pues ella fue el principal cimiento para la construcción de mi vida personal y profesional, siendo en mi las bases de responsabilidad y deseos de superación, el ejemplo a seguir por sus virtudes y gran corazón me llevan a admirarla y amarla cada día más.

A mi padre por sus consejos, a mí amada esposa e hijo, que fueron el aliento diario de mis metas.

Gracias a Dios por concederme la mejor Madre y familia.

*Marcos Méndez Bazan*

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios sobre todas las cosas quien me lleno de salud y fortaleza para cumplir unos de los objetivos primordiales como profesional.

En esta etapa universitaria han sido muchas personas que formaron parte de mi vida y quedo totalmente agradecida con cada una de ellas; mi hermana, mis amigos, profesores y a la universidad los llevaré siempre en mi corazón.

Este espacio es también para Ximena Guaicha mi compañera y amiga que desde el pre-universitario fue un apoyo importante para mí quien dedico tiempo y paciencia para enseñarme cuando yo estaba desactualizada por el tiempo que deje de estudiar, hasta la actualidad ha sido la quien me dado ánimos y confianza para culminar lo que tanto he soñado.

También a mi Tutor Msc. Luis Cortez, quien me brindo de su tiempo, su ayuda constante, sus consejos para el desarrollo y culminación de este trabajo.

*Claudia Campaña Pazmiño*

## **AGRADECIMIENTO**

Este presente trabajo agradezco a mis padres y familia por brindarme su apoyo incondicional en mi carrera profesional, y lograr mis metas para un futuro mejor y ser el orgullo para mi familia.

A mi Familia Méndez Sempertegui, mi querida esposa por su amor incondicional, a mi pequeño y gran orgullo Mathias Méndez.

A mis formadores académicos Msc. Luis Cortez y Miss. Ketty Rodríguez.

*Marcos Méndez Bazan*

## ÍNDICE

Portada	
Índice	
Resumen	

### ÍNDICE

CAPÍTULO I .....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. TEMA .....	1
1.2. DIAGNÓSTICO .....	1
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	7
1.4. JUSTIFICACIÓN .....	7
1.5. OBJETIVOS .....	8
1.5.1. Objetivos generales .....	8
1.5.2. Objetivos específicos .....	9
1.6. INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
CAPÍTULO II .....	10
2. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. ESTADO DEL CONOCIMIENTO .....	10
2.1.1. Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA), Chile. ....	10
2.1.2. Gimnasia Natural Musical, Artístico y Riso-terapia Ecuador (GNMAREC). ...	12
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
2.2.1. Teoría del proceso de envejecimiento.....	14
2.2.1.1. <i>Teoría de envejecimiento biológico.</i> ....	14
2.2.1.2. <i>Teoría del Envejecimiento Activo</i> .....	15
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE ENFERMEDADES EN EL ADULTO MAYOR.....	17
2.3.1. Enfermedades más comunes en el adulto mayor .....	17
2.4. TEORÍA SOCIOLÓGICA .....	18

2.4.1. La etapa de vida del ser humano .....	18
2.4.2. Cambios sociales en los adultos mayores .....	19
2.5. TEORÍA PSICOLÓGICA.....	20
2.5.1. Teoría Psicosociales en el Adulto-Mayor .....	20
2.5.2. Cambios psicológicos en los adultos mayores .....	20
2.6. FUNDAMENTACIÓN DEL MARKETING .....	21
2.6.1. Cinco Fuerzas de Porter .....	21
<b>2.6.1.1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes</b> .....	21
<b>2.6.1.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores</b> .....	22
<b>2.6.1.3. Amenazas de nuevos competidores entrantes</b> .....	22
<b>2.6.1.4. Amenazas de productos sustitutos</b> .....	22
<b>2.6.1.5. Rivalidad entre los competidores</b> .....	23
2.6.2. Marketing Social .....	23
2.7. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	24
2.7.1. Constitución del Ecuador .....	24
2.7.2. Ley del anciano .....	26
2.8. HIPÓTESIS O ANTICIPACIONES HIPOTÉTICAS .....	27
2.8.1. Hipótesis general.....	27
2.9. VARIABLES O CRITERIOS DE INVESTIGACIÓN .....	28
2.10. INDICADORES DEL PROYECTO.....	29
CAPÍTULO III.....	31
3. METODOLOGÍA .....	31
3.1. UNIVERSO MUESTRAL.....	32
3.1.1. La Población .....	32
3.1.2. La Muestra .....	33
3.1.3. Método de Muestreo .....	33
<b>3.1.3.1. Tamaño de la muestra</b> .....	34
3.2. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	35

3.2.1. Técnicas de Investigación .....	35
3.2.2. Instrumentos de Investigación.....	35
<b>3.2.2.1. La encuesta</b> .....	36
<b>3.2.2.2. Procedimientos</b> .....	36
3.3. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS .....	36
3.3.1. Validación del tamaño de la muestra .....	37
3.4. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS. ....	39
3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	40
3.5.1. Análisis de la información .....	57
3.5.2. Conclusión .....	58
3.5.3. Recomendación.....	59
CAPÍTULO IV.....	60
4.1. PROPUESTA.....	60
4.1.1. Justificación de la propuesta .....	60
4.1.2. Objetivos de la Propuesta.....	61
<b>4.1.1.1. Objetivo general</b> .....	61
<b>4.1.1.2. Objetivos específicos</b> .....	61
4.2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN.....	62
4.2.1. Análisis Matriz FODA.....	62
4.2.2. La Matriz FODA .....	62
4.3. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MERCADO .....	65
4.3.1. Amenaza de nuevos competidores. ....	66
4.3.2. Poder de negociación de los proveedores .....	67
4.3.3. Poder de negociación de los clientes.....	67
4.3.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	68
4.3.5. Competidores Directos.....	68
4.3.6. Matriz de las cinco Fuerzas de Porter .....	69
4.4. MARKETING TÁCTICO .....	72

4.4.1. Producto/Servicio.....	73
<b>4.4.1.1. Nombre del Servicio</b> .....	73
<b>4.4.1.2. Descripción del Servicio</b> .....	73
<b>4.4.1.3. Elaboración del programa de actividades físicas que respondan con los requerimientos de los mayores de 65 años.</b> .....	74
<b>4.4.1.4. Cronograma del Programa de actividades físicas</b> .....	75
<b>4.4.1.5. Detalles del Servicio que se brindara</b> .....	78
<b>4.4.1.6. Características generales del Producto</b> .....	79
<b>4.4.1.7. La Marca</b> .....	80
<b>4.4.1.8. Logo</b> .....	80
<b>4.4.1.9. SLOGAN</b> .....	81
<b>4.4.1.9. Estrategia de Posicionamiento</b> .....	81
4.4.2. PRECIO .....	83
<b>4.4.2.1. Precios de la competencia indirecta</b> .....	83
4.4.3. Plaza.....	84
<b>4.4.3.1 Canal de Ventas</b> .....	85
<b>4.4.3.2. Estrategia de Pull</b> .....	85
4.4.4. Promoción.....	86
<b>4.4.4.1. Estrategia de ventas</b> .....	86
<b>4.4.4.2. Táctica de Promoción</b> .....	87
<b>4.4.4.3. Marketing Directo</b> .....	87
4.4.5 Publicidad.....	87
<b>4.4.5.1. Estrategia Publicitaria Directa</b> .....	87
<b>4.4.5.2. Presupuesto del Plan de Medios</b> .....	92
4.4.6. Presupuesto del Plan de Marketing .....	94
4.5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	95
4.5.1. Análisis de oferta .....	95
4.5.2. Análisis de demanda .....	95

4.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	96
4.6.1. Segmentación Geográfico .....	96
4.6.2. Segmentación Demográfico .....	96
4.6.3. Segmentación Psicológico .....	96
4.7. ESTUDIO FINANCIERO .....	97
4.7.1. Presupuesto Inversión Inicial .....	97
4.7.2. Financiamiento.....	97
4.7.3. Capital De Trabajo .....	99
4.7.4. Activos Fijos .....	100
4.7.5. Depreciación .....	100
4.7.6. Gastos De Publicidad.....	101
4.7.7. Gastos Operacionales.....	101
4.7.8. Gastos Administrativos .....	101
4.7.9. Costos Directos .....	102
4.7.10. Costo Del Precio Unitario .....	102
4.7.11. Proyección De Ventas .....	103
4.7.12. Estado de Resultado .....	103
4.7.13. Flujo de caja proyectado .....	104
4.7.14. Valor Actual Neto (VAN).....	105
4.7.15 Tas Interna de Retorno (TIR).....	105
4.7.16. Análisis de la relación Beneficio/Costo .....	105
4.8. CONCLUSIÓN .....	106
4.9. RECOMENDACIÓN.....	107
4.10. ANEXOS .....	107
Bibliografía .....	115

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Las Cinco Fuerzas De Mercado.....	65
Ilustración 2: Marketing Mix .....	72
Ilustración 3: La Marca .....	80
Ilustración 4: Logotipo.....	80
Ilustración 5: Slogan .....	81
Ilustración 6: Vista panorámica delas instalaciones del club.....	84
Ilustración 7: Distribución Exclusiva.....	85
Ilustración 8: Volante.....	88
Ilustración 9:Tríptico Parte externa .....	89
Ilustración 10: Trípticos Parte Interna .....	90
Ilustración 11: Página WEB.....	91
Ilustración 12: Página WEB.....	91
Ilustración 13: Vista lateral y frontal de las piscinas de 15 y 25 metros (semi-olímpica). .....	113
Ilustración 14: Vista frontal de la fachada principal y la sala de trofeo. ....	113
Ilustración 15: Vista frontal del área de pintura y sala de karate.....	114
Ilustración 16: Vista general de las actuales instalaciones del Club Deportivo Diana Quintana, se puede apreciar las aéreas de: Karate, Gimnasio, Natación con la piscina de 50 metros (olímpica) y el área futbol. ....	114

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 .....	40
Gráfico 2 .....	41
Gráfico 3 .....	42
Gráfico 4 .....	43
Gráfico 5 .....	44
Gráfico 6 .....	45
Gráfico 7 .....	46
Gráfico 8 .....	47
Gráfico 9 .....	48
Gráfico 10 .....	49
Gráfico 11 .....	50
Gráfico 12 .....	51
Gráfico 13 .....	52
Gráfico 14 .....	53
Gráfico 15 .....	54
Gráfico 16 .....	55
Gráfico 17 .....	56

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	40
Tabla 2 .....	41
Tabla 3 .....	42
Tabla 4 .....	43
Tabla 5 .....	44
Tabla 6 .....	45
Tabla 7 .....	46
Tabla 8 .....	47
Tabla 9 .....	48
Tabla 10 .....	49
Tabla 11 .....	50
Tabla 12 .....	51
Tabla 13 .....	52
Tabla 14 .....	53
Tabla 15 .....	54
Tabla 16 .....	55
Tabla 17 .....	56

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variables Dependientes/Independientes .....	28
Cuadro 2: Indicadores del Proyecto .....	29
Cuadro 3: Población Adulto Mayor del Prov. Del Guayas.....	32
Cuadro 4: Población Adulto Mayor Cantón Samborondón y Daule .....	33
Cuadro 5: Tamaño de la Muestra.....	34
Cuadro 6: Factores Internos y Externos.....	62
Cuadro 7: Matriz FODA .....	63
Cuadro 8: Matriz Amenazas de Nuevos competidores.....	69
Cuadro 9: Matriz Poder de negociación con los proveedores.....	69
Cuadro 10: Matriz Poder de negociación con los clientes .....	70
Cuadro 11: Matriz Poder de los Sustitutos .....	70
Cuadro 12: Matriz Competidores directos .....	70
Cuadro 13: Matriz de las cinco fuerzas de Porter .....	71
Cuadro 14: Factores Positivos/Negativos .....	71
Cuadro 15: Cronograma de las actividades en la Mañana.....	76
Cuadro 16: Cronograma de las actividades en la Tarde .....	76
Cuadro 17: Cronograma de las actividades en la Mañana.....	77
Cuadro 18: Cronograma de las actividades en la Tarde .....	77
Cuadro 19: Matriz Atributos/Beneficios.....	82
Cuadro 20: Precios Nova Vida .....	83
Cuadro 21: Presupuesto del Plan de Marketing.....	94
Cuadro 22: Inversión Inicial .....	97
Cuadro 23: Financiamiento.....	97
Cuadro 24: Condiciones del Crédito.....	98
Cuadro 25: Tabla de Amortización.....	98
Cuadro 26: Amortización de la deuda anual.....	99
Cuadro 27: Capital de Trabajo .....	99
Cuadro 28: Activos Fijos .....	100
Cuadro 29: Depreciación .....	100
Cuadro 30: Gastos de Publicidad.....	101
Cuadro 31: Gastos Operacionales .....	101

Cuadro 32: Gastos Administrativos .....	102
Cuadro 33: Paquete Oro Costo Directo .....	102
Cuadro 34: Paquete Plata Costo Directo.....	102
Cuadro 35: Paquete Oro Costo Del Precio Unitario .....	102
Cuadro 36: Paquete Plata Costo Del Precio Unitario .....	103
Cuadro 37: Proyección de venta con el precio al mercado.....	103
Cuadro 38: Proyección de venta con el costo directo.....	103
Cuadro 39: Estado de Resultado .....	104
Cuadro 40: Flujo de Efectivo .....	104
Cuadro 41: Cálculo del VAN, R B/C y TIR con una tasa de descuento del 10% .....	105

## **ÍNDICE DE PROFORMAS**

Proforma 1: El Universo .....	92
Proforma 2: Grafica Stilingraf S.A. ....	93

## **Resumen**

El ser humano se han dado cuenta que el cuidado de su salud depende principalmente de tener una actividad física adecuada a través de la práctica de algún deporte en especial o algún tipo de ejercicio, por esta razón se pensó en el Club para realizar la implementación de estrategias de marketing para con ellas promover la práctica del deporte como medio de mantenerse en forma, sentirse bien y con energía. En base a la investigación de mercado se determinó el segmento objetivo y las necesidades de los usuarios para estructurar estrategias que busca incrementar la participación en el mercado y el posicionamiento del Club Deportivo Diana Quintana a través del Marketing táctico con estrategias de producto (en este caso servicio), plaza, promoción y publicidad en un mercado competitivo y cambiante. Un diagnóstico previo nos llevará a describir el problema de investigación, la razón que nos ha motivado a dar una alternativa de solución, con la delimitación espacial y temporal, justificaremos el lugar dónde y en qué tiempo se ejecutará el proyecto, la misma que validará porqué es necesaria la elaboración del mismo. En el marco teórico se presentan los fundamentos teóricos y técnicos bajo los cuales se desarrollará este proyecto, explicamos el posicionamiento teórico e indicaremos la metodología a emplearse en la investigación con recursos como entrevistas y encuestas. Para reforzar lo antes expuesto nos sujetamos a la bibliografía y anexos. Con este trabajo pretendemos diseñar un plan de marketing para el Club Deportivo Diana Quintana, en él se hallarán todas las normas operativas a las que debe atenerse la empresa para lograr diferenciación y posicionamiento, en rescate al valor y difusión del deporte niños, jóvenes, adultos y adultos mayores amateur. Se cuenta con la infraestructura y el recurso humano debidamente capacitado, el conocimiento, los recursos económicos y el tiempo para implementar el proyecto.

# CAPÍTULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. TEMA

Implementación de Estrategias de Marketing para Fomentar la Actividad Física en Adultos Mayores.

### 1.2. DIAGNÓSTICO

El Club Deportivo “Diana Quintana”, fue fundada el 16 de enero del 2004 con la idea de fomentar el deporte, a los residentes de la Parroquia urbana La Puntilla del Cantón Samborondón, con una variedad de servicios de actividades deportivas, tales como natación, aquaeróbicos, karate y artes plásticas, contando con una piscina de 15 y 25 metros; y un pequeño gimnasio para los deportistas del club, obteniendo 307 alumnos hasta el 2008, la perspectiva de Don Omar Quintana era realizar los sueños de su hija Diana Quintana (+) con una tercera piscina olímpica de 50 metros, con la aportación de su hija Claudia Quintana y Olga Quintana toman la decisión en el 2008 de agrandar el club con 2 canchas sintéticas de futbol techadas, sala de karate, artes plásticas, patinaje para cursos formativos y educativos, una pista atlética, un centro de desarrollo infantil, un gimnasio bien equipado con clases de pilates, baile, aeróbicos, circuito funcional, box, spinning, logran su objetivo abriendo sus instalaciones en su totalidad el 14 de noviembre del 2009, enfocándose a un solo segmento de mercado de clase alta siendo los pioneros en este sector teniendo más de 3.000 clientes en la actualidad.

Actualmente el Club Deportivo Diana Quintana, no solo ofrece servicios para un segmento de mercado alto, sino que además de esto se está caracterizando por ayudar a los deportista de bajos recursos, siendo esto una gran ayuda para la imagen del Club, debido a estos méritos ha puesto en alto el nombre de la institución, obteniendo nueve (9) veces el título de campeones provinciales, cinco (5) veces el título de campeones nacionales y teniendo dos (2) nadadores de alto rendimiento que fueron participes en los Juegos Olímpicos Beijing entrenando en el prestigioso Club, gracias a su infraestructura las instalaciones son usadas para diferentes torneos nacionales e internacionales realizado por la FENA y FINA.

Conforme a lo que los clientes o familiares que solicitaban información en el club deportivo Diana Quintana, de que si existían dentro del mismo, paquetes o programas de rutinas diarias de ejercicios para los Adultos Mayores, surge la necesidad de también querer fomentar el deporte en este segmento de mercado, incentivándolos a ser parte del equipo de competencia de máster, también implementar una variedad de servicios deportivos con personal capacitado, ya que el club cuenta con la infraestructura adecuada.

En la actualidad en el club deportivo Diana Quintana asisten adultos mayores que se sienten motivados por hacer ejercicios, pero no tienen el debido trato, porque no se cuenta con un departamento médico, nutricionista, instructores técnicos especializados en adultos mayores que hagan de su permanencia agradable, esto hace que se aburran de su ejercicio diario o les produzca lesiones por mala ejecución de los ejercicios, perdiendo a estos potenciales clientes.

En la parroquia la Puntilla y la Aurora no se encuentra un lugar apropiado que cumpla con las características adecuadas que les proporcione diferentes áreas para realizar deportes, máquinas o implementos necesarios para ejecutar los ejercicios que estén de acuerdo a su edad, comodidad, seguridad, y con personal que cumpla con los requisitos para realizar actividades deportivas para este grupo de segmento de mercado.

La finalidad del proyecto nace por la falta de iniciativa propia en dedicar tiempo a las actividades físicas, ya sea esta una costumbre familiar, que ha larga afecta a nuestra salud, reflejándose con el tiempo con la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles, que ponen en juego la vida de manera prematura.

El club deportivo Diana Quintana, no cuentan con alternativas que sean de su satisfacción y que logren sentirse atraídos a las actividades físicas, y no se encuentren identificados por no ser notorio la recuperación en su estado de salud y su estilo de vida. Además no se logra en ellos el reconocimiento en su entorno social por no ser activamente integradas a la sociedad, de esta manera que no alcanzan a sentirse parte de la misma siendo excluidos, sin mejorar su parte psicológica, siendo muchas veces suelen ser aislados.

Mediante los antecedentes se busca equiparar los puntos más importante, que permitan, identificar situaciones, que ayudará a implementar de manera adecuada el tiempo, espacio y con el personal altamente calificado, donde puedan sentirse seguros de hacer ejercicios previo a un análisis o evaluación médica, para evitar lesiones, fracturas, desguinces u otra clase de dificultades que se pueden presentar al momento de hacer la práctica deportiva y de esta manera; tanto, los adultos mayores como familiares, logren sentir que existe un establecimiento que les brinde calidad y seguridad, lo que es particularmente importante como institución deportiva.

Unas de las principales causas que afectan a la integración con los adultos mayores se involucran con las nombradas a continuación:

1. No cuentan con lugares apropiados para la realización de actividades físicas.
2. La falta de ejercicios sobrellevan a trastornos psicológicos y físicos.
3. La escasez de programas de salud orientados a la actividad física para adultos mayores.
4. Las enfermedades crónicas no transmisibles son un factor de riesgo para la salud.
5. Falta de personal capacitado dispuesto a motivar, dirigir y apoyar a sus necesidades.
6. La vida sedentaria que estos llevan dentro de su entorno familiar.
7. La poca motivación que sus familiares le transmiten para realizar ejercicio.
8. La falta de iniciativa de las instituciones o gimnasios para la integración de los adultos mayores en actividades físicas.

### **1.- No cuentan con lugares apropiados para la realización de actividades físicas.**

En la parroquia urbana La Puntilla, La Aurora y lugares aledaños no cuentan con áreas apropiadas para que los adultos mayores puedan realizar actividades físicas, la mayoría de estos individuos corren o caminan en la vía principal de Samborondón para poder ejercitarse representando un peligro constante debido a la velocidad de los carros que transitan en esta vía, puesto que no se le da la importancia debida a este nicho de mercado.

En el sector solo se encuentra gimnasios y clubes sociales dentro de las mismas urbanizaciones, pero el espacio que estos abarcan son limitados, donde no se encuentran las debidas seguridades, implementos, maquinas o rutinas de ejercicios que puedan ser realizado por ellos, ni personal netamente capacitado para dirigir a este grupo, siendo excluidos de la sociedad moderna.

No se los ve como clientes potenciales para crear una institución con una infraestructura adecuada donde ellos puedan hacer usos de actividades deportivas, ya que lo ven como una desventaja de tiempo y espacio a futuro.

## **2.- La falta de ejercicios sobrelleva a trastornos psicológicos y físicos.**

Uno de los problemas que afecta a los trastornos psicológicos de los adultos mayores y la más común es la depresión la cual puede ocasionar tristezas, aislamientos y falta de integración en su vida diaria, en la parte psicológica lo hace sentir indefensos por la falta de fuerza muscular y en lo físico la disminución de todos sus movimientos tantos articulares como musculares, sintiéndose rechazados por la sociedad moderna.

Según la (OMS, 2015), la depresión, Afecta a un 7% de la población de ancianos en general y representa un 1.6% de la discapacidad total (AVAD) en los de 60 años de edad y mayores.

## **3.- La escasez de programas de salud orientados a la actividad física para adultos mayores.**

Hoy en día la falta de interés por nuestra salud, ya sea por la falta de ejercicios o una mala alimentación, debido a la escasez de programas, que incentiven a llevar una vida sana o libre de sedentarismo, ha llevado a que los índices de enfermedades crónicas no transmisibles aumente, no solo en el cantón de Samborondón sino también en todo el país.

El gobierno actual ha tomado medidas realizando campañas a través del IESS con programas de ejercicios para jubilados y pensionistas, con la finalidad de reducir medicamentos a los adultos mayores con enfermedades de párkinson, problemas cardiovasculares y otros, para que tengan un mejor estilo de vida.

#### **4.- Las enfermedades crónicas no transmisibles son un factor de riesgo para la salud.**

Las enfermedades crónicas no transmisibles por lo general nacen por haber llevado una vida sedentaria, con mucho estrés, por el consumo de tabaco y alcohol, exceso de trabajo y poco descanso, la mala alimentación, por haber realizados las dietas inapropiadas sin supervisión de un nutricionista y los malos hábitos que ha larga provocan enfermedades más comunes que se presentan en personas de edades avanzadas muchas veces causando la muerte son:

- ❖ Diabetes
- ❖ Hipertensión
- ❖ Accidentes cerebro vasculares
- ❖ Cardiopatía coronaria
- ❖ Colesterol
- ❖ Osteoporosis

#### **5.- Falta de personal capacitado dispuesto a dirigir y apoyar a sus necesidades.**

La mayor parte de los instructores en la actualidad están dirigidos a la nueva generación, dejando a un lado a este segmento de mercado, lo que hace difícil encontrar personas capacitadas o especializadas en actividades para los adultos mayores, debido a exigencias del mercado actual de gimnasio y clubes.

En Ecuador no hiciste seminarios de programas de ejercicios para adultos mayores, donde los instructores de gimnasio se capaciten constantemente para abarcar este segmento de mercado, la mayoría de estos seminarios se dictan fuera del país.

#### **6.- La vida sedentaria que estos llevan dentro de su entorno familiar.**

Muchas veces el fomentar la actividad física en la personas viene desde las familias, se debe recordar que el ser humano se adopta a hábitos o costumbres, que por lo general ha sido su entorno desde la niñez, todo esto influye a su envejecimiento sea natural y libre de enfermedades, es decir, si estamos rodeados de personas que no siempre hacen ejercicio creará el mismo hábitos a los demás.

El adulto mayor normalmente es el que dispone de más tiempo libre, pero es necesario que su familia organice su vida de ocio, con actividades que le agraden y se adapte a sus necesidades haciéndolo sentir más seguro de sí mismo, cuando no realizan una actividad este se aburre, se angustia, se deprime y se deteriora.

#### **7.- La poca motivación que sus familiares le transmiten para realizar ejercicio.**

Los adultos mayores no tienen el apoyo necesario de parte de sus familiares donde los motiven a la práctica deportiva, muchas veces la falta de motivación es por la escasez de centros deportivos donde ellos puedan sentirse bien mental y físicamente.

En el Club asisten los adultos mayores a sus clases de natación o gimnasio algunos motivados por sus familiares otros por cuenta propia para distraerse encontrar amistades de su propia edad formando grupos para salir a desayunar, viajar y sentirse entre ellos motivados para seguir con sus actividades, ya que algunos no encuentran ese apoyo de parte de su entorno familiar.

#### **8.- La falta de iniciativa de las instituciones o gimnasios para la integración de los adultos mayores en actividades físicas.**

En la actualidad las instituciones deportivas son dirigidas a un mercado de sociedad moderna, por ser uno de los mercados que más rentabilidad le da a los gimnasios o clubes. Por tal razón los adultos mayores no son incluidos en sus paquetes de actividades físicas por la falta de tiempo y espacios que estos necesitan.

Muchas veces para las instituciones representa un gasto adecuar un espacio o contratar un instructor que maneje este segmento, se cree que no tienen la motivación necesaria para realizar un actividad física por su edad o su estado de salud que estos tienen. En este sector el problema no es lo económico sino la falta de iniciativa de las instituciones por explorar este mercado de adulto mayor.

Encontramos instituciones privadas que atienden al adulto mayor, en cuestión de salud o terapias de rehabilitación, sin aplicar programas de actividad física o recreativa, que ayuden a mantenerse saludable.

### **1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Una de las problemáticas que se pudo apreciar, es que los adultos mayores, se sienten aislados por las instituciones deportivas, debido a que no son clientes potenciales por su edad y porque necesitan de más cuidado, el mismo que no encuentra el apoyo necesario de parte de las instituciones o gimnasios para la integración de los adultos mayores en actividades físicas, ya que se piensa que es demasiada responsabilidad incentivar este mercado por las dolencias que estos traen o porque muchas veces es difícil manejarlos por su carácter o temperamento que los adultos mayores tienen.

En ocasiones se siente excluidos de las clases en las que logran inscribirse, por lo que son ignorados por los instructores, por ser demasiados lentos, debido a que los instructores están dirigidos a un segmento de mercado de sociedad moderna.

### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Se ha demostrado que la actividad física en los adultos mayores tiene numerosos beneficios, como la prevención y complicaciones en enfermedades del corazón, control y prevención de la diabetes, osteoporosis, obesidad, presión arterial, etc., actualmente la falta de ejercicio ha aumentado el riesgo de enfermedades no transmisibles siendo uno de los factores principales que aceleran el envejecimiento, esto también se debe a la mala alimentación, stress, alcoholismo, tabaquismo y el sedentarismo.

El Ministerio de Deporte a través de las federaciones provinciales y algunos municipios, es parte del programa “Ecuador Ejercítate y Vive Sano” que tiene como medida disminuir el sedentarismo en el país, estos programas son dirigidos por profesionales con clases de baile y aeróbicos dirigido al público en general en lugares estratégicos como por ejemplo el parque de Samanes que se dan clases en horarios diurnos y nocturnos, de esta manera se trata de mejorar la calidad de vida en los Ecuatorianos.

También se realiza actividades socio-recreativas, talleres de terapia ocupacional e integración que están orientadas a la prevención y cuidado integral de la salud de los jubilados y afiliados del IESS, por medio del programa del adulto mayor GNMAREC, donde son evaluados por especialista que determina qué tipo de actividad debe realizar.

El IESS ha puesto en marcha el programa GNMAR dirigido al adulto mayor que está orientado plenamente a la prevención y cuidado integral de la salud de los jubilados y pensionistas, donde reciben un plan de actividades físicas de bajo impacto, control de peso, charlas de nutrición, el objetivo del programa es que los pacientes reduzca la dosis de medicamentos mejorando su calidad de vida.

La propuesta de este proyecto es fomentar a los adultos mayores a una vida activa que disminuyan los riesgos patológicos que se relacionan con la edad, con pequeñas rutinas diarias de ejercicios que puedan dejar el sedentarismo e incluirlo en programas de actividades físicas, que ayuden hacer independientes y logren vivir de manera placentera.

El club desea que este grupo sea parte de un programas de actividad física para adultos mayores que tengan el interés necesario e iniciativa personal en esta etapa de su vida, es necesario inculcar hábitos de vida saludable a través del ejercicio, que contribuyan con su proceso de envejecimiento donde puedan ocupar su tiempo libre de manera útil, que ayuden sobre todo a disminuir las enfermedades. De esta manera motivar a los adultos mayores realicen actividad física, mejorando su estado de salud, como favorecer al club deportivo Diana Quintana de manera que gane reconocimientos por ser una institución que busca el bienestar social y por ser una institución con todas las actividades apropiadas para todos los mercados en sí.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivos generales**

Identificar estrategias de marketing, dirigidas al Adulto Mayor del Cantón Samborondón, que permita fomentar la actividad física en el Club Deportivo Diana Quintana.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Determinar el número de adultos mayores que realiza actividad física deportiva en el Club Diana Quintana.
- Conocer los gustos y preferencias de los adultos-mayores del Cantón Samborondón, respecto a la capacidad para realizar actividad física.
- Analizar estrategias de marketing que se está utilizando para fomentar la actividad física de los Adultos mayores en el Cantón Samborondón.

### **1.6. INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La intención del proyecto es identificar estrategias de marketing que ayuden a crear un espacio con personas especializadas en adulto mayores, médicos y las instalaciones que comprendan con canchas, piscinas, gimnasio, clases de yoga especializadas y bailes, para de que de esta manera sea más agradable y positiva el fomentar el deporte en la segmentación de mercado de adultos mayores.

Actualmente, el club Diana Quintana, cuenta con la infraestructura adecuada para realizar cualquier tipo de actividad deportiva tanto desde un menor de ocho meses, como a un adulto mayor, de tal manera existen espacios donde realizar cualquier tipo de actividad, pero no se cuenta con el personal capacitado para tratar este tipo de mercado, como por ejemplo: médicos que pueda evaluar al cliente en edad de adulto mayor, donde se pronostique el tipo de actividad que se puede realizar, un instructor que lo pueda guiar en su rutina diaria; y, un nutricionista que complemente con buen habito alimenticio, de tal manera evitar: lesiones, fracturas y afecte su sistema respiratorio en caso de tener problemas de asma, hipertensión o problemas cardiacos.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ESTADO DEL CONOCIMIENTO

Como base a la investigación se utilizó a instituciones que han llevado a cabo programas de fomentación de la actividad física en los adultos mayores tanto en nuestro país, como en otros países, para ello se ha indagado a las siguientes instituciones:

- Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA), Chile.
- Gimnasia Natural Musical, Artístico y Riso-terapia (GNMAR), Ecuador.

##### 2.1.1. Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA), Chile.

En la ciudad de Chile en el año 1995 bajo el mandato del Presidente de la República Eduardo Frei Ruiz-Tagle, fue fundada la Comisión Nacional para el Adulto Mayor. Constituida por 38 personas pertenecientes a diferentes sectores tanto públicos y privados, tales como parlamentarios, representantes de organismos públicos, académicos, miembros de organizaciones sociales y gremiales.

SENAMA se crea como un favor gubernamental, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con el Servicio que ayuden al envejecimiento activo en el adulto mayor, brindado diferentes programas tanto con actividades físicas como las sociales, lo que busca es contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas mayores del país.

Los ejes estratégicos de SENAMA son:

- Proteger y garantizar los derechos de las personas mayores.
- Fomentar la participación social de quienes pertenecen a este grupo etario.
- Fortalecer el sistema de protección social dirigido a los mayores.
- Avanzar hacia un cambio cultural que reconozca a las personas mayores como sujeto de derechos.
- Fortalecer la gestión territorial y descentralización de SENAMA.

Actualmente (SENAMA, SENAMA, 2014), se manejan con el programa llamado día a día, que tiene como objetivo lograr independencia en el adulto mayor en su entorno social y familiar, que ofrecen asistencias socio-sanitarias durante el día, además de apoyo familiar preventivo, actividades socioculturales y de promoción para un envejecimiento activo.

Por medio de convenios con universidades, instituciones públicas y privadas se logra sustentar los gastos de la misma, con el fin aprovechar recursos y seguir siendo una institución sin fines de lucro.

SENAMA consta con los siguientes principales programas sociales:

- Fondo nacional del adulto mayor para promover la participación social.
- Asesores sénior que sirva de apoyo escolar a los niños y niñas de familia con riesgo social.
- Vínculos Sociales para que se relacionen con la red de apoyo de su comunidad.
- Turismo social para que los adultos mayores tengan una manera diferente de distraerse.
- Servicios y vivienda para el adulto mayor.
- Programa por el buen trato al adulto mayor.
- Programa de acompañamiento tiene el fin de prevenir y evitar a través de charlas de consumo de alcohol y drogas en estudiantes de 10 a 14 años.
- Programa de participación y formación (escuela de formación de dirigentes mayores).
- Envejecimiento activo (programa de beneficios complementarios de protección social).
- Programa centro de día, entrega el apoyo familiar y social por medio de actividades socioculturales, psicológicas, recreativas y físicas para que tengan un envejecimiento activo.
- Programa de cuidados domiciliarios.
- Fondo concursable para la asignación de recursos a los establecimientos de larga estadía para adultos mayores.

SENAMA realiza sus programas mediante las siguientes herramientas:

### ***Fondo Auto gestionado***

Se empieza aplicar durante el año 2003, como una prueba piloto en dos zonas del país. Durante el año 2004, se aplica a nivel nacional, su principal objetivo reside en el avance de contenidos de autogestión e impulso de la facultad y soberanía de los adultos mayores con fondos concursable. Este evento financia planes en figura de voluntariado, actividades lucrativas, equipamiento o legislación de sedes, auto cuidado, formación de recreación, entre otros que ayuden al adulto mayor en la parte psicológica, psicosocial, y físico.

### ***Fondo para Ejecutores Intermedios***

En el año 2007 se rige por medio de organizaciones e instituciones que laboran con adultos mayores, con temperamento jurídico vigente con derecho público o privado. Su primordial objetivo se concentra en mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a través de algunos beneficios sociales, mediante la siguiente página web se realizan las postulaciones [www.senama.cl](http://www.senama.cl).

### ***Convenios Institucionales***

En el 2008 se pone en operación los convenios institucionales, donde se transfiere recursos aquellas organizaciones que presentan un proyecto de servicios de apoyo al adulto mayor en situación de vulnerabilidad, y que estas estén aprobadas por las normativas vigentes.

#### **2.1.2. Gimnasia Natural Musical, Artístico y Riso-terapia Ecuador (GNMAREC).**

GNMAREC es un programa para mejorar la salud corporal y psicológica para personas mayores de 65 años que estén afiliados o jubilados en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, con un equipo de médicos especialistas en geriatría, psicología, fisiatría, terapeutas físico, nutricionista, enfermeras que están dispuestos a colaborar con la salud y bienestar de los adultos mayores, se encuentra ubicado el centro Geriátrico Gerontológico del Hospital del Día Doctor Efrén Jurado López, donde ya han atendido 2.623 paciente en el primer semestre del 2013.

Los pacientes que acuden a GNMAR son evaluados por los especialistas para identificar sus habilidades y destrezas, de ahí son ubicados en las actividades que estos ofrecen con el propósito que puedan mejorar su salud, y alargar sus años de vida.

***Ofrecen los siguientes programas:***

- Charlas dirigidas a pacientes y familiares con contenidos de interés psico-educativos.
- Clases de manualidades, dibujo, pintura y otros.
- Clases de Bailo terapia, yoga, riso-terapia, actividades de mantenimiento físico.
- Talleres de ajedrez y bingo.

***Estrategias de GNMAR:***

- Realizar convenios con el estado para trabajar con los adultos mayores pensionistas o jubilados del IESS.
- Fomentar la calidad de vida de los adultos mayores a través de programas terapias recreativas, geriátricas, ocupacionales, artísticas y sociales, psico-educativos, neuro-psico-estimulación.
- Incorporar instituciones privadas al proyecto.
- Informar a los pensionistas y jubilados del IESS los beneficios de la actividad física en los adultos mayores.

El Mgs. Ing. Publio Vásquez es el gestor del proyecto y el creador Profesor Álvaro Romano de Gimnástica Natural tiene 30 años de investigación aplicado en 28 países, nos demuestra que no existe impedimento físico para realizar ejercicio, lo importante es mantenerse activo y no dejarse vencer por el sedentarismo. La idea principal es disminuir el consumo de medicamentos y llevar una calidad de vida a los pacientes del IESS.

El proyecto se está dando en todas las provincias del Ecuador para los jubilados pensionistas, lo que desea lograr el IESS es mejorar el estilo de vida a los adultos mayores, ayudando a mejorar la salud con pacientes que presentes los problemas:

Adultos mayores con:

- ❖ Párkinson
- ❖ Cardiovascular
- ❖ Accidentes cerebro vasculares
- ❖ Diabéticos
- ❖ Cáncer
- ❖ Entre otros.

Actualmente asisten semanalmente 1000 adultos mayores, ocupando el primer lugar de atención en esta área a los afiliados y jubilados del IESS. Gracias a este tipo de actividad física ha hecho que sea parte de su día a día, ayude a un envejecimiento activo y mejoramiento en la salud del adulto mayor.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

Para desarrollar la fundamentación teórica hemos tomados algunos modelos o teorías que nos permita identificar el comportamiento de los adultos mayores y nos ayude con un gran aporte para el desarrollo del mismo.

### **2.2.1. Teoría del proceso de envejecimiento**

#### ***2.2.1.1. Teoría de envejecimiento biológico.***

##### **Envejecimiento:**

Está definido como el ser humano que ha llegado a la última etapa de su ciclo de vida, que se encuentra en la etapa de la madurez y continuo a esta seguirá a su fallecimiento de la persona. Debido a este proceso el ser humano presentara en su última etapa o fase de vida de su cuerpo, dificultades tanto físicas como morales mismas que se encontraran deteriorando su salud. Particularmente la persona entra a la etapa de adulto mayor o madurez a sus 65 años en adelante.

De acuerdo a la teoría de Dr. Joaquín Ma. Argo Mitjans catedrático de Psicología Evolutiva de la Universidad de Barcelona en el año 2000, dice que todo ser humano debe pasar por etapas en su vida por naturaleza o su biología y que en los años de 30 a 40 se producen cambios o efectos dramáticos en el individuo, comenzando con la etapa de la menopausia, por lo tanto en la edad de 65-70 años de edad marcaran el comienzo de su vejez.

En virtud de lo anterior, la edad biológica de la cada persona estará acompañada de cambios físicos desagradables, como la pérdida de energía, fuerzas y alteraciones en su salud debido a la naturaleza del ser humano, además de esto no toda persona envejecerá al mismo ritmo, esto dependerá al estilo de vida que lleva cada persona. (Dr. Joaquin Argo Mitjans, 2000).

### ***2.2.1.2. Teoría del Envejecimiento Activo***

De acuerdo al criterio de Lourdes Bermejo García en Madrid: médica Panamericana D.L. en el año 2010 y junto a investigaciones realizadas por parte de OMS, dice que se debe aprovechar las oportunidades en todo ámbito para lograr desplegar en el ser humano en todas etapas de vida un desempeño social y años de productividad, por lo que de esta manera se logre obtener a la vejez de cada individuo una salud casi perfecta. (Garcia, Envejecimiento activo y actividad socio educativa en el adulto mayor, 2010).

Por lo que se debe realizar actividades o que cada individuo participe en eventos de carácter económico, cultural, espiritual, cívicas y deportivas, para que de esta manera con el paso de los años se logre desarrollar destrezas tanto físicas como laborables y por lo tanto, ser una persona que a su vejez tenga una actitud totalmente activa para cualquier situación.

Desde el punto de vista biológico al realizar programas de ejercicio ayudara que las personas tengan flexibilidad, resistencia, velocidad y fuerza. Además de estos los aspectos psicológicos del ser humano, ayudara a incidir, ya sea desde la perspectiva cognitiva, emocional y relacional.

En conexión a lo anterior, en la perspectiva cognitiva nos ayudara a desarrollar la memoria a corto o largo plazo, en la perspectiva emotiva ayuda a canalizar los sentimientos y emociones que muchas veces se retienen y fluyen en el momento de ejercitarse y desde la perspectiva relacional puede ser un excelente instrumento de intervención para inculcar la actividad física en los adultos mayores, dando beneficios para su salud.

Lo que si debemos tener presente es que todos queremos llegar a ser adultos mayores con buen estado de salud, con un bajo riesgo de padecer enfermedades crónicas o mortales y con excelente estado funcional, tanto físico como mental (Cedeño, 2014). Si a esto se le agrega una actitud positiva ante el proceso natural de envejecimiento y una vinculación y participación social MIES 2012, se podrá conseguir un estado de adultez mayor activa o de envejecimiento activo (OMS, 2002).

### **La inactividad física del adulto mayor**

Según la OPS en el año 2002, nos indica que la inactividad física es uno de los principales factores de riesgo para adquirir enfermedades no transmisibles, además de los malos hábitos alimenticios, el consumo frecuente del tabaco y el sedentarismo, hace que cada día aumente la tasa de mortalidad a nivel mundial con cifras superables al 60%. (OMS, 2011).

En igual porcentaje se calcula que la población no es lo suficientemente activa como para poder obtener y gozar de los beneficios de la salud, por lo que se expresa que al año 2020 se incrementará al 43% la carga global de enfermedades no transmisibles en los países en desarrollo (OMS, 2011).

Si bien los datos arriba mencionados pueden ser poco halagadores, las estadísticas en el (Banco Mundial, 2014) sitúan a Ecuador como uno de los países con mayor esperanza de vida (76 años), igual que Argentina, pero por encima de Brasil, Perú, Colombia y Venezuela que es de 73 años, solo siendo superado por Chile que es de 79 años.

### **La actividad física en el adulto mayor**

Aunque existe abundante evidencia científica que manifiesta que realizar actividades de carácter físico, genera beneficios en el aspecto de la salud, la mayoría de las personas adultas mayores, que viven en entornos urbanos, no están constantemente participando de este tipo de actividades.

Actualmente los estudios científicos nos indica que la actividad física reduce el riesgo de muerte prematura y autoayuda a la prevención primaria o secundaria de enfermedades cardiovasculares, osteoporosis, hipertensión arterial, diabetes, cáncer y también disminuye el riesgo de infarto cerebral, ayuda a los adultos mayores a sentirse más fuertes, menos fatigados, sean más independientes y hábiles en sus labores diarias, evitando riesgo de caídas y fracturas.

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE ENFERMEDADES EN EL ADULTO MAYOR**

### **2.3.1. Enfermedades más comunes en el adulto mayor**

**Enfermedades no transmisibles:** Las enfermedades no transmisibles ENT, nos indica la (OMS, 2013), que son particularmente conocidas por ser generadas de acuerdo a su estilo de vida en ciertos casos hereditarios, y que con el transcurso de los años se desarrollan en el cuerpo humano y logran convertirse en enfermedades crónicas, además de ser enfermedades que no se transmiten de persona a persona, a su vez son de larga duración y por lo general evolucionan paulatinamente, ya que llevan un proceso hasta cumplir su última etapa en la que deteriora lentamente a la persona y lo lleva a muchas veces a la muerte.

De acuerdo a la investigación realizada por (OMS, 2001) nos indica que en la última etapa que sufre el ser humano, se darán a notar las cuatro principales enfermedades no transmisibles, problemas cardiovasculares, cáncer, enfermedades pulmonares crónicas y diabetes que han cobrado vidas de acuerdo a las estadísticas realizadas por la misma institución, diciendo que ocurres tres de cada cinco personas en todo el mundo mueren y dan como resultados grandes daños socioeconómicos en particular los países en desarrollo.

El 80% de las muertes por ENT principalmente afectan ya desproporcionadamente a los países de bajos y medios recursos económicos, donde se registran según la (OMS, 2013), que aproximadamente 29 millones de personas afectadas por enfermedades de no transmisibles, lo que en la actualidad se han convertido en la principal causa de mortalidad en los habitantes en todas las regiones excepto en África, pero según las estimaciones actuales en 2020 los mayores incrementos de la mortalidad por ENT corresponderán al continente Africano, debido que en este continente supera los altos niveles de desnutrición.

La (OMS, 2001) junto a La Asamblea General de las Naciones Unidas toma la decisión de convocar una Reunión para tratar sobre la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles, donde se ayude a la comunidad internacional a controlar y prevenir estas enfermedades, donde los adultos mayores puedan llevar una vida saludable y mejorar su estilo de vida, además se tome las medidas respectivas.

## **2.4. TEORÍA SOCIOLOGICA**

### **2.4.1. La etapa de vida del ser humano**

Dice (Tafur, 2014), que el ser humano debe ir cumpliendo etapas desde su concepción hasta el día de su muerte, es así que la vida va transcurriendo períodos desde la niñez que se divide desde los 0 a 6 años (de cero a seis años de edad) mejor conocida como la infancia, la etapa de la adolescencia que se comprende de los 11 a 17 años de edad, continuo a eso seguirá la etapa de la juventud que parte de los 18 hasta 29 años de edad del ser humano y por última etapa que es conocida como la etapa de la madurez o la etapa del inicio del mayor adulto que parte de los 65 años en adelante. (MIES, 2012).

Se encuentran dos tipos de envejecimiento el que se lo denomina natural, el que transcurre a través del tiempo, acontece desde que nacemos hasta que morimos, produciendo cambios en nuestro cuerpo; y el otro denominado socio-génico que se produce con el pasar del tiempo por las condiciones socio culturales, económico, políticas que ubica o fija a cada individuo en un lugar determinado.

A través de los años el organismo envejece, va sobrellevando la acción del tiempo con el cual se va transformando sus características y sucesos que son acumuladas por el entorno social que los rodeas, por el cual se van fijando pautas, que les indica que pueden y que no pueden, que deben y que no deben hacer a una persona que nosotros lo llamamos “vieja”, aislándolas de sociedad actual por su edad, haciéndoles creer que ya su etapa se cumplió, es momento de descansar y dar lugar a la gente más joven.

#### **2.4.2. Cambios sociales en los adultos mayores**

Cada nuevo individuo nace conjuntamente, lo hace con un contexto social diferente, de acuerdo a su entorno determinara como será cada uno de nosotros, la sociedad está llena de prejuicios, con sus normas, políticas, ideales y sanciones, con esto conlleva a condicionar al adulto mayor como una etapa más de la vida, ajustándolos a ciertas situaciones de que pueden o no pueden hacer por su edad, que es tiempo que otra persona realice su actividades, haciéndolos sentir inútiles e inválidos para la sociedad.

La mayoría de los adultos mayores sano quieren sentirse independiente, no están pendiente de su vejez, ni lo ven como una enfermedad, solo que han llegado a una etapa lucida y la mejor de su ciclo de vida, que deben ocupar su lugar y actuar como tal siendo un individuo más de la sociedad, al contrario de otros adultos mayores que se desmoralizan invadiéndoles la depresión, sintiéndose tan desaminados, tan afectados por las injusticias de toda índole, se sienten seres inútiles, porque se encuentran en su última etapa de vida, estos nos obliga como individuos proveer diversas actividades donde ellos puedan distraerse, sientan una relación de independencia hacia su entorno social, encuentren una mejor calidad de vida y se enfrenten a las alternativas de las exigencias sociales.

## **2.5. TEORÍA PSICOLÓGICA**

### **2.5.1. Teoría Psicosociales en el Adulto-Mayor**

Según el criterio del (Dr. Joaquin Argo Mitjans, 2000) catedrático de Psicología Evolutiva de la Universidad de Barcelona, dice que existen varios signos Psicológicos o signos defectivos en la etapa de la vejez y que por lo tanto se considera a un ser humano psicológicamente saludable, cuando el mismo esta acto de asumir con total responsabilidad sus comportamientos ante la humanidad incluyendo su entorno familiar, y que para lograr que un adulto mayor siga desarrollando sus habilidades y continúe siendo indispensable para la sociedad, se debe evitar excluirlos y dejar un lado la actitud de ser poco suficientes en realizar sus labores u obligaciones.

### **2.5.2. Cambios psicológicos en los adultos mayores**

A medida que se envejece, se atrae problemas médicos específicos, psicológicos y sociales que afectan al individuo como tal, tanto como en su entorno familiar y su entorno social, mencionaremos tres factores principales que causan dificultades en su vida activa.

1. El proceso normal que todo individuo que tiene en la etapa del envejecimiento que se relacionan con procesos patológicos, produciendo invalidez progresiva.
2. Presentación de enfermedades crónicas no transmisibles debido a su avanzada edad causados por el sedentarismo, mala alimentación, falta de ejercicios, etc.
3. Las diferentes situaciones familiares que estos viven y problemas económicos asociada por su vejez atraen dificultades psicológicas y sociales.

Unos de los principales problemas del adulto mayor no saber qué hacer con su tiempo libre, esto les ocasiona una crisis emocional siente que su familia y su entorno social no los apoya, aun mas cuando ellos esperan con tanta ansia su jubilación después de tantos años de trabajo se dan cuentan que han llegado a la tercera edad, que sus fuerzas físicas han llegado a su tope, después de tanto años de una vida sedentaria y una rutina de trabajo extenuante, ocasionándoles depresión perdida del significado o sentido de la vida, sienten con facilidad la perdida de adaptación ya que les muy difícil adaptarse pensando que la gente no es de su época, sintiéndose no valorados por la sociedad moderna.

Hay ciertas patologías que parten de las somáticas a las psíquicas, donde nos demuestra que la depresión es uno de los factores que a ellos les impide hacer ciertas actividades o trabajos, donde deben encontrar un equilibrio emocional que no les afecte su entorno, buscando personas de su misma edad que realicen una variedad de actividades física y actividades recreativas, donde ellos puedan disfrutar de su tiempo y puedan tener más agilidad en el momento de movilizarse de un lugar a otro sintiéndose útiles para su entorno social, habitualmente suelen sentir vergüenza por ser viejos, aparte de sus dolencias que carecen y su cambio físico huyen del contacto con otras personas más jóvenes a temor a ser parte de burlas.

## **2.6. FUNDAMENTACIÓN DEL MARKETING**

### **2.6.1. Cinco Fuerzas de Porter**

En este medio encontraremos un plan estratégico, lo que corresponde referir minuciosamente a los competidores, ¿quiénes son?, ¿dónde están?, ¿qué tamaño tienen? y ¿cuál es su participación en el mercado?, lo cual aplicaremos el análisis Porter para analizar a los competidores.

El análisis Porter nos permite de forma razonada, seleccionar información muy selecta para la preparación de un plan estratégico para cualquier tipo de empresa o institución.

Es fundamental que las empresas desarrollen estrategias para diferenciarnos de la competencia y ayude a superar a la misma. (Marketing News & Business Management).

#### ***2.6.1.1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes***

En este ciclo los clientes son pocos y por lo general se encuentran bien organizados y se ponen en unión en cuanto a los precios que están puestos a pagar se forma una coacción para la empresa. Ya que estos recibirán la posibilidad de fijar un precio razonable. Lo que implica que los clientes ampliarán su volumen de trato ya que tienen que mejorar su calidad y posiblemente cambiar los proveedores, por esto las cosas cambian para las empresas que les dan el poder de negociación a sus clientes.

### ***2.6.1.2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores***

Existen ciertas amenazas por parte de los proveedores para la empresa, debido a que sus insumos suben los costos y el producto se carecen, por el impacto de estos insumos, se cree alta por ejemplo en vínculos de supermercados, que optan por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría particulares.

Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- Tendencia del comprador a sustituir.
- Evolución de los precios relativos de sustitución.
- Los costes de cambio de comprador.
- Percepción del nivel de diferenciación de productos.
- Número de productos sustituidos disponibles en el mercado.

Por lo que influye directamente en los siguientes puntos en el producto final:

- ❖ Producto de calidad inferior.
- ❖ Encarecimiento de producto.

### ***2.6.1.3. Amenazas de nuevas competidores entrantes***

Este punto se refiere a que en cuanto más sencillo sea ingresar al mercado con un pequeño negocio mayor será la amenaza, ya que en esta etapa existen muy pocos competidores pero luego existirán nuevos competidores, lo que se refiere que como dueños de este negocio debemos mantenernos en el mercado.

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

Permiten fijar los precios en solitario y suponen regularmente alta rentabilidad tal como en la primera fuerza, las patentes farmacéuticas o tecnológicas es más complicado ser copiadas, ya que en el mercado existe una variedad de productos similares que por lo general son de baja rentabilidad.

### **2.6.1.5. Rivalidad entre los competidores**

En esta etapa los competidores luchan por la alta rentabilidad en un segmento de mercado, lo que implica en que menos saturado se encuentre el sector generar más rentabilidad.

### **2.6.2. Marketing Social**

En su libro (Richard Sandhusen ), menciona que ésta filosofía de la mercadotecnia no se opone al concepto de la libre empresa de determinar las necesidades de los miembros del mercado meta y suministrar los factores deseados de una manera más eficiente y eficaz que la competencia. Sin embargo, mantiene que dichos factores deben suministrarse de manera que también incrementen el bienestar de la sociedad.

Los autores (Laura Fischer y Jorge Esejo), indican a la *mercadotecnia social*, como una nueva filosofía que no solo busca la satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores, ya que muchas veces dichos deseos pueden ser perjudiciales para la salud del individuo y para el ambiente en general. Por ello, actualmente se busca que los productos ofrecidos preserven o mejoren los intereses de la sociedad a largo plazo, lo cual incluye una búsqueda constante de mejores envases y productos reciclables.

*El marketing social* es una filosofía de la mercadotecnia que determina satisfacer las necesidades y deseos del mercado meta pero de una manera que crezca o preserve el bienestar de la sociedad, no afecte la inmunidad de los consumidores, ni destruya el medioambiente, a cambio de una ganancia o beneficio para la empresa u organización que lo ejecuta.

Mediante los problemáticas que se vinieron dando a partir del siglo XX, según (Shuptrine y Osmanski), surge la necesidad de crear conciencia entre las empresas o instituciones que realizan cualquier tipo de comercio sobre los efectos del marketing, lo que direcciono la creación del ‘marketing con causa social’, a partir de esta época toda empresa cuenta con interés de hacer un bien social no solo lucrativo, sosteniéndose en el mercado como empresas de ética y responsabilidad.

El marketing social exige crear políticas en una empresa que cuiden a nuestro entorno y no afectarlo tanto con la fabricación, como la comercialización del producto, reglas o políticas que ayuden a identificar primordialmente la problemática y equilibrar las utilidades de la empresa con los intereses de la sociedad y tratando de resolver la problemática que nos afecta.

## **2.7. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **2.7.1. Constitución del Ecuador**

La Constitución de la República del Ecuador 2008, reconocerá y garantizará los derechos del buen vivir, salud, y beneficios en los servicios públicos y privados donde se les ofrecerá mejores condiciones, para que gocen de estos derechos los adultos mayores sean incluidos en actividades y se sientan aceptados por la sociedad.

La Constitución del Ecuador nos indica que todos gozaremos de los derechos y deberes sin discriminación alguna, por lo tanto se debe fomentar el envejecimiento activo y fortalecer la participación de los adultos mayores, para su auto-cuidado y de esta manera llevar una vida saludable.

#### **Cuadro 1: Constitución del Ecuador**

<b><i>CAPÍTULO SEGUNDO: DERECHOS DEL BUEN VIVIR</i></b>
<b>Sección cuarta: Cultura y ciencia</b>
<b>Art. 24.-</b> Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.
<b>Sección séptima: Salud</b>
<b>Art. 32.-</b> La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.
El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva.

***CAPÍTULO TERCERO: DERECHOS DE LAS PERSONAS Y GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA***

**Art. 36.-** Las personas adultas mayores, niñas, niñas y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad, personas privadas de libertad y quienes padezcan de enfermedades catastróficas o de alta complejidad, recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado.

**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.
2. Desarrollo de programas y políticas destinadas a fomentar su autonomía personal, disminuir su dependencia y conseguir su plena integración social.
3. Desarrollo de programas destinados a fomentar la realización de actividades recreativas y espirituales.
4. Adecuada asistencia económica y psicológica que garantice su estabilidad física y mental.

**TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR  
CAPÍTULO PRIMERO: INCLUSIÓN Y EQUIDAD**

**Art. 340.-** El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

**Fuente:** [www.asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec)

## 2.7.2. Ley del anciano

Para la implantación de este proyecto en el Club Deportivo Diana Quintana, es necesario tener conocimientos de las Leyes que rigen a la protección del adulto Mayor, donde se les permita participar en programas sociales, culturales, deportivos, artísticas, a través de las instituciones del sector público y privados, se les garantiza una mejor calidad de vida y ser aceptados por la sociedad, por lo tanto se tomaran en cuenta los siguientes artículos en estado vigentes, con la última modificación el 29 de diciembre 2014, inscrita en el registro oficial 376 del 13 octubre del 2006 por el H. Congreso Nacional.

### Cuadro 2: Ley del Anciano

#### ***CAPÍTULO I: DISPOSICIONES FUNDAMENTALES***

**Art. 1.-** Son beneficiarios de esta Ley las personas naturales que hayan cumplido sesenta y cinco años de edad, sean éstas nacionales o extranjeras que se encuentren legalmente establecidas en el país. Para acceder a las exoneraciones o rebajas en los servicios públicos o privados estipulados en esta Ley, justificarán su condición únicamente con la cédula de identidad y ciudadanía o con el documento legal que les acredite a los extranjeros.

**Art. 2.- Concordancia:** Constitución de la República del Ecuador Art. 9:  
El objetivo fundamental de esta Ley es garantizar el derecho a un nivel de vida que asegure la salud corporal y psicológica, la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica, la atención geriátrica y gerontológica integral y los servicios sociales necesarios para una existencia útil y decorosa.

#### ***CAPÍTULO II: ORGANISMOS DE EJECUCIÓN Y SERVICIOS***

**Art. 5.-Concordancia:** Constitución de la República del Ecuador Art. 38:  
Las instituciones del sector público y del privado darán facilidades a los ancianos que deseen participar en actividades sociales, culturales, económicas, deportivas, artísticas y científicas.

### ***CAPITULO III: LOS SERVICIOS***

**Art. 7.-** Los servicios médicos de los establecimientos públicos y privados, contarán con atención geriátrico-gerontológica para la prevención, el diagnóstico y tratamiento de las diferentes patologías de los ancianos y su funcionamiento se regirá por lo dispuesto en la presente Ley, su Reglamento y Código de la Salud.

**Fuente:** [info@asambleanacional.gob.ec](mailto:info@asambleanacional.gob.ec)

Los artículos, amparan al adulto mayor que tenga derechos en salud, seguridad social, alimentación, entre otros gozos. Por lo tanto, el llevar este proyecto a cabo, deberá cumplir con la responsabilidad precisa para brindar servicios que se basen en calidad, eficiencia y eficacia, entre otras características que en conjunto formen un elemento principal que se logre cumplir con los derechos del adulto mayor.

Las leyes respaldan al adulto mayor para que reciba un servicio de calidad con las respectivas indicaciones y adecuados programas de acuerdo a su salud y estado. Se pretende que los adultos mayores tengan un lugar donde sean atendidos con especialistas de atención médica geriátrica, donde puedan desarrollar su aspecto psicológico y social en su proceso de envejecimiento.

## **2.8. HIPÓTESIS O ANTICIPACIONES HIPOTÉTICAS**

### **2.8.1. Hipótesis general**

Si se aplican estrategias de marketing para fomentar la actividad física en el adulto mayor en el Club Deportivo Diana Quintana, se lograra obtener reconocimiento como un Club preocupado en el fomento de la actividad física de los adultos mayores.

## 2.9. VARIABLES O CRITERIOS DE INVESTIGACIÓN

En este punto se definirá las variables independientes y dependientes de esta investigación:

**Cuadro 1: Variables Dependientes/Independientes**

<b>Variables Dependientes</b>	<b>Variables Independientes</b>
Inexistencia de paquetes de servicio para el adulto mayor.	Desinterés de instituciones deportivas, Clubes o Gimnasios que brinde un servicio o espacio dirigido específicamente al adulto mayor.
Servicios que se ofrecen en el Club deportivo Diana Quintana, son dirigidos para un mercado moderno.	Segmento de mercado (Adulto-Mayor) que esta desatendido, por lo que se necesita ampliar de manera adecuada este segmento de mercado.
Personal especializado en actividad física para el adulto mayor.	No existe personal capacitado o calificado.

**Fuente:** Elaboración Propia

## 2.10. INDICADORES DEL PROYECTO

**Cuadro 2: Indicadores del Proyecto**

OBJETIVOS	INDICADORES	ACCIONES	RESPONSABLE	PROPÓSITO	MÉTODO
Crear una plataforma en la pág. web del Club para tener contactos de los clientes	# De contactos registrados en la plataforma.	Email  Banner	Empresa de Software	Contar con una base de datos de los clientes que visiten la pág. Web, facilite enviar información del programa Enjoy the Golden Years.	Por medio de la página web obtener los correos electrónicos poder enviar la información solicitada a los clientes y promociones vigentes.
Establecer alianzas estratégicas a través de un portal web que nos permita atraer nuevos clientes.	# De alianzas que se han realizado a través del portal.  # De participación de usuarios conseguidos a través del portal.  # De clientes nuevos obtenidos por el portal.	Email marketing  Campañas Personalizadas  Tienda virtual que permita al cliente seleccionar el servicio y realizar el pago.  Publicidad en banners.	Departamento de Marketing	Incrementar las ventas y la base de datos.  Obtener un grado de participación en los usuarios que visitan el portal.	Por medio de del portal y los correos electrónicos enviar la información requerida por los clientes o puedan comunicarse también con el departamento de marketing.
Promover a través de las redes sociales el programa Enjoy the Golden Years	# De personas que visitan las redes sociales.  # De personas que le dieron un me gusta.  # De hashtags populares y aprovechar la ola de comentarios.	Publicidad en banners.  Sondear las opiniones vertidas por las personas que visitan las redes sociales.	Departamento de Marketing.	Las personas que visitan las redes sociales estén enteradas del nuevo servicio que brindara el Club.  Obtener más seguidores en las redes sociales se pueda expandir la publicidad.	Por medios de las redes sociales obtengan información del club y de las promociones que hay.

Difundir la publicidad por medio del periódico Viva Samborondón	<p># De persona que leerán el anuncio en el periódico.</p> <p># De personas que llamaran a pedir información.</p> <p># De personas que visitaran el club para pedir la información</p>	Publicidad por medio del anuncio publicitario en la prensa escrita	<p>Departamento de Marketing</p> <p>Departamento de Venta</p>	Incentivar a las personas a pedir información sobre lo que se ofrece.	Por medio del anuncio en el periódico dar a conocer el programa Enjoy The Golden Years.
Transmitir la publicidad por medios de volantes en las urbanización de Samborondón	<p># De persona que leerán las volantes.</p> <p># De personas que llamaran a pedir información.</p> <p># De personas que visitaran el club para pedir información deseada.</p>	Publicidad por medio las volantes	<p>Departamento de Marketing</p> <p>Departamento de Venta</p>	Incentivar a los residentes a pedir información sobre el programa.	Por medio de las volantes las personas pidan la información requerida o puedan comunicarse también con el departamento de ventas.

**Fuente:** Elaboración Propia

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

Permite explicar los procedimientos, las técnicas, métodos para obtener los datos e instrumentos de medición, a fin de conseguir respuestas a las preguntas, lograr los objetivos de investigación y probar la hipótesis, de acuerdo a esto diseñar el tipo de investigación que requerimos.

#### **Nivel de Estudio**

El propósito es que permita clasificar la investigación de acuerdo a su nivel de complejidad y el tipo de estudio que se desarrolla para obtener resultados aproximados.

#### **Por el nivel de análisis:**

- **Investigación Descriptiva:**

Realizamos una investigación descriptiva con la finalidad de evaluar la población de adultos mayores con cada una de las características fundamentales que determine los diferentes elementos y componentes que intervengan dentro de la investigación del proyecto, de esta manera marcar los objetivos precisos y sistemáticos, para así prevenir situaciones en nuestro estudio de mercado.

#### **Diseño de Estudio**

El diseño de estudio que hemos planteado para puntualizar y detectar el problema de investigación, la cual obtendremos resultados con la información generada en la misma con mayor posibilidad para el éxito.

#### **Por el medio empleado:**

- **Campo:**

La información es recopilada de los usuarios del Club “Diana Quintana” y personas ajenas al Club en el Cantón de Samborondón, se tomara en cuenta acontecimiento de interés para nuestra investigación, con el hecho de recopilar datos a simple vista u objetos relevantes que pueden reforzar en este estudio.

### Según su enfoque:

- **Diseño de Investigación Cuantitativa**

El objetivo de la investigación cuantitativa es detallar y cuantificar la población de adultos mayores que habitan en el cantón de Samborondón, poder obtener una información más precisa y detallada del proyecto de investigación.

Por lo que desempeñaremos en la presente investigación el diseño antes citado, ya que mediremos los resultados en porcentajes de acuerdo a los resultados obtenidos.

### 3.1. UNIVERSO MUESTRAL.

#### 3.1.1. La Población

Según los datos del (INEC 2012 ), en el Ecuador existen aproximadamente 1'341.664 adultos mayores, los mismos que geográficamente están distribuidos el 48.5% en la sierra, 48% en la costa, y un 3.5% se encuentran en las provincias de la Amazonía. La gran mayoría de esta población superior a los 60 años, las mujeres son quienes representan el 53.4% de la población.

El censo realizado por el (INEC 2010), en la provincia del Guayas, entre los rangos de edad desde los 65 años en adelante existen 195.444 de adultos mayores.

**Cuadro 3:** Población Adulto Mayor del Prov. Del Guayas

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9743	0.3%	2281	0.1%
De 90 a 94 años	11995	0.4%	5712	0.2%
De 85 a 89 años	17350	0.5%	13655	0.4%
De 80 a 84 años	25477	0.80%	25924	0.7%
De 75 a 79 años	37182	1.10%	37219	1.0%
De 70 a 74 años	51412	1.60%	53901	1.5%
De 65 a 69 años	45703	1.40%	56752	1.6%
<b>Total</b>	<b>198862</b>		<b>195444</b>	

Fuente: INEC [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

### 3.1.2. La Muestra

Para el análisis de la muestra de la investigación se tomara a todos los adultos mayores que viven en el Cantón de Daule, Samborondón y clientes que asisten al Club Diana Quintana, donde estará constituido por personas de ambos sexos que comprenden de los 65 años en adelante que tengan un vida sedentaria y activa. Se les dará una hoja de cuestionarios, donde será llenada por sus datos personales, y una variedad de preguntas abiertas y cerrada, que nos ayudara con la investigación del proyecto.

El censo que realizó el (INEC 2010), en los cantones de Samborondón y Daule, entre los rangos de edad desde los 65 años en adelante existen 9.538 adultos mayores.

**Cuadro 4:** Población Adulto Mayor Cantón Samborondón y Daule

CANTÓN		De 65 a 69 años	De 70 a 79 años	De 80 a 89 años	De 90 a 99 años	De 100 años y más	Total
<b>SAMBORONDÓN</b>	URBANO	1,049	1,091	576	141	3	2,860
	RURAL	246	250	97	19	1	613
<b>TARIFA</b>	RURAL	352	446	204	34	4	1,040
<b>DAULE</b>	URBANO	1,254	1,428	591	137	11	3,421
	RURAL	599	663	282	57	3	1,604
<b>Total</b>		<b>3,500</b>	<b>3,878</b>	<b>1,750</b>	<b>388</b>	<b>22</b>	<b>9,538</b>

Fuente: INEC [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

### 3.1.3. Método de Muestreo

A continuación se utilizara el método de muestreo simple aleatorio, utilizando la variable sistemática, para obtener mejor los resultados, para que así nos permita un mejor análisis de la muestra representativa de la población adulto mayor en estudio, para la investigación tomaremos como referencia los criterios previamente determinados.

### 3.1.3.1. Tamaño de la muestra

Para la investigación se tomara una muestra total de la población en los cantones de Daule, Samborondón y Tarifa que están representados por 9,538 adultos mayores de 65 años en adelante, el objetivo principal es obtener información valida y confiable.

#### Cálculo del Tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra para la población finita es la siguiente:

$$N = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + z^2 p \cdot q}$$

Si la población es mayor o igual que 9.538.

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z= Margen de error.

p = Probabilidad de que el evento ocurra.

q = Probabilidad de que el evento no ocurra.

e= Error de estimación.

N= Tamaño de la Población.

**Cuadro 5:** Tamaño de la Muestra

Muestra (n)	?
Universo (N)	9.538
Grado de Error (e)	0,0018
Probabilidad de Ocurrencia (p)	0,5
Nivel de Confianza (Z)	2
Probabilidad de no Ocurrencia (q)	0,5
Encuestas	272

**Fuente:** Elaboración Propia

$$\begin{aligned}
 & (2)^2(0,5) (0,5) (9.538) \\
 n = & \frac{(0.0018)^2(9.538-1) + (2)^2 (0,5) (0,5)}{(1) (9.538)} \\
 & (35-1) + 1 \\
 & 9.538 \\
 n = & \frac{34+1}{9538} \\
 & 35 \\
 n = & 272
 \end{aligned}$$

## 3.2. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

### 3.2.1. Técnicas de Investigación

La técnica que se realizara en esta investigación será la **técnica de campo**, ya que nos permitirá analizar y fortalecer con testimonios la teoría que de manera directa se ha recopilado la información con las personas encuestadas.

### 3.2.2. Instrumentos de Investigación

Se realizó un cuestionario bien estructurado que contiene una variedad de preguntas abiertas, cerrada y opción múltiple para recopilar información correcta e idónea.

### **3.2.2.1. La encuesta**

Para poder recolectar datos de la investigación se realizó la elaboración de las encuestas que comprendió de 17 preguntas, que nos permitió recolectar información específica y eficaz, para con ello poder elaborar las estrategias de marketing para fomentar la actividad física en adultos mayores.

La encuesta se realizó a los clientes del Club Deportivo Diana Quintana, en la Parroquia la Puntilla y la Aurora que nos permitió obtener una mejor información de las personas encuestadas para el proyecto de investigación.

### **3.2.2.2. Procedimientos**

La obtención de la información se realizó por los dos integrantes de la investigación para obtener la recolección y tabulación de las preguntas poder conseguir datos reales.

De acuerdo a los resultados de las encuestas se realizaron los gráficos con su análisis correspondiente, en forma descriptiva en base a la investigación realizada y el marco teórico.

## **3.3. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Se aplicó para este proyecto las técnicas primarias realizadas por encuestas, que nos sirve para medir las variables, así poder obtener información y proceder el desarrollo de la investigación, deben tener las siguientes características:

- Validez
- Confiabilidad

### **Validez**

Los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento, nos ayudara a medir cada uno de los factores de las variables que estamos aplicando en el proyecto de investigación y establecer los parámetros de la validez, es preciso:

- a) Definir qué variables que se van a medir.
- b) Diseñar que variables se pueden presentar para poder obtener los indicadores más adecuados.
- c) Realizar la prueba piloto que nos ayude a mejorar la validez del instrumento.

La validez nos ayudara a predecir el comportamiento de los fenómenos que se dan ante determinadas circunstancias a través de los resultados obtenidos de la aplicación de instrumentos.

### **Confiabilidad**

Los resultados que obtuvimos por el instrumento existan similitud si se volviera aplicar base a la misma muestra en igualdad y condición, nos den exactitud, solidez en el momento de obtener los resultados.

#### **3.3.1. Validación del tamaño de la muestra**

Validación de caso único consiste en aplicar de manera especial el cuestionario a una persona “de confianza” que cumpla con las características iguales en la que esta designado el cuestionario.

#### **Caso Único:**

Consiste en la aplicación especial de la encuesta a una persona de confianza, que tenga las mismas características del perfil buscado de los destinatarios del cuestionario.

- Se le pidió el 22 de febrero a la Sra. Elizabeth Tenesaca de 66 años, clienta del Club Deportivo Diana Quintana, que complete el cuestionario en voz alta, por lo que se le gestionara pregunta por pregunta, así mismo con sus respectivas opciones, y se tomó nota de su primera respuesta que se le vino a su mente.
- Una vez que terminada las encuestas se le solicito su opinión sobre el conjunto de cuestionario y las diferentes preguntas si tienen: facilidad de contestarlo, extensión, preguntas confusas y delicadas.

- Se hicieron las debidas correcciones en las encuestas cambiando algunas preguntas que estaban confusas al momento de contestar.

### **Validación de expertos:**

Para la revisión crítica se contara las siguientes personas la Ingeniera en Marketing Ximena Guaicha y la Licenciada en Marketing Sandra Bermúdez, que tienen la experiencia en cuestionarios y la temática sobre el mismo, estas respuestas servirán para la revisión de dicho cuestionario, para que por medio de su análisis individual podamos corregir cualquier mal entendido en la formulación de las preguntas.

A continuación se detalla los criterios de los expertos para un cuestionario con una buena estructura:

1. Las preguntas del cuestionario cumplen con los objetivos de la investigación.
2. El cuestionario cumple con una estructura equilibrada y armónica.
3. Se detectó en algunas palabras faltas ortográficas.
4. Comprobación de cada ítem por separado: carácter, formulación, alternativas, función en el cuestionario, etc.
5. El cuestionario es realizado por las personas encargadas del proyecto de investigación.

Los expertos en la validación nos manifestaron que las preguntas del cuestionario estaban bien estructuradas, se corrigieron faltas ortográficas, se revisó el orden que debía ir cada pregunta y la función de cada alternativa.

### **Aplicación piloto**

Se trata de aplicar el cuestionario a una muestra piloto.

- Analizar las respuestas que se realizara a las personas encuestadas, para optimizar el cuestionario.

- Una vez que el instrumento ha sido consolidado, se tomó una pequeña muestra de diez personas que asisten al Club Deportivo “Diana Quintana”, y será ejecutada por Claudia Campaña, para el aseguramiento de la validez de la encuesta.

### **3.4. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS.**

#### **Levantamiento de información:**

La prueba piloto que se realizó para esta investigación de mercado, fue hecha en el Club Deportivo “Diana Quintana” con los clientes de la institución y clientes que residen en las urbanizaciones aledañas, las encuestas fueron realizadas por Claudia Campaña y Marcos Méndez, cuya prueba se la efectuó en el mes de febrero del 2015, con la finalidad de analizar nuestra encuesta tanto en forma, cantidad y profundidad de las preguntas, para poder ser transcrita de manera clara y de fácil entendimiento para quien se le ejecute el cuestionario.

### 3.5. PROCESAMIENTO DE DATOS.

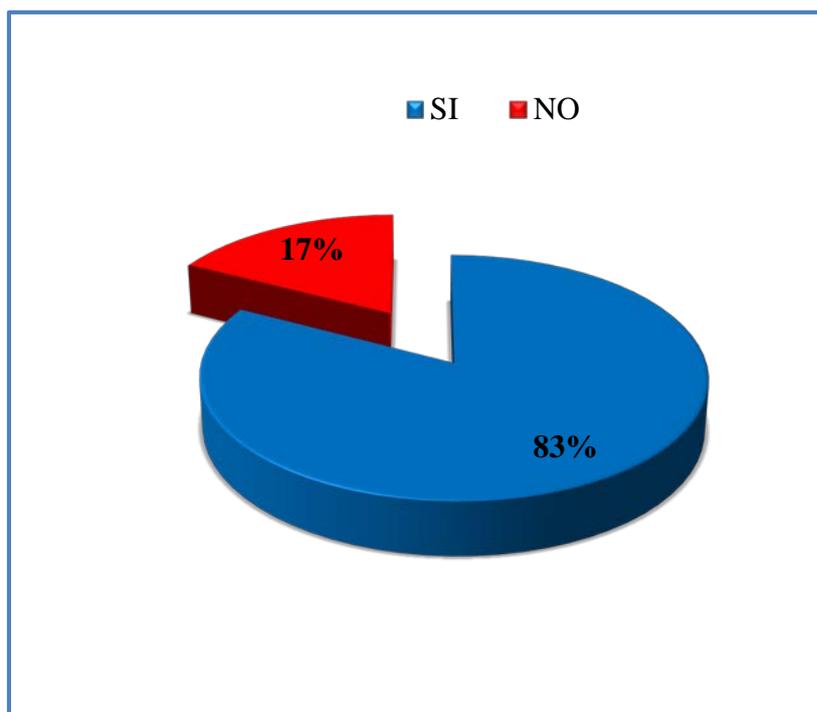
#### Pregunta No. 1

Existen adultos mayores que vivan en su hogar:

Tabla 1		
OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	225	83%
NO	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

Gráfico 1



Fuente: *Elaboración Propia*

#### Análisis:

De los 272 encuestados el 83% de las personas encuestadas indican que si tienen o existen personas adultas en su hogar y el 17% que no.

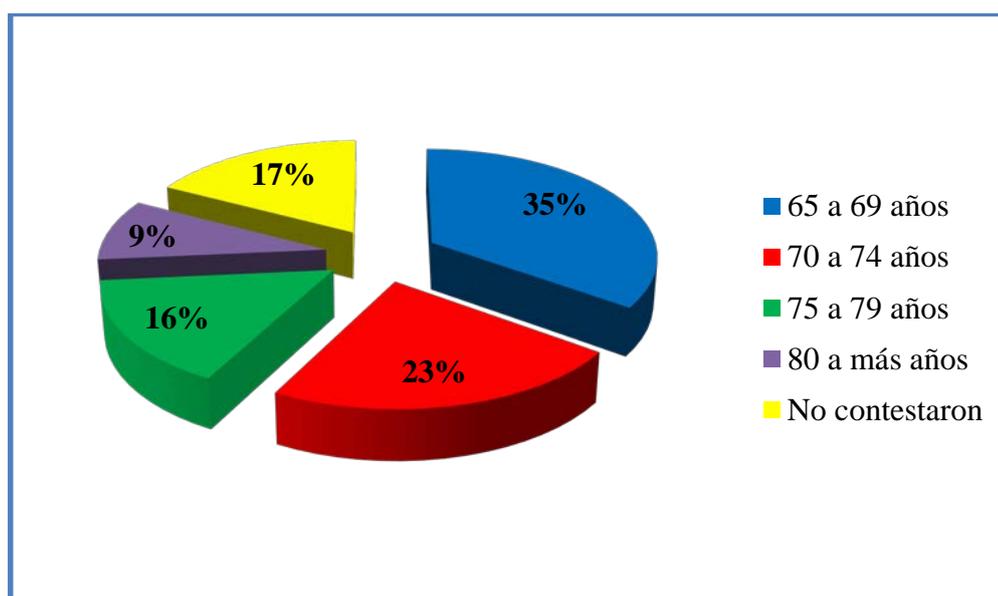
**Pregunta No. 2**

¿Dentro de que rango de edad se encuentran?

<b>Tabla 2</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
65 a 69 años	95	35%
70 a 74 años	62	23%
75 a 79 años	43	16%
80 a más años	25	9%
No contestaron	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Gráfico 2**



**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Análisis:**

Para poder realizar la investigación de mercado se tiene que determinar en qué rango de edad se encuentran los adultos mayores que habitan con los 272 encuestados, el 35% tienen entre 65 a 69 años, el 23% entre 70 a 74 años, el 16% están en los 75 a 79 años, el 9% restante entre los 80 a más años y el 17% no contestó por que no viven con adultos mayores.

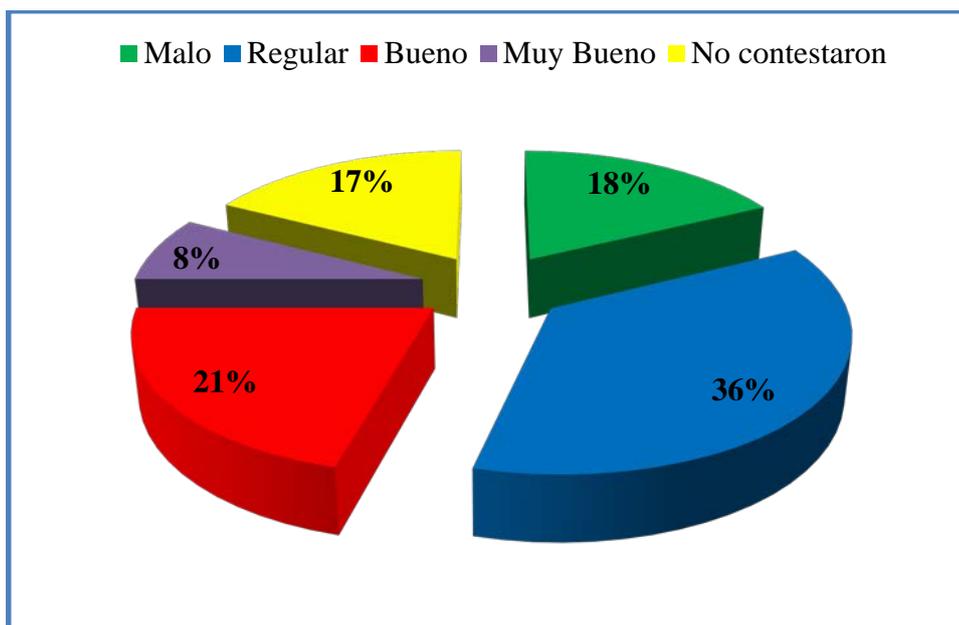
**PreguntaNo.3**

¿En qué estado de salud se encuentran?

<b>Tabla 3</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Malo</b>	48	18%
<b>Regular</b>	99	36%
<b>Bueno</b>	57	21%
<b>Muy Bueno</b>	21	8%
<b>No contestaron</b>	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

**Gráfico 3**



Fuente: *Elaboración Propia*

**Análisis:**

De acuerdo a las respuestas de los 272 encuestados nos indicaron que el 18% tienen un estado de salud mala, el 36% poseen un estado de salud regular, 21% conservan un buen estado de salud, el 8% gozan de muy buen estado de salud y el 17% no contestaron.

**Pregunta No. 4**

**¿Conoce Ud. un lugar dentro del sector donde se den programas de actividades físicas para adultos mayores?**

<b>Tabla 4</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	13	5%
<b>NO</b>	212	78%
<b>No contestaron</b>	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: *Elaboración Propia***

**Gráfico 4**

***Elaboración Propia***

**Análisis:**

Considerando la opinión de los 272 encuestados nos indicaron que el 78% no conocen de un lugar dentro del sector donde viven de un programa de actividades físicas para adultos mayores y el 5% nos indicaron que si conocen un lugar llamado GNMAR pero solo atienden a personas jubiladas y afiliadas al IESS y el 17% restantes no contestaron.

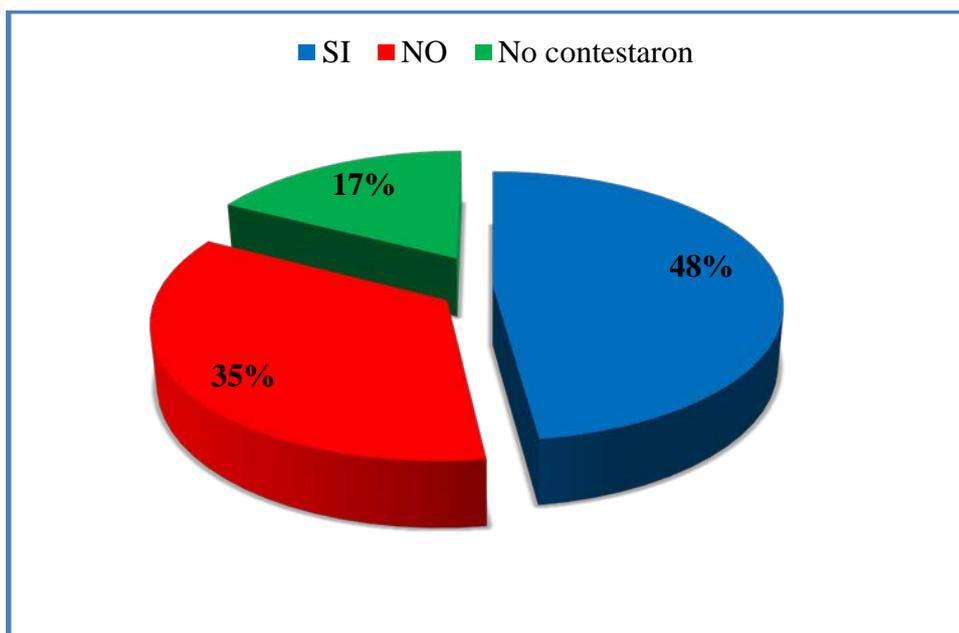
**Pregunta No. 5**

**¿Realizan algún tipo de actividad física?**

<b>Tabla 5</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	130	48%
<b>NO</b>	95	35%
<b>No contestaron</b>	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: *Elaboración Propia***

**Gráfico 5**



**Fuente: *Elaboración Propia***

**Análisis:**

Del total de las muestras encuestadas, 130 dieron una respuesta de que si realizan actividad física, lo que corresponde al 48% de las encuestas, de las 95 personas dijeron que no realizan un tipo de actividad física el mismo que representa los 35% y 47 personas no contestaron que corresponde al 17% restante.

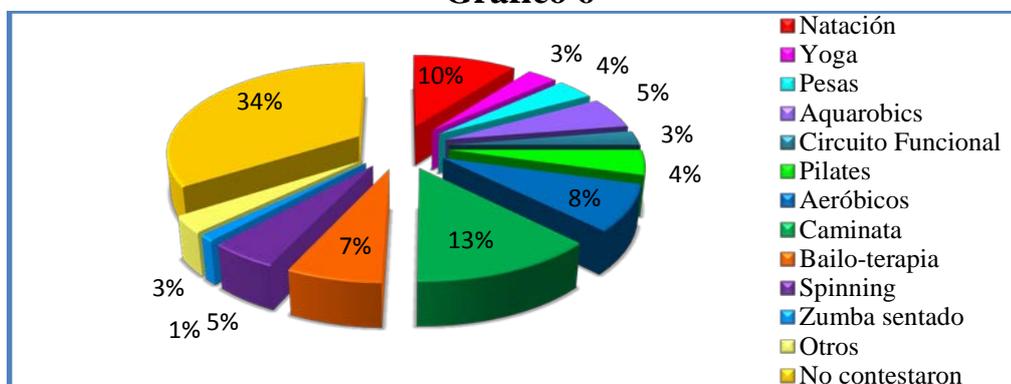
**Pregunta No. 6**

¿Qué tipo de actividad física realiza?

Tabla 6		
OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Natación	28	10%
Yoga	8	3%
Pesas	10	4%
Aquaeróbicos	15	5%
Circuito Funcional	7	3%
Pilates	12	4%
Aeróbicos	22	8%
Caminata	35	13%
Bailo-terapia	18	7%
Spinning	13	5%
Zumba sentado	3	1%
Otros	8	3%
No contestaron	93	34%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

**Gráfico 6**



Fuente: *Elaboración Propia*

**Análisis:**

En conexión con la anterior pregunta y dando un resultado de 130 personas que si realizan actividad física, partiendo de este total se obtuvieron los siguientes el 1% realizan zumba sentado, 3% yoga, circuito funcional y otros, 4% pesas y pilates, 5% aquaeróbicos y spinning, 7% bailo terapia, 8% aeróbicos, 10% natación, 13% caminata, tomando en cuenta que muchas de las personas, realizan actividades simultaneas y el 34% no realiza ninguna actividad.

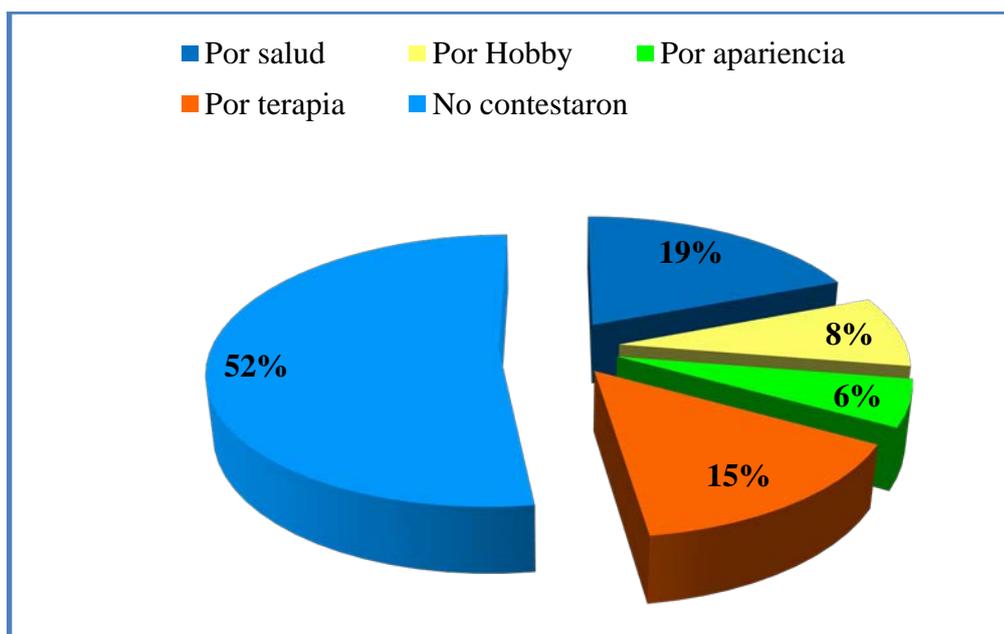
### Pregunta No. 7

¿Qué los motiva hacer actividad física hoy en día?

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Por salud	52	19%
Por Hobby	23	8%
Por apariencia	15	6%
Por terapia	40	15%
No contestaron	142	52%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

Gráfico 7



Fuente: *Elaboración Propia*

### Análisis:

De acuerdo a la pregunta de que les motiva a las personas que si realizan actividad física, los encuestados contestaron lo siguiente el 6% por apariencia, 15% por terapia o rehabilitación indicado por prescripción médica, 8% por hobby, el 19% por salud y el 52% no contesto esta pregunta.

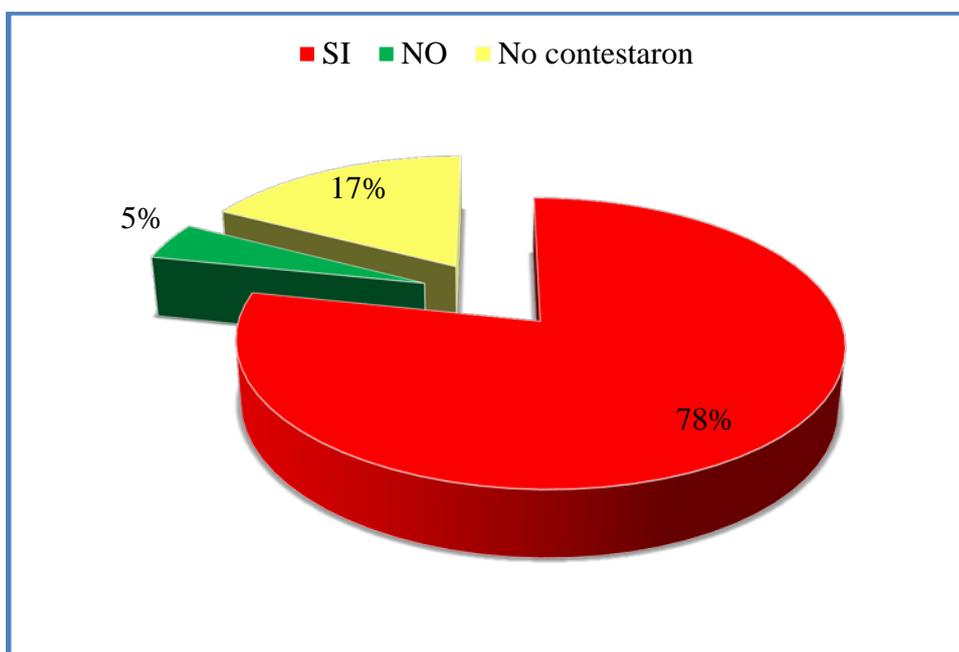
**Pregunta No. 8**

¿Le gustaría realizar o que realicen algún tipo de actividad física?

<b>Tabla 8</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	213	78%
<b>NO</b>	12	5%
<b>No contestaron</b>	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Gráfico 8**



**Fuente:** *Elaboración Propia*

**Análisis:**

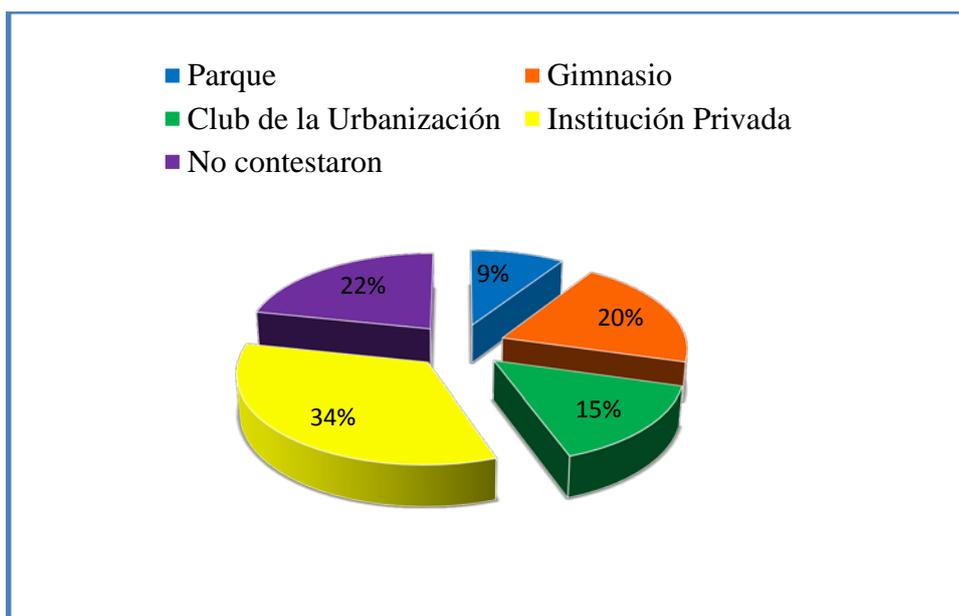
Los resultados reflejaron que el 78% de las personas les gustaría que los adultos mayores realicen algún tipo de actividad física para mantener una vida más saludable, lo que corresponde a 213 personas de un total de 272 encuestas y el 5% que no les gustaría que realicen actividad física por miedo a que se lesionen y un 17% de encuestados no contestó esta pregunta.

**Pregunta No. 9**

De los siguientes lugares donde le gustaría realizar ejercicios:

Tabla 9		
OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Parque	25	9%
Gimnasio	55	20%
Club de la Urbanización	41	15%
Institución Privada	92	34%
No contestaron	59	22%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

**Gráfico 9**

Fuente: *Elaboración Propia*

**Análisis:**

Tomando en cuenta a las respuestas de los 272 encuestados, el 34% indicó que el lugar más apropiado para que los adultos mayores realicen actividad física es una Institución Privada como el Club Deportivo Diana Quintana, el 20% el gimnasio, el 15% el club de la urbanización, el 9% un parque y el 22% de los encuestados no contestó esta pregunta.

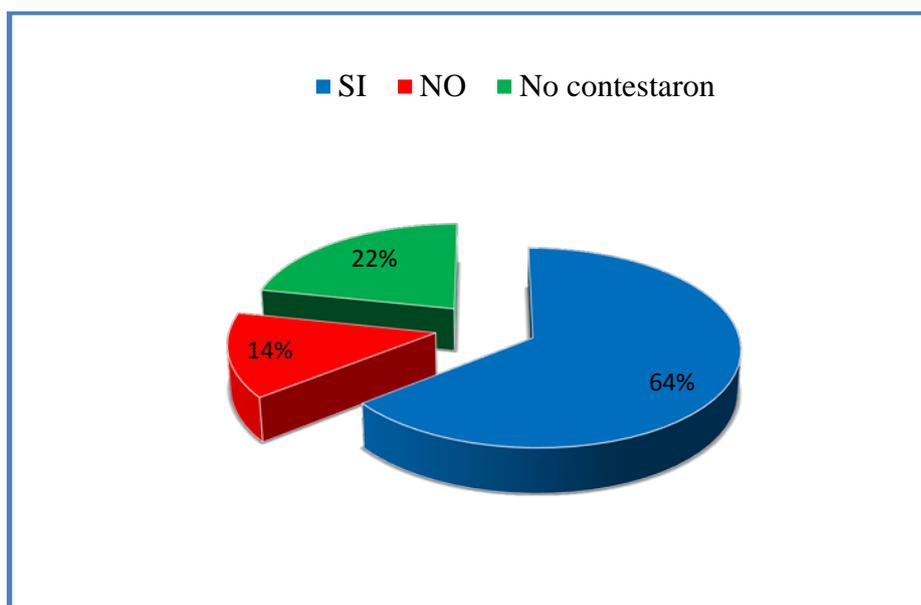
**Pregunta No. 10**

**¿Cuándo asista a una institución para realizar cualquier tipo de actividad física, le gustaría que le realicen algún tipo de chequeo?**

<b>Tabla 10</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	175	64%
<b>NO</b>	38	14%
<b>No contestaron</b>	59	22%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: *Elaboración Propia***

**Gráfico 10**



**Fuente: *Elaboración Propia***

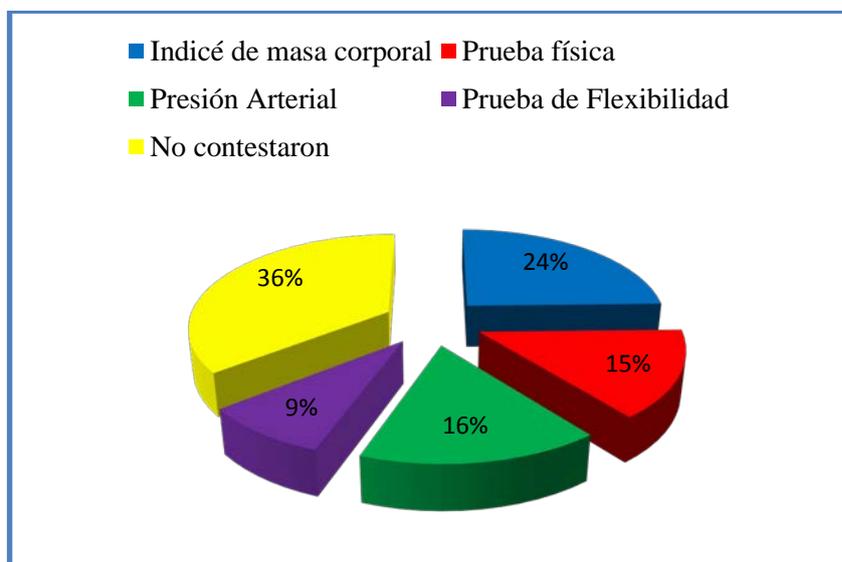
**Análisis:**

De los 272 encuestados el 64% nos indicaron que les parecería correcto que les realicen un chequeo antes de realizar una actividad física, para evitar lesiones y fracturas, un 14% no les parece importante que le realicen un chequeo y el 22% no contestó dicha pregunta.

**Pregunta No. 11**

¿Cuáles?

<b>Tabla 11</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Índice de masa corporal	67	24%
Prueba física	40	15%
Presión Arterial	44	16%
Prueba de Flexibilidad	24	9%
No contestaron	97	36%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia***Gráfico11**Fuente: *Elaboración Propia***Análisis:**

Con anexo a la pregunta anterior del 64% que contesto que si le gustaría que le realicen un chequeo medico al ingresar a una institución deportiva, se le pregunto qué tipo de chequeo le agradaría el 24% índice de masa corporal de acuerdo a su edad y peso, el 16% la presión arterial, el 9% prueba de flexibilidad para poder planificar y prescribir el entrenamiento de la persona, el 15% prueba física para saber en condición se está ritmo cardiaco y el 36% no contesto esta pregunta.

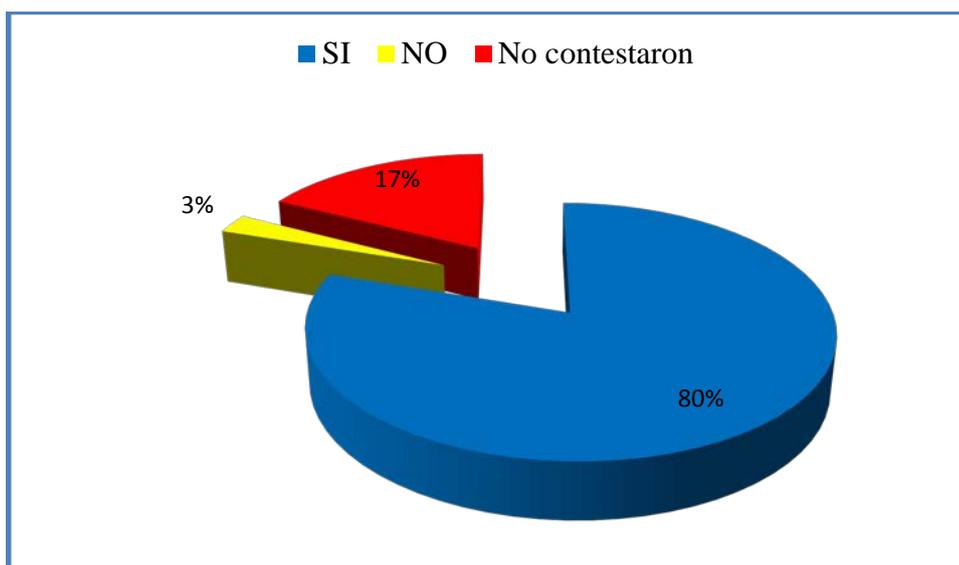
### Pregunta No. 12

¿Le gustaría que asistan a un programa de actividad física dirigido al adulto mayor?

Tabla 12		
OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	218	80%
NO	7	3%
No contestaron	47	17%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

### Gráfico 12



Fuente: *Elaboración Propia*

### Análisis:

El gráfico nos indica que de las 272 personas encuestadas el 80% estarían dispuestas a que asistan a un programa de actividad física para adultos mayores en el Club Diana Quintana, el 3% no le agradaría que asistan por miedo a que sean mal dirigidos en la rutina de ejercicios y el 17% corresponde a las personas que no tienen adultos mayores que vivan en su hogar.

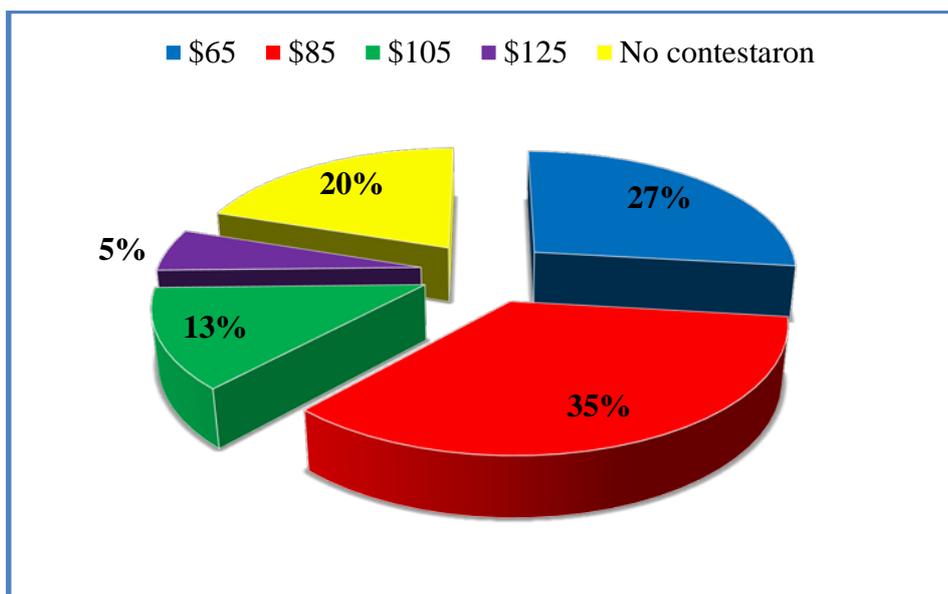
### Pregunta No. 13

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
\$65	73	27%
\$85	95	35%
\$105	35	13%
\$125	15	5%
No contestaron	54	20%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

**Gráfico 13**



Fuente: *Elaboración Propia*

### Análisis:

De acuerdo a los resultados que nos dieron las encuestas realizadas a las 272 personas nos indicaron que el 27% estaría dispuesto a pagar \$65 mensuales por un programa completo de actividades físicas dirigido para adultos mayores, el 35% de los resultados pagaría \$85 mensuales, nos indica que el 13% le gustaría pagar \$105 mensual, el 5% por el mismo servicio pagaría \$125 mensual y el 20% no contesto esta pregunta.

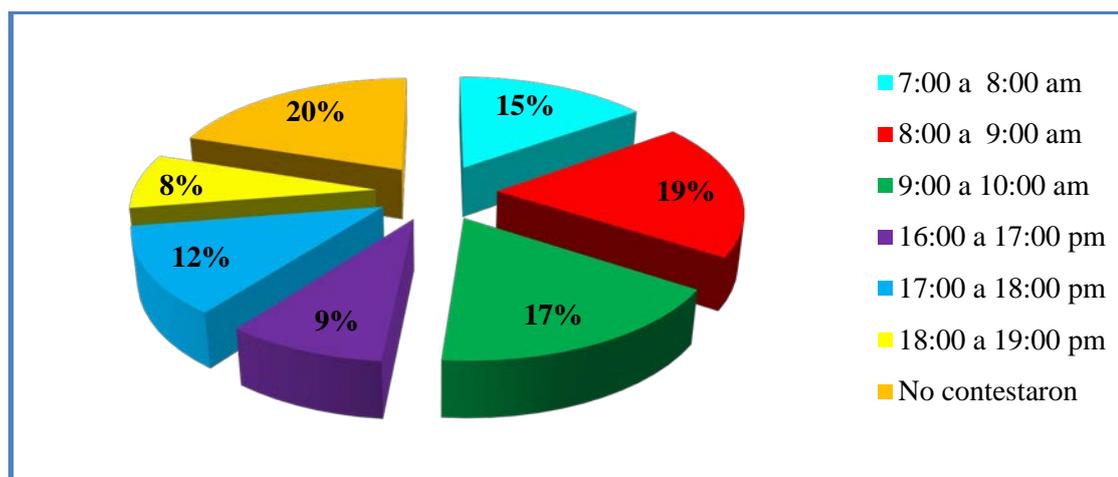
**Pregunta No. 14**

¿En qué horario le gustaría que reciban las actividades físicas?

<b>Tabla 14</b>		
<b>OPCIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
7:00 a 8:00 am	41	15%
8:00 a 9:00 am	52	19%
9:00 a 10:00 am	47	17%
16:00 a 17:00 pm	24	9%
17:00 a 18:00 pm	33	12%
18:00 a 19:00 pm	21	8%
No contestaron	54	20%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

**Gráfico 14**



Fuente: *Elaboración Propia*

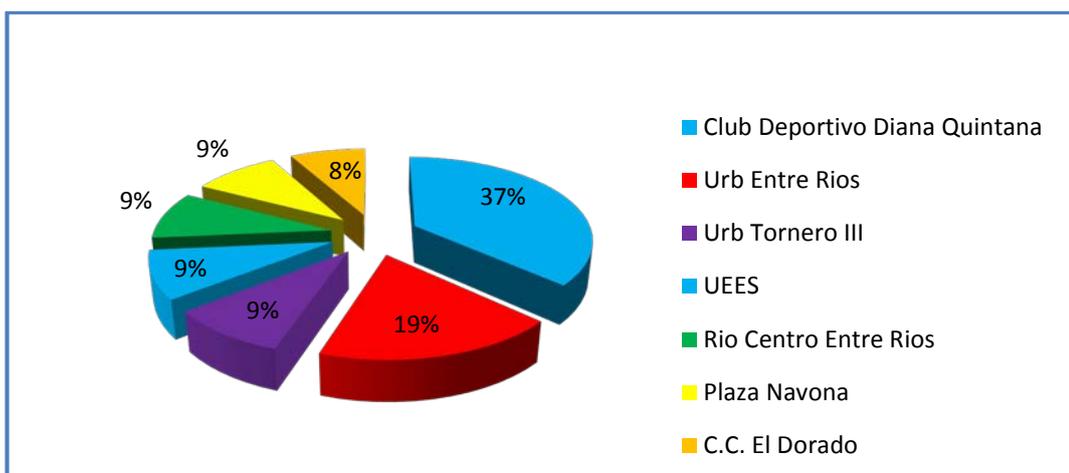
**Análisis:**

Considerando la opinión dada por los 272 encuestados el 19% respondió que el mejor horario para que los adultos mayores puedan asistir a un programa de actividades es a las 8 (ocho) de la mañana, un 15 % nos indica que a las 7 (siete) de la mañana ellos están ya de pie para realizar ejercicios, el 17% en horario de 9 (nueve) de la mañana se les hace más fácil llevarlo a realizar sus actividades, el otro 8% a las 6 (seis) de la tarde ya que están más descansado del trajín diario, en cambio un 12% podrían a las 5 (cinco) de la tarde, el otro 9% restante a las 4 (cuatro) de la tarde después de siesta diaria y el 20% no contesto esta pregunta.

**Pregunta No. 15****Lugar de la Encuesta:**

<b>Tabla 15</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Club Deportivo Diana Quintana	100	37%
Urb. Entre Ríos	50	19%
Urb. Tornero III	25	9%
UEES	25	9%
Rio Centro Entre Ríos	25	9%
Plaza Navona	25	9%
C.C. El Dorado	22	8%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

**Gráfico 15**

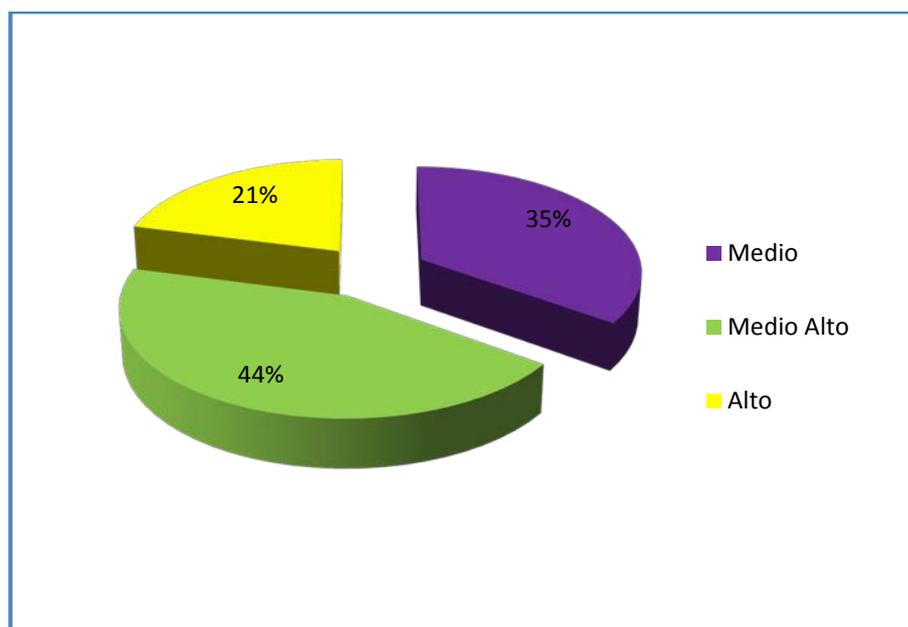
**Fuente: Elaboración Propia**

**Análisis:**

Las 272 encuestas fueron realizadas en siete lugares, que abarca la vía Samborondón y la vía Daule, el 37 % de la encuestas se realizaron en el Club Diana Quintana con los clientes que acuden al gimnasio y la natación, el 19% en los moradores de la Urb. Entre Ríos, el 9% con los moradores de las Urb. Tornero III, gente que acuden a los Centro Comerciales Entre Ríos, Plaza Nova, estudiantes y profesores de la UEES, un 8% en el nuevo Centro Comercial El Condado obteniendo resultados reales para la realización de este proyecto.

**Pregunta No. 16****Nivel socio económico:**

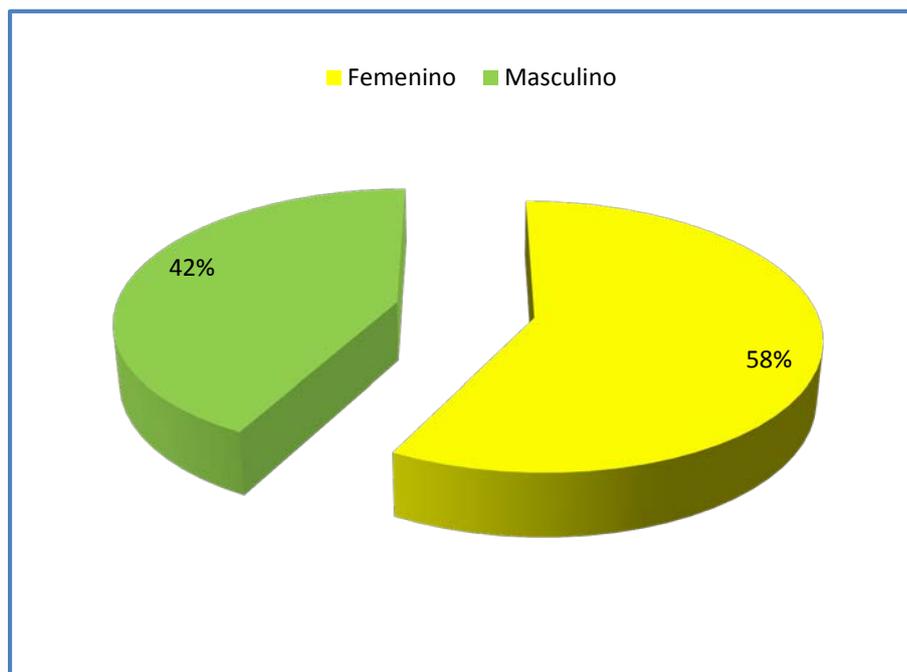
Tabla 16		
CARÁCTER	NÚMERO	PORCENTAJE
Medio	95	35%
Medio Alto	120	44%
Alto	57	21%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: *Elaboración Propia*****Gráfico 16****Fuente: *Elaboración Propia*****Análisis:**

El socio económico de los 272 encuestados fueron las siguientes un 44% tienen una economía alta, el 35% son de clase media, y el 21% tienen un nivel económico medio alto, cuentan con los recursos necesarios para que los adultos mayores puedan asistir a realizar actividad física.

**Pregunta No. 17****Género:**

<b>Tabla 17</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Femenino	157	58%
Masculino	115	42%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

**Fuente: *Elaboración Propia*****Gráfico 17****Fuente: *Elaboración Propia*****Análisis:**

De las 272 encuestas realizadas en los diferentes lugares de La Parroquia La Puntilla y La Aurora el 58% corresponden al género femenino, y un 42% es masculino.

### 3.5.1. Análisis de la información

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron de las 272 encuestas, realizadas en la Parroquia La Puntilla y La Aurora, de las 157 mujeres encuestadas tienen mejor predisposición en responder las encuestas, en cambio los 115 hombres son más reservados en el momento de contestar, el 83% nos indicó que viven con adultos mayores, los mismos que 78 gozan de muy buena y buena salud y 147 no gozan de un buen estado de salud debido a la vida sedentaria que llevaron en la juventud.

Los resultados obtenidos están en relación a la frecuencia del rango de edad, el 35% están entre los 65 a 69 años, comienza aparecer leves lesiones, 23% se encuentran entre los 70 a 74 años, es la edad donde empiezan a tener problemas físicos, un 16% está en el rango de 75 a 79 años, se acentúa el proceso de envejecimiento causando estrés y depresión en ellos y el 9% restante son 80 años en adelante ya comienzan a tener limitaciones físicas por lo cual necesitan un mejor cuidado. Este resultado es evidente que de los 212 encuestados no conocen de un lugar dentro del sector de donde viven de un programa de actividad física para adultos mayores que puedan satisfacer las necesidades de sus familiares y solo 13 personas conocen de un lugar llamado GNMAR que solo es para personas afiliadas y jubiladas del IEES.

En el estudio de mercado encontramos que 130 adultos mayores si realizan una actividad física, las más comunes en ellos son la natación, aquaeróbicos, caminatas, aeróbicos, pilates y bailo-terapia, de los 52 encuestado indicaron que estos los motiva a tener un mejor estado de salud, 40 personas manifestaron que los hacen por rehabilitación y terapia física, mientras el 38 restante de encuestados lo hacen por hobby o por tener una mejor apariencia física.

Mediante un resultado que fue generada por el estudio cuantitativo 213 personas nos indicaron que si les gustaría realizar cualquier tipo de actividad física, para mantenerse activos y gozando de buena salud, los mismo que desearían realizar este tipo de actividades en una institución privada que cuente con todos los servicios desde las instalaciones y maquinas hasta el personal altamente calificado, donde se les realice un chequeo previo y programa de actividad física dirigido a este segmento.

Las personas que fueron tomadas en cuenta en la realización de esta investigación, son de socioeconómico medio (35%), medio-alto (44%) y alto (21%). Dado a que estas personas si tiene el poder adquisitivo para proveer de un programa de actividad física dirigido a adultos mayores y además porque fue reflejado en este estudio de que estarían dispuestos a pagar por el mismo programa un precio entre \$65 a \$85 mensuales.

En virtud de lo antes dicho, se definió el mejor horario donde los adultos mayores se adapten y puedan asistir a realizar estas actividades son; de 07h00 - 10h00 de la mañana, debido a que sus familiares se le hacen mucho más fácil llevarlos hasta las instalaciones, o en horario de 16h00 -17h00 tarde, porque según sus allegados están más activos y descansados para realizar ejercicios.

### 3.5.2. Conclusión

- ❖ En el perímetro urbano de Samborondón existen adultos mayores que actualmente no realizan actividad física dado a los resultados de nuestra investigación no gozan de un buen estado de salud.
- ❖ Dentro del sector de Samborondón no existe una institución privada o pública que realice programas para fomentar la actividad física en los adultos mayores donde puedan trabajar libremente las actividades y los ayude a mejorar la calidad de vida que llevan.
- ❖ Los adultos mayores que asisten al gimnasio no realizan una actividad física apropiada ocasionándole lesiones leves y severas poniendo en riesgo su salud, debido a que los instructores no tienen la formación académica basada en actividades físicas y recreativas para el tratamiento de enfermedades crónicas en adultos mayores.
- ❖ Muchos de las adultos mayores que han asistido a un gimnasio no han recibido los chequeos respectivos para involucrarlos a un plan de ejercicios ya que estos se los realiza mecánicamente, no va de acuerdo a su edad, ni a sus condiciones motoras, que les ayude a prevenir problemas cardiovasculares, mejorar problemas articulares o fracturas óseas.

### 3.5.3. Recomendación

- ❖ El Club Deportivo Diana Quintana cuenta con las instalaciones adecuadas y los implementos necesarios, para la ejecución de un programa donde se pueda incluir o fomentar al adulto mayor a la actividad física, les ayude a mejorar su calidad de vida.
- ❖ Aprovechar los espacios necesarios donde los adultos mayores puedan desarrollar diferentes actividades como natación, aquaeróbicos, pilates, yoga, bailo terapia, circuito funcional, etc., con el fin de mejorar sus habilidades, proporcionando una vida activa y sana que contribuya de manera favorable al desarrollo físico, psicológico y social.
- ❖ Implementar un departamento con un médico especializado en la rama de geriatría para que se le puede realizar un pre-chequeo indicando que tipos de ejercicios son los adecuados para su edad, se pueda evitar las lesiones u otros tipos de enfermedades, además un guía nutricionista que los ayude a mejorar sus hábitos alimenticios y puedan mantener una vida saludable.
- ❖ Contratar al personal capacitado en adultos mayores, donde se los pueda evaluar día a día en su rutina de ejercicios, enseñándoles el manejo correcto del uso de las máquinas, la ejecución correcta de los ejercicios y actividades metodológicas, para que puedan elaborar un plan de ejercicios para cada cliente.
- ❖ Capacitar constantemente a los instructores con el objetivo que sepan planificar programas de ejercicios y dirigir las clases grupales para los adultos mayores que se adapten de acuerdo a su edad y su patología, dándoles la confianza necesaria para que sean nuestros clientes potenciales, así poder brindar un buen servicio.

## CAPÍTULO IV

### 4.1. PROPUESTA

Plan de marketing para el lanzamiento del programa “*Enjoy The Golden Years*” que fomenta la actividad física en el adulto mayor en el Club Deportivo “Diana Quintana”.

#### 4.1.1. Justificación de la propuesta

Con la investigación de mercado que se realizó en la Parroquia La Puntilla y la Aurora del cantón de Samborondón, se identificó que no conocen con exactitud de una institución o gimnasio que realice cualquier tipo de programa de actividad física para el adulto mayor, pero hoy en día las personas mayores necesitan realizar ejercicios por prescripción médica, que muchas veces concurren a los gimnasios que hay en este sector donde realizan una gran variedad de actividades físicas sin saber si son los ejercicios adecuados para su edad, pero estas instituciones no cuentan con el espacio físico, ni los implementos necesarios para este segmento, aún menos con el personal adecuado para que guíe al adulto mayor con una rutina de ejercicios, provocando en ellos las malas experiencias haciendo a un lado el ejercicio, por otro lado tenemos los que nunca han realizado ejercicios produciendo el efecto del sedentarismo en este mercado.

El Club Deportivo “Diana Quintana”, actualmente ofrece una variedad de servicios deportivos dirigido a niños, jóvenes y adultos de La parroquia la Puntilla y La Aurora, en este sector existen entidades que solo está dirigido a un solo segmento de mercado, ofreciendo dos o tres variedades de servicios, ya que no cuentan con un gran infraestructura para brindar otros servicios como lo ofrece esta institución, descuidando en su totalidad al segmento de los adultos mayores porque no se los considera como clientes potenciales, además que deberían acondicionar el lugar y adquirir los implementos necesarios para realizar actividades físicas para este segmento, las instituciones lo ven como una mala inversión por lo que los adultos mayores necesitan de cuidados y de personal capacitado que trabaje con ellos directamente.

En conexión con lo anterior, se produce la oportunidad de realizar un programa para fomentar la actividad física en el adulto mayor en el Club Deportivo “Diana Quintana”, que cuenta con el espacio físico y el implemento necesario para realizar este tipo de programas, contratar al personal capacitado para que las personas sea debidamente atendidos y se brinde un buen servicio creando de este segmento clientes potenciales para el Club.

Con la implementación de estrategia de marketing se pretende incentivar a los adultos mayores a realizar ejercicios que sirva de eje y modelo para concientizar un estilo de vida saludable en la población, y como empresa recibir un reconocimiento por ser una institución que busca el bienestar social, manteniéndose como líderes en el campo deportivo.

#### **4.1.2. Objetivos de la Propuesta**

##### ***4.1.1.1. Objetivo general***

Implementar el programa *Enjoy The Golden Years*, para contribuir a una mejor calidad de vida de los adultos mayores.

##### ***4.1.1.2. Objetivos específicos***

- Elaborar programas de actividades físicas que respondan a los requerimientos de los mayores de 65 años.
- Diseñar paquetes deportivos que estimulen la práctica de diversas actividades físicas en adulto mayores.
- Promover la imagen del club como una institución deportiva que brinda y mantiene el principio de calidad en el servicio.

## 4.2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

### 4.2.1. Análisis Matriz FODA

El club deportivo “Diana Quintana” ha realizado un análisis FODA de (Michael Porter, 2005), tomando en cuenta los factores externos e internos de la institución.

**Cuadro 6: Factores Internos y Externos**

FACTORES INTERNOS	
FORTELEZA (F)	DEBILIDADES (D)
Amplia Infraestructura del Club	Personal sin experiencia en adulto mayor.
Maquinarias e implementos necesarios para la realización de los ejercicios.	No se cuenta con un departamento de nutrición y geriatría.
Trayectoria y prestigio que se ha ganado la institución por más de 10 años.	No existen productos dirigidos al adulto mayor.
Variedad de actividades físicas que brinda el club para niños jóvenes y adulto.	No existe un departamento de marketing para las estrategias de marketing.
FACTORES EXTERNOS	
AMENAZAS (A)	OPORTUNIDADES (O)
Mala percepción de la gente de los servicios que se ofrecen.	Este segmento de mercado está dispuesto a probar nuevas alternativas de servicio.
Mala aceptación del programa para adulto mayor.	Amplia demanda.
Dejar el camino ya trazado para otras empresas que deseen incurrir en este campo.	Flexibilidad para adaptar un nuevo servicio dirigido al adulto mayor.
Implementación de programas para el adulto mayor realizadas por el gobierno.	

**Fuente:** *Elaboración Propia*

### 4.2.2. La Matriz FODA

Al establecer los factores internos y externos del club, se realizó la matriz de FODA de esta manera combinarlas y crear estrategias donde obtendremos las ventajas de nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

**Cuadro 7: Matriz FODA**

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
FACTORES EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplia Infraestructura del Club.</li> <li>2. Maquinarias e implementos necesarios para la realización de los ejercicios.</li> <li>3. Variedad de actividades físicas que brinda el club para niños jóvenes y adulto.</li> <li>4. Trayectoria y prestigio que se ha ganado la institución por más de 10 años.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Personal sin experiencia en adulto mayor.</li> <li>2. No se cuenta con un departamento de nutrición y geriatría.</li> <li>3. No existen productos dirigidos al adulto mayor.</li> <li>4. No existen un departamento de marketing para las estrategias de marketing.</li> </ol>
AMENAZAS (A)	F-A	D-A
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mala percepción de la gente de los servicios que se ofrecen.</li> <li>2. Mala aceptación del programa para adulto mayor.</li> <li>3. Dejar el camino ya trazado para otras empresas que deseen incurrir en este campo.</li> <li>4. Implementación de programas para el adulto mayor realizadas por el gobierno.</li> </ol>	<p>Línea estratégica Defensiva: Intenta aplacar las amenazas aprovechando las fortalezas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplicaremos estrategias de precios en su introducción porque cuenta con la infraestructura y los implementos necesarios.</li> <li>2. Los elementos que posee el Club dará al cliente la seguridad de que está preparado para brindar un excelente servicio.</li> <li>3. Desarrollar estrategias de comunicación para dar a conocer los servicios que se ofrecerá para todas las edades, especialmente los paquetes para adultos mayores.</li> </ol>	<p>Línea estratégica de Supervivencia: Minimizar debilidades y evitar las amenazas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponer del personal adecuado nos permita mejorar la calidad del servicio que se ofrecen.</li> <li>2. Se implementara un departamento de geriatría y nutrición que nos permita una atención oportuna a los adultos mayores.</li> <li>3. Se creará el programa “Enjoy The Golden Years” para adultos mayores ser ejemplo para las demás empresas deportivas.</li> <li>4. Contar con un departamento de Marketing para realizar estrategias de alianzas con empresas o con el gobierno para realizar programas para el adulto mayor.</li> </ol>

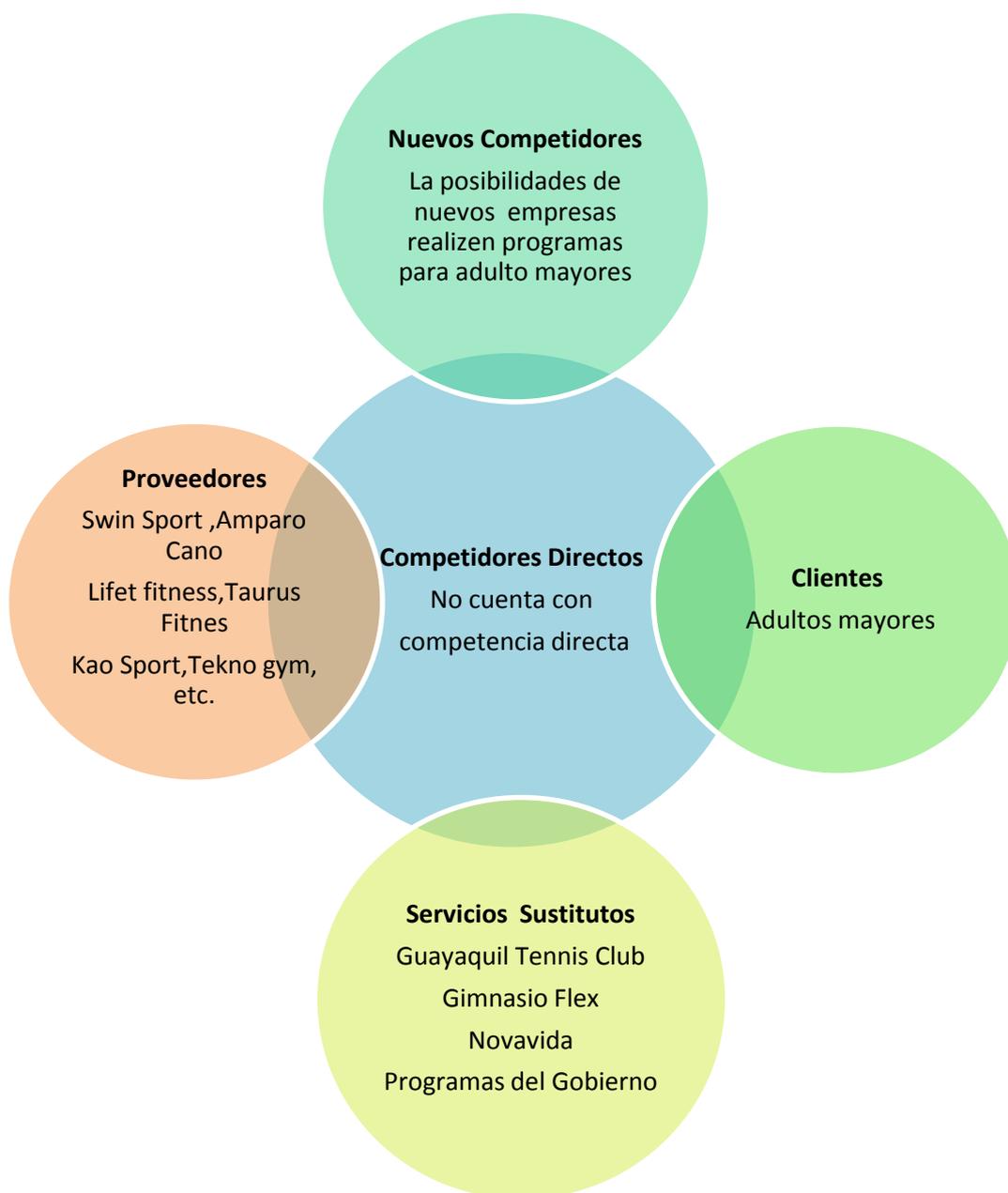
OPORTUNIDADES (O)	F-O	D-O
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Este segmento de mercado está dispuesto a probar nuevas alternativas de servicio.</li> <li>2. Amplia demanda.</li> <li>3. Flexibilidad para adaptar un nuevo servicio dirigido al adulto mayor.</li> <li>4. Un solo competidor en el mercado GNMAR.</li> </ol>	<p>Línea estratégica Ofensiva: Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Club Deportivo “Diana Quintana” al disponer con la infraestructura e implementos necesarios para la realización de ejercicios, permitirá cubrir todos los requerimientos de la demanda.</li> <li>2. Al contar con una trayectoria y prestigio de 10 años se podrá adoptar un nuevo servicio dirigido al adulto mayor poder satisfacer sus necesidades.</li> <li>3. Al tener un solo competidor en el mercado se podrá brindar una variedad de actividades físicas para todos los segmentos en un solo lugar.</li> <li>4. Al adaptar un nuevo servicio al adulto mayor se podrá utilizar la infraestructura y los implementos del Club para brindar un servicio de calidad.</li> </ol>	<p>Línea estratégica de Reorientación: Minimizar debilidades aprovechando las oportunidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Al contratar personal capacitado hará que el nuevo servicio no pueda ser igualado o superado fácilmente de los nuevos competidores que se presentan.</li> <li>2. Al implementar un departamento de nutrición y geriatría para los adultos mayores estará dispuesto a probar las nuevas alternativas de servicio que brindara el club.</li> <li>3. Al adaptar un programa de actividades físicas para adultos mayores de satisfacer la demanda de este segmento.</li> <li>4. Al contar con un departamento de marketing se podrá desarrollar estrategias de publicidad donde se dé a conocer el programa “Enjoy the Golden Years”.</li> </ol>

**Fuente:** *Elaboración Propia*

### 4.3. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MERCADO

En este punto del plan estratégico corresponde describir minuciosamente a los competidores, ¿quiénes son?, ¿dónde están?, ¿qué tamaño tienen? y ¿cuál es su participación en el mercado? para ello se aplica el Análisis (Michael Porter).

**Ilustración 1:** Las Cinco Fuerzas De Mercado



**Fuente:** *Elaboración Propia*

Se utilizara el modelo de las cinco fuerzas competitivas de (Michael Porter), para efectuar un profundo análisis externo del Club Deportivo “Diana Quintana”, que nos ayudara a determinar las posibilidades de nuevos competidores, el poder de la negociación, la adaptabilidad del servicio y las amenazas en el segmento que deseamos ingresar, así poder evaluar los objetivos y los recursos disponibles para enfrentar a la competencia del sector que se encuentra inmerso el club, las detallaremos a continuación.

#### **4.3.1. Amenaza de nuevos competidores.**

La posibilidad de nuevas empresas o instituciones entren a este segmento de mercado con unos servicios similares que realicen diferentes programas de actividades físicas o recreativas para el adulto mayor con precios más bajos en el mercado o convenios con las alcaldías que se vuelvan atractivo para la población, creando una tendencia en el mercado actual satisfaciendo las necesidades de los clientes, creando la existencia de nuevos competidores en el sector de una forma heterogéneo y alternativa.

Otra alternativa que los competidores actuales puedan ofrecer otra variedad servicios y lo adapten a sus instalaciones, ya que existe una escasez de servicios para el adulto mayor, el Club deberá escoger bien sus estrategias de precio, calidad de servicio para posesionarse en el mercado.

Actualmente los competidores potenciales cuidan su espacio, eliminando barreras de entradas, pensando en estas barreras se trabajara en lo siguiente:

- **Excelencia en atención al cliente:** La capacitación constante a su personal de cómo trabajar con el adulto mayor para lograr una atención personalizada y poder fidelizar a nuestros clientes.
- **Diferenciación de servicios:** Se brindará un servicio de calidad con la evaluación quincenal de cada adulto mayor tanto en la parte de las actividades físicas como en la nutrición, y en los instructores estar dispuestos ayudarlos en su rutina diaria con una buena ejecución en cada ejercicio.

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

Los proveedores muchas veces se vuelven una amenaza en el momento de imponer los precios cuando uno depende en su totalidad de ellos para realizar las actividades, reduciendo la calidad del servicio, aún más cuando el producto o servicio que venden tienen pocos sustitutos y es importante para la empresa, también cuando no se es un cliente potencial para el proveedor por la poca demanda que a veces se tiene.

Muchas veces el poder de negociación de los proveedores es relativamente bajo, por la demanda de otros proveedores que pueden abastecer sus productos o servicios a buen precio estos pueden ser de buena o mala calidad, pero el Club cuenta desde hace diez años con sus proveedores Amparo Cano (piscina), Swim Sport (implementos), Life Fitness, Tekno Gym, Taurus Fitness, Kao Sport (maquinarias e implementos), Treaty (publicidad), otros proveedores como suministros de oficina, mobiliarios, equipos informáticos, etc., que son utilizados por la institución.

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

El poder de la negociación de los clientes cuanto estarían dispuestos a pagar al momento de solicitar el servicio, al no tener mucha competencia les puede sonar novedoso e innovador exigiendo un buen precio como introducción en el mercado, por sentir o palpar la calidad del servicio si este les genera una satisfacción en el momento de usarlo.

El club brinda sus diferentes servicios de actividades deportivas a los niños, jóvenes y adultos que habitan en el sector de Samborondón, nuestra oferta es en brindar un servicio de calidad, para los adultos mayores donde se llevara una atención muy personalizada, con debidas indicaciones y chequeos pertinentes, con la finalidad de brindar un excelente servicio y cubrir todas necesidades del mercado.

En la actualidad el club cuenta con más 1000 clientes en los diferentes servicios que brinda, además contamos con una base de datos de los clientes desde el 2009, a los clientes actuales se les envía información vía correo de los acontecimientos del club, como promociones, nuevos servicios, vacacionales, felicitaciones por cumpleaños.

#### 4.3.4. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Los servicios sustitutos pueden ser una amenaza para la empresa siempre y cuando estén sujetos a las tendencias actuales, donde el precio es importante porque pueden reducir el margen de utilidad, entrando muy fácil al mercado aumentando la competencia en este sector.

Nuestros competidores indirectos estarán representados por las empresas que brindan servicios de gimnasia y actividades recreativas entre ellos está:

**HIPER GYM:** Brinda sus servicios de actividades físicas para todas las edades, pero no cuenta con un servicio adicional dirigido al adulto mayor su costo mensual es de \$70 dólares.

**TENNIS CLUB:** Brinda sus servicios a los habitantes de su urbanización que pueden hacer uso del gimnasio, piscina, para todas las edades, pero cuentan con clases de aquaeróbicos para el adulto mayor.

**NOVA VIDA:** Es una institución que brinda sus servicios de actividades recreativas dirigida al adulto mayor su costo es de \$375 dólares mensual.

#### 4.3.5. Competidores Directos

Hoy en día las empresas viven en un mercado competente muy bien posesionadas, que conlleva analizar a nuestra competencia a través de las ventajas competitivas, formulando nuevas estrategias que permitan ser interesantes en el mercado, mientras menos competencia se tenga más atractiva y rentable es para la empresa.

Dentro del parámetro de Samborondón no contamos con una competencia directa, pero en la ciudad de Guayaquil si con GNMAR que pertenece al IESS es exclusivamente para afiliados y jubilados, donde realizan diferentes actividades físicas como bailo terapia, aeróbicos, ejercicios en máquinas, terapias de rehabilitación y cuentan con el personal capacitado en geriatría.

#### 4.3.6. Matriz de las cinco Fuerzas de Porter

Se analiza las cinco fuerzas de Porter del entorno externo de la empresa estudiando su nivel de impacto que puede afectar, donde la calificación de las fuerzas se formula un valor de 1 como Bajo influyendo en lo mínimo al factor con la empresa, el valor 2 y 3 como medio cuando existe una influencia media en la empresa, y con valor 4 y 5 como alto cuando ya influye considerablemente en la empresa.

**Cuadro 8: Matriz Amenazas de Nuevos competidores**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	Alta	Media	Baja
<b>Amenazas de Nuevos competidores</b>			
1. La posibilidad de nuevas empresas entren a este segmento de mercado con un servicio similar de actividades físicas para el adulto mayor.		3	
2. Los costos de los servicios con precios bajos.		3	
3. El servicio que brinda tenga una excelente atención con personal capacitado.		3	
4. Diferenciación de servicio.		3	
<b>Suma</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>3</b>		

**Fuente:** Elaboración Propia

**Cuadro 9: Matriz Poder de negociación con los proveedores**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	Alta	Media	Baja
<b>Poder de negociación con los proveedores</b>			
<b>1.Los productos o servicios del proveedor son escasos.</b>		2	
2.La demanda de otros proveedores que pueden abastecer sus productos o servicios a buen precio estos pueden ser de buena o mala calidad.		2	
<b>Suma</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>2</b>		

**Fuente:** Elaboración Propia

**Cuadro 10: Matriz Poder de negociación con los clientes**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	Alta	Media	Baja
<b>Poder de negociación con los clientes</b>			
1. Los costos del nuevo servicio.			1
2. Los compradores pueden postergar las compras.		3	
3. Los compradores son sensibles al precio.	4		
4. Los compradores están informados sobre la calidad y precios del servicio.		3	
<b>Suma</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>3</b>		

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 11: Matriz Poder de los Sustitutos**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	Alta	Media	Baja
<b>Poder de los Sustitutos</b>			
1. Los servicios sustitutos pueden ser una amenazas para la empresa que están sujeto a tendencias actuales			1
<b>Suma</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro 12: Matriz Competidores directos**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	Alta	Media	Baja
<b>Competidores directos</b>			
1. Las empresas busquen este segmento de mercado del adulto mayor para ampliar su gama de servicio.			1
<b>Suma</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la matriz nos indica con un resultado de 2 que la amenaza es media, influyendo en lo mínimo en la empresa y que el poder de negociación es considerablemente bueno debido a la poca competencia que se tiene en este nicho de mercado que aún no ha sido lo debidamente explotado para crear una variedad de servicios relacionado con la actividad física por falta del espacio e infraestructura que se necesita para atender al adulto mayor.

**Cuadro 13: Matriz de las cinco fuerzas de Porter**

FUERZAS	CALIFICACIÓN		
	ALTA	MEDIA	BAJA
1. Amenazas de Nuevos competidores		3	
2. Poder de negociación con los proveedores		2	
3. Poder de negociación con los clientes		3	
4. Poder de los Sustitutos			1
5. Competidores directos			1
<b>Suma</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		

**Fuente:** Elaboración Propia

De esta manera indicaremos 5 factores positivos y 5 factores negativos para concluir con la matriz de las amenazas de futuras empresas entrantes.

**Cuadro 14: Factores Positivos/Negativos**

Factores Positivos	Factores Negativos
No existe un servicio sustituto que remplace a la actividad física.	Las empresas realicen alianzas con el gobierno para promover la actividad física en las urbanizaciones.
Relación directa con el cliente.	Los gimnasios de este sector brinden un servicio similar.
Se cuenta desde hace diez años con los mismos proveedores.	La mala percepción de los clientes por el servicio que se brinde.
El club cuenta con una variedad de servicios deportivos para diferente segmento.	Los costos de los proveedores suban por los impuestos dados por el gobierno actual.
El club cuenta con una variedad de servicios deportivos para diferente segmento.	Al ser un servicio nuevo no se debe la debida publicidad para llegar a este segmento.

**Fuente:** Elaboración propia

El Club Diana Quintana debe tomar en cuenta los factores negativos y positivos que se puede dar al implementar el servicio de actividad física al adulto mayor, para realizar estrategias de marketing para atraer a este segmento sean clientes potenciales para el club, y seguir siendo los pioneros en el deporte en este sector de Samborondón.

#### 4.4. MARKETING TÁCTICO

Tiene una serie de instrumentos tácticos y contralados de la mercadotecnia que podemos usar en la institución para obtener respuestas del mercado al que nos estamos dirigiendo, por lo cual es indispensable el marketing mix para saber cuáles son nuestras herramientas o variables poder analizar las 4ps.

**Ilustración 2: Marketing Mix**



**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4.4.1. Producto/Servicio**

##### **4.4.1.1. Nombre del Servicio**

ENJOY THE GOLDEN YEARS (Disfruta de los años dorados).

##### **4.4.1.2. Descripción del Servicio**

EL club Deportivo “Diana Quintana” es un lugar apropiado para que los adultos mayores pueden hacer uso del programa “*ENJOY THE GOLDEN YEARS*” que comprende en brindar un servicio con diferentes paquetes de actividades físicas, además ser evaluados por un médico geriátrico y nutricionista, de esta manera brindar a sus clientes la seguridad, confianza y eficiencia en las actividades a realizar con el personal altamente capacitado y calificado, con el que se pretende concientizar la importancia de realizar ejercicios para reducir el riesgo de enfermedades y el sedentarismo, de esta manera posicionarnos aún más en el mercado como una institución con responsabilidad social.

El programa “*ENJOY THE GOLDEN YEARS*” contará con los siguientes servicios:

##### **Medico Geriátrico**

##### **Nutricionista**

##### **Clases en el Agua:**

- Natación
- Aquaeróbicos

##### **Clases Fitness:**

- Aeróbicos
- Spinning
- Bailo terapia
- Pilates
- Circuito Funcional

##### **Ejercicios de Musculación:**

- Ejercicios con máquinas de cardiovascular
- Ejercicios con mancuernas.

Cada programa que se realice es personalizado por lo cual medico geriátrico es el que le indicara cual es el tiempo necesario para realizar la actividad y que ejercicios puede realizar en el momento que lo evalué, ya que no todos los adultos mayores no tienen las mismas condiciones físicas para realizar las mismas rutinas de ejercicios.

#### ***4.4.1.3. Elaboración del programa de actividades físicas que respondan con los requerimientos de los mayores de 65 años.***

Para llevar a cabo la elaboración del programa de actividades físicas se tomara en cuentas las contraindicaciones de cada cliente, se realizara las valoraciones médicas, funcionales y nutricionales que sean necesarias para que sea parte del programa.

Una vez hecha la valoración médica se iniciara con las actividades físicas de lunes a viernes, 15 minutos de calentamiento, 30 minutos diarios de ejercicios estos pueden ser ejercicios de musculación, clases en el agua y fitness, 15 minutos de estiramiento, habrá pacientes que puedan realizar 60 minutos de ejercicios diarios tendrán 10 minutos de descanso esto es de acuerdo a la condición física de los adultos mayores.

Los horarios destacados para adultos mayores que solo pueden hacer una actividad física serán de 8:00 a 8:55 a.m., 9:00 a 9:55 a.m., 17:00 a 17:55 p.m. o de 18:00 a 18:55 p.m.

Los horarios para los adultos mayores que tienen un buen estado físico pueden realizar dos actividades físicas serán de 8:00 a.m. a 9:45 a.m. o de 17:00 a 18:45 p.m.

El lugar donde ejecutaran los ejercicios de musculación será en el área tradicional, área funcional y las máquinas de cardiovasculares con instructores capacitados para este grupo de personas que le indicaran la forma correcta y que tipos de ejercicios pueden realizar.

En las clases de agua se cuenta con una piscina de 15 metros y 25 metros temperada, se darán las clases de aquaeróbicos con mancuernas, pesas de espuma, manoplas de neopreno, tobilleras y cilindros largos de goma espuma, estos materiales ayudaran a la realización de la rutina de ejercicios dentro del agua que ayudara al fortalecimiento y tonificación muscular, clases de natación será de acorde a la necesidad de cada cliente si es por terapia, cardiovascular, fortalecimiento de los músculos.

En las clases de fitness se cuenta con cuatro salas la de spinning, pilates, circuito funcional y la multifuncional donde se realizara las clases de yoga, baile, aeróbicos y zumba contara con la apropiada iluminación y ventilación, estos espacios cuentan con espejos grandes donde los adulto mayores puedan ver constantemente sus movimientos y postura para retroalimentarse visualmente puedan realizar bien los ejercicios y evitar futuras lesiones.

Este programa contendrá etapas que se realizara de la siguiente manera:

- Etapa de Calentamiento: que deberá ser de 15 min. Trabajos grupales combinación con rotación articulares, movilidad, equilibrio y flexibilidad.
- Etapa de ejercicios de musculación: que es 30 min. conforme a la condición física del cliente, ejercicios con poco peso y más repeticiones.
- Etapa de ejercicios en el agua: clases de 30 min. ejercicios de bajo impacto que ayudara a ganar más flexibilidad.
- Etapas de ejercicios Fitness: las clases serán de 30 min. dependiendo su condición física y sus problemas de salud podrán realizar los ejercicios de acorde a sus requerimientos.
- Etapa de Estiramiento: que será de 15 min. Después de haber terminado su rutina realizaran ejercicios para aflojar los músculos que han trabajado.

Solo los especialistas serán los encargados de evaluar e indicar que es lo mejor para cada cliente dependiendo de sus enfermedades no transmisibles que estos tengas, ya que hoy en día la mejor manera de tener un buen estado de salud cardiovascular, físico y mental es a través del ejercicio.

#### ***4.4.1.4. Cronograma del Programa de actividades físicas***

El programa de actividad física del adulto mayor contara en varios grupos de acuerdo a la evaluación que tenga con el médico geriátrico.

### Paquete Oro

Las actividades se realizaran de lunes a viernes, serán evaluados cada semana por los especialistas, contarán con la ayuda de los profesores, la rutina de ejercicios será de acorde a su edad y sus condiciones físicas.

**Precio:** \$80

- Valoración del Medico Geriátrico
- Evaluación Nutricional
- 2 Actividades físicas de acuerdo al diagnóstico medico

**Cuadro 15: Cronograma de las actividades en la Mañana**

<b>HORARIOS DE LA MAÑANA</b>			
<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>8:00 a 8:15</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>8:15 a 8:45</b>	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness
<b>8:45 a 9:00</b>	Descanso	Descanso	Descanso
<b>9:00 a 9:30</b>	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness	Clases en el Agua
<b>9:30 a 9:45</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

**Fuente:** Elaboración propia

**Cuadro 16: Cronograma de las actividades en la Tarde**

<b>HORARIOS DE LA TARDE</b>			
<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>17:00 a 17:15</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>17:15 a 17:45</b>	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness
<b>17:45 a 18:00</b>	Descanso	Descanso	Descanso
<b>18:00 a 18:30</b>	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness	Clases en el Agua
<b>18:30 a 18:45</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

**Fuente:** Elaboración propia

### Paquete Plata

Las actividades se realizarán de lunes a viernes, serán evaluados cada semana por los especialistas, contarán con la ayuda de los profesores, la rutina de ejercicios será de acuerdo a su edad y sus condiciones físicas.

**Precio:** \$ 95

- Valoración del Médico Geriátrico
- Evaluación Nutricional
- 1 Actividades físicas de acuerdo al diagnóstico médico

**Cuadro 17: Cronograma de las actividades en la Mañana**

<b>HORARIOS DE LA MAÑANA</b>			
<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>8:00 a 8:10</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>8:10 a 8:40</b>	Clases Fitness	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación
<b>8:40 a 8:55</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>9:00 a 9:10</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>9:10 a 9:40</b>	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness
<b>9:40 a 9:55</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

**Fuente:** Elaboración propia

**Cuadro 18: Cronograma de las actividades en la Tarde**

<b>HORARIOS DE LA TARDE</b>			
<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>17:00 a 17:10</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>17:10 a 17:40</b>	Clases Fitness	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación
<b>17:40 a 17:55</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

<b>HORARIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>18:00 a 18:10</b>	Calentamiento	Calentamiento	Calentamiento
<b>18:10 a 18:40</b>	Clases en el Agua	Ejercicios de Musculación	Clases Fitness
<b>18:40 a 18:55</b>	Estiramiento	Estiramiento	Estiramiento

**Fuente:** Elaboración propia

#### ***4.4.1.5. Detalles del Servicio que se brindara***

##### **Nutricionista:**

Se evaluara el estado de nutrición de cada adulto mayor, para así diseñar y prescribir los diferentes planes alimenticios para cada cliente, con el fin de mejorar sus en sus hábitos alimenticios, obteniendo resultados como: prevención de enfermedades, sobrepeso, dolores articulares, etc.

##### **Médico - Geriatra:**

Atenderá las necesidades de los adultos mayores, realizando los chequeos médicos pertinentes, de acorde a esto diagnosticara que ejercicios son los indicados para cada usuario, y el tiempo adecuado para cada ejercicio, cual es el programa de actividades puede recibir en clases grupales o individuales. También se dictara charlas a los usuarios y familiares de cómo prevenir enfermedades propias de la edad del adulto mayor.

##### **Entrenadores de musculación**

Los instructores de pesas y cardiovascular, realizaran el seguimiento oportuno y la evaluación de los programas de ejercicio que los clientes realicen, para la prevención de lesiones que puedan aparecer por la mala ejecución de los mismos.

##### **Profesores Fitness**

Se desarrollara diferentes clases de aeróbicos, baile, yoga, pilates, zumba, circuitos, etc., podrán tomar las clases de acuerdo a las condiciones físicas de cada cliente, estos ejercicios ayudar a mejorar la movilización corporal, coordinación, equilibrio, integración emocional y relacional.

##### **Profesores de Natación**

Los profesores realizaran ejercicios en el agua de acuerdo al problema de salud que estos tengas ya que la natación es un ejercicio de bajo impacto se lo usa en lo general rehabilitación, fortalecimiento de los músculos, bajar de peso, problemas cardiacos, etc.

#### ***4.4.1.6. Características generales del Producto***

La introducción de este servicio tiene como objetivo satisfacer las necesidades de cada cliente.

##### **Intangibilidad:**

El programa “Enjoy the Golden Years” será un servicio intangible por la razón que no se lo puede ver ni tocar en el momento de la compra, una vez que comience hacer uso del programa de actividades físicas es donde se puede comprobar la calidad del servicio que se brindara en el club.

##### **Relación con los clientes:**

La calidad del servicio que se brindara puede variar según la percepción de cada cliente, ya que el servicio es consumido en el momento en que hace uso del paquete de actividades físicas, es cuando los clientes tomaran la decisión si continúan o no.

##### **Inseparabilidad:**

El servicio que ofrecen en el club viene cogido de la mano del desempeño de cada uno de sus empleados ya que son la parte fundamental del mismo, de esto depende la permanencia de los clientes en la Institución.

##### **Perecederos:**

Cuando se vende un servicio no se puede almacenar para poder hacer uso después, el consumo de este debe ser inmediato después de la compra, ya que tiene su fecha de vencimiento de un mes. Nuestro servicio no cuenta como un producto perecedero.

##### **Variabilidad:**

El programa para el adulto mayor tendrá variabilidad, ya que cuenta con diferentes actividades diarias, dependiendo la condición física de cada cliente, el mismo que se pronosticará con un chequeo al cliente de manera personalizada.

#### **4.4.1.7. La Marca**

Se toma el nombre de Club Deportivo **Diana Quintana** en honor a la dueña de la Institución la Sra. Diana Quintana de Wuth (+), gracias a su trayectoria y logros como nadadora a nivel nacional e internacional.

#### **Ilustración 3: La Marca**

## Club Deportivo **Diana Quintana**

**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

#### **4.4.1.8. Logo**

Para la creación del logo se tomó la Q de Quintana ya que la institución está a cargo de Don Omar Quintana e hijas, su color representativo es el rojo, el slogan lleva el mismo color de la Q, el nombre de la marca de color azul y el nombre del programa Enjoy The Golden Years de color anaranjado.

#### **Ilustración 4: Logotipo**



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

#### **Azul:**

El color azul representa a la natación sinónimo de salud tanto a nivel físico como psíquico, transmitiendo un mensaje de confianza y responsabilidad.

#### **Rojo:**

La Q tiene el color rojo porque representa la energía física de los deportistas, la fuerza que dan en cada entrenamiento, y la pasión que entregan en cada competencia. Se tomó el rojo también para las letras del slogan.

### **Anaranjado:**

Se escogió el color anaranjado para el nombre del programa por que se asocia con la pasión que le ponemos a la vida, a la familia, y así mismo refleja la energía que poseen para realizar diferentes actividades.

#### **4.4.1.9. SLOGAN**

El eslogan está basado en mejorar la calidad de vida de los adultos mayores a través del programa de actividad física que se llamara “Enjoy the Golden Years” que se implementara en el Club Deportivo Diana Quintana, el mismo el que se traduce “Disfruta de los años dorados”, porque no hay límites de edades para mejorar tu calidad de vida.

### **Ilustración 5: Slogan** **Enjoy The Golden Years**



**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4.4.1.9. Estrategia de Posicionamiento**

##### **Posicionamiento por atributo**

La estrategia de posicionamiento que utilizaremos será en situación a los atributos empleados para este nuevo servicio, tales como de brindar un servicio eficiente y confiabilidad. Por lo que el Club Deportivo Diana Quintana implementara el personal capacitado y necesario (nutricionista, médico geriátrico e instructores) para brindar un servicio con estándares de calidad y exclusividad.

A continuación se detallara la matriz de atributos/beneficios con la idea de satisfacer a cada uno de nuestros clientes con el programa “Enjoy The Golden Years”.

**Cuadro 19: Matriz Atributos/Beneficios**

<b>ATRIBUTOS</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>NECESIDAD/DESEO</b>
<b>SERVICIO</b>		
Personal altamente calificado	Atención Personalizada	Recibir la atención personalizada de una manera oportuna satisfaciendo las necesidades de cada cliente.
Actividades Físicas	Salud, Prevención de enfermedades	Contar con una variedad de actividades físicas tienen mucho elementos, que están relacionado con la salud; clases en el agua, clases de fitness, ejercicios de musculación.
<b>ESTRUCTURA</b>		
Departamento Médico/Nutrición	Utilización de los servicios.	El mantenimiento de la salud integral de los adultos mayores, en su estado físico, mental y social.
Salas Diversificadas	Comodidad	Estar en un lugar que cuenta con diferentes áreas como la sala de aeróbicos, spinning, pilates, yoga, piscina, circuito, que puede realizar su rutina de ejercicios, teniendo un ambiente agradable para la ejecución del mismo.
Maquinarias e implementos.	Equipos en buen estado.	Contar con equipos nuevos y en buen estado para la realización de los ejercicios, el adulto mayor podrá estar tranquilo en el momento de usarlos.

**Fuente:** Elaboración Propia

#### 4.4.2. PRECIO

De acuerdo al análisis realizado en el presupuesto financiero del proyecto “Implementación de estrategias de marketing para fomentar la actividad física del adulto mayor”, se decidió que los precios para asignar los paquete parte del costo unitario del servicio paquete oro de \$55.10 y el plata de \$56.19 considerando también el estudio de mercado que se realizó los precios del paquete de plata estará \$95 mensual, y el paquete de oro \$80 mensual tomando en cuenta la calidad del servicios que recibirán al momento de hacer uso del mismo, ya que este segmento de mercado necesita de la debida atención del parte del personal de natación, fitness, musculación para la ejecución de los ejercicio del debido mantenimiento de las instalaciones y una debida evaluación por el médico geriátrico y el nutricionista antes de iniciar el programa de ejercicios para saber en qué estado físico se encuentran para el uso del mismo.

El cliente podrá hacer su pago por paquete de la siguiente manera:

- Efectivo
- Tarjeta Crédito
- Tarjeta de debito
- Cheque

##### 4.4.2.1. Precios de la competencia indirecta

La institución nova vida ubicada en la urbanización la Puntilla tiene como servicio de actividades recreativas para adulto mayor.

**Cuadro 20: Precios Nova Vida**

Horarios	Paquete	Precios	Actividades
9:00 a 12:00am	3 veces a la semana	\$325	Costura, Cocina, Baile, Teatro, Religión, Pintura.
9:00 a 12:00am	2 veces a la semana	\$175	Costura, Cocina, Baile, Teatro, Religión, Pintura.

**Fuente:** Nova Vida

#### 4.4.3. Plaza

Es lugar donde se ofrecerá nuestro programa de actividad física “Enjoy The Golden Years” en el km 2.5 Vía Samborondón Urb. Tornero III Mz. I SI. 19, que abarca todas las urbanizaciones de la Vía Daule, Vía Samborondón, Vía Salitre.

A continuación presentamos una foto de la instalación donde se enumeran ciertas áreas que tiene el club:

1. Centro comercial
2. Pista de patinaje,
3. Edificio principal planta baja recepción y baños, primer piso oficinas de alquiler, segundo piso el gimnasio, tercer piso oficinas del club
4. Pista de atletismo
5. Cancha de futbol
6. Cafetería y sala de karate
7. Piscina de 15 y 25 metros
8. Centro de desarrollo infantil
9. Piscina de 50 metros.

**Ilustración 6:** Vista panorámica de las instalaciones del club



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

#### **4.4.3.1 Canal de Ventas**

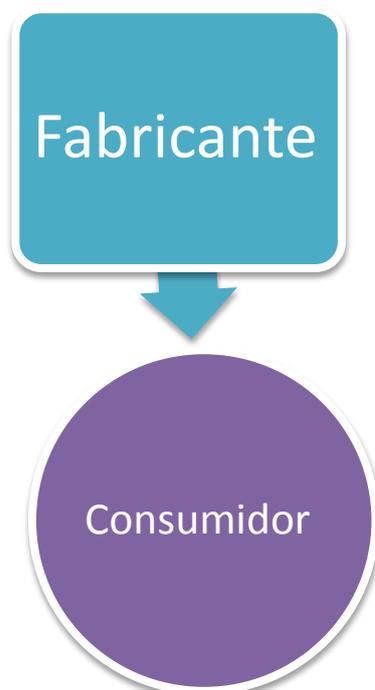
El lugar de venta será en el Club en contacto presencial, vía telefónica con el cliente, vía correo electrónico, por parte del Área de Atención al Cliente.

#### **4.4.3.2. Estrategia de Pull**

##### **EXCLUSIVA: Fabricante \_ consumidor**

La institución usará el canal de Distribución Exclusiva de tal manera que no necesitaremos intermediarios, los clientes que necesiten del servicio se acercarán a las instalaciones a pedir información o solicitarán la información vía telefónica el pago lo harán directamente en el Club Deportivo Diana Quintana.

**Ilustración 7:** Distribución Exclusiva



**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4.4.4. Promoción**

La promoción que realizaremos será para incentivar a los clientes y de esta manera tomen la decisión de ser parte de este nuevo programa, por lo que hemos usado una promoción que neutralice en el cliente y estimule a su compra.

##### **4.4.4.1. Estrategia de ventas**

###### **Promoción:**

Se llevará a cabo una promoción de introducción, para lo cual se ofrecerá el 2 x 1, para las personas que hayan obtenido un cupón a través del diario Viva Samborondón o las personas que se hayan informado por medio de las redes sociales del Club.

###### **Descuentos:**

Se dará el 10% descuento a los clientes que tengan un familiar este puede ser esposo (a), hijos o hermanos que estén haciendo uso de los diferentes servicios que brinda el club, también se realizara el 15% de descuento en fechas especiales como: el 1 de octubre que se celebra el día internacional del adulto mayor, el 7 de abril el día mundial de la salud y el día mundial de la actividad física.

###### **Eventos:**

Se realizara diferentes eventos en las fechas antes citadas para promover la venta con la finalidad que disfruten y aprovechen la promoción, se realizara concursos en las diferentes áreas natación, fitness, cardiovascular, y una degustación a base de frutas frescas, yogurt light, granola, enrollados de pollo, sanduche de atún en agua, agua, bebidas hidratantes.

###### **Alianzas:**

Se realizara alianzas estratégicas con diferentes empresas para el auspicio en los diferentes eventos, con las empresas actuales que se tiene convenios como Claro, Gatorade, Tv Cable, Banco Bolivariano, Esperanza Ferrá Soto se obtendrá los premios para los diferentes como camisetas, toma todo, toallas, bolsos sport, gorras, agua, gatorade en frasco y en polvo, etc.

#### **4.4.4.2. Táctica de Promoción**

Se adicionará el nuevo servicio en las redes sociales que ya posee la empresa; Facebook e Instagram, de tal manera que se llegue al cliente de manera rápida sencilla y eficaz.

#### **4.4.4.3. Marketing Directo**

Se llevara a cabo la comunicación continua y directa con los clientes cuya finalidad principal será el de obtener sugerencias sobre el servicio que se le brindara, la cual permitirá realizar debidas correcciones para brindar un mejor servicios a los adultos mayores.

#### **4.4.5 Publicidad**

La publicidad se hará por medio del volantes, insertos en revistas o periódicos, trípticos, ofreciendo a la gente información sobre el programa que se dará en el club para adultos mayores.

##### **4.4.5.1. Estrategia Publicitaria Directa**

###### **Periódicos:**

La publicidad del programa se realizara en el periódico Viva Samborondón, ya que este medio escrito no está a la venta se lo entrega gratis a los residentes de las urbanizaciones de este sector. La publicidad en este medio será permanente se utilizara para informar los diferentes promociones, eventos que se realizara en el club.

###### **Revistas:**

Se realizara inserto en la revista Hogar por medio de canje con el Club, actualmente se realizan ciertos canjee con la revista. Básicamente en la volante ira la información en breve rasgos del servicio que se dará.

###### **Volantes:**

Se realizaran volantes para la entrega en las urbanizaciones de la Parroquia La Puntilla y La Aurora, trípticos que este detallado el programa de las actividades físicas serán distribuidas a la personas que entren al club a pedir información, los afiches se los pondrá en lugares visibles del Club y en locales comerciales de alquiler que tiene el club y con las empresas que tiene convenios.

Ilustración 8: Volante

**Enjoy The Golden Years**

**Club Deportivo Diana Quintana**

**Mejora tu calidad de vida**

**ACTIVIDADES FÍSICAS  
PARA EL ADULTO MAYOR**

De 65 años en adelante  
**¡Inscripciones abiertas!**

Ejercicios en el agua  
Ejercicios de Musculación  
Clases Fitness  
**Horarios a su elección**

**CLUB DEPORTIVO DIANA QUINTANA**  
Km. 2.5 Vía Samborondón Urb. Tornero III (Entrando por la parrillada del Ñato)  
Teléfono: 2832661 – 2832785 – info@cddq.com.ec

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 9: Tríptico Parte externa

<p>Programa <b>Enjoy The Golden</b></p> <p><b>ACTIVIDADES FÍSICAS PARA EL ADULTO MAYOR</b></p> <p>De 65 años en adelante <b>¡Inscripciones abiertas!</b></p> <p>Ejercicios en el agua Ejercicios de Musculación Clases Fitness</p> <p><b>Horarios a su elección</b></p> 	 <p><i>Club Deportivo Diana Quintana</i></p> <p>Km. 2.5 vía Samborombón, urbanización Tornado III (entrando por la parrillada del ñato)</p> <p>Teléfono: 2832785- 2832661 info@cddq.com.ec</p>	<p><b>Enjoy the Golden Years</b></p>  <p><b>Mejora tu calidad de vida</b></p> <p><i>Ven y disfruta tus mejores años con el programa de actividades físicas</i></p>
---	---	---

Fuente: Elaboración Propia

**Ilustración 10:** Trópicos Parte Interna



### **Programa Enjoy The Golden Years**

EL club Deportivo "Diana Quintana" es un lugar apropiado para que los adultos mayores puedan hacer uso del programa "ENJOY THE GOLDEN YEARS" que comprende en brindar un servicio con diferentes paquetes de actividades físicas, además ser evaluados por un médico geriátrico y nutricionista, de esta manera brindar a sus clientes la seguridad, confianza y eficiencia en las actividades a realizar con el personal altamente capacitado y calificado, con el que se pretende concientizar la importancia de realizar ejercicios para reducir el riesgo de enfermedades y el sedentarismo, de esta manera posicionarnos aún más en el mercado como una institución con responsabilidad social.

### **Enjoy The Golden Years**

El programa "ENJOY THE GOLDEN YEARS" contará con los siguientes servicios:

- Medico Geriátrico
- Nutricionista
- Clases en el agua
  - Natación
  - Aquaeróbic
- Clases Fitness
  - Aeróbicos
  - Spinning
  - Bailo terapia
  - Pilates
  - Circuito Funcional
- Ejercicios de Musculación
  - Ejercicios con maquinas
  - Ejercicios con mancuernas

### **Cronograma del programa**

El programa de actividad física del adulto mayor contará en varios grupos de acuerdo a la evaluación que tenga con el geriátrico.

**Paquete de Oro**  
**Precio: \$ 80**  
 Valoración del Médico Geriátrico  
 Evaluación Nutricional  
 Rutina de ejercicios

**Paquete Plata**  
**Precio: \$ 95**  
 Valoración del Médico Geriátrico  
 Evaluación Nutricional  
 Rutina de ejercicios



**Fuente:** Elaboración Propia

### Página WEB de Internet:

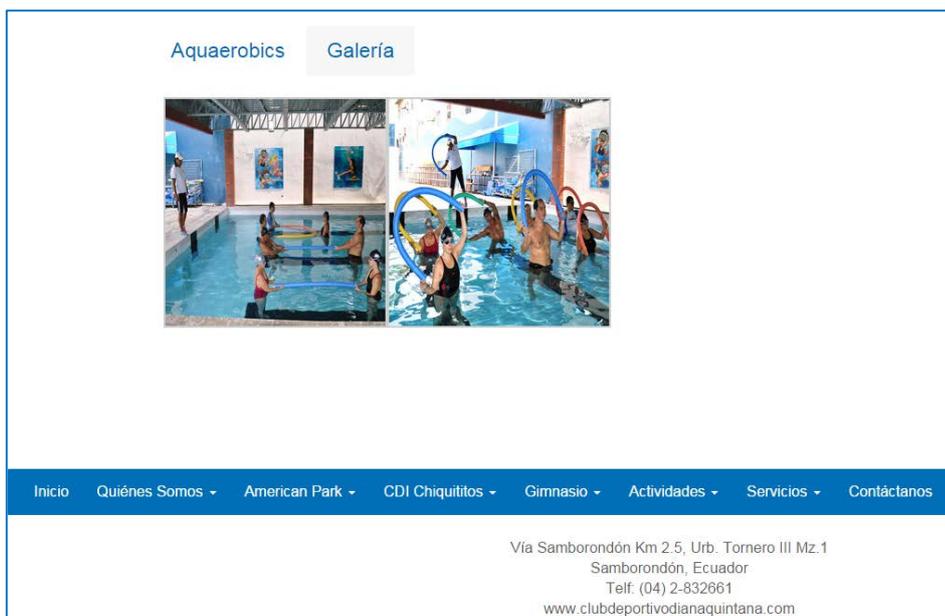
Mediante la página Web que tiene el club, se brindara la información necesaria acerca de los servicios que ofrece la institución, se encontrara también la historia misión, visión, logros obtenidos por el equipo de competencia del club, lugar de localización, medios de contactos para atender consultas o inquietudes de los clientes, publicación de promociones entre otros.

**Ilustración 11:** Página WEB



Fuentes: <http://cddq.com.ec/nuestros-logros/>

**Ilustración 12:** Página WEB



Fuentes: <http://cddq.com.ec/nuestros-logros/>

#### 4.4.5.2. Presupuesto del Plan de Medios

Detallaremos a continuación los costos de la publicidad para el programa “Enjoy The Golden Years”.

#### Publicidad en medios

Se hará publicidad en Viva Samborondón en 3 fechas diferentes dentro del mismo mes se lo publicara en la última hoja en la parte inferior del mismo, cada 4 meses se hará la publicidad en este medio.

Viva Samborondón pertenece al diario El Universo, presentamos la siguiente proforma con valores reales del costo de la publicación.

#### Proforma 1: El Universo

Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Precio Total
1.0000	VIVA SAMBORONDÓN Sección Viva Samborondón Pagina Indeterminada Full-Color-Comercial VS22colx14.02cm Para tres fechas	Título: Diana Quintana	654.00	163.50	490.50
<b>Subtotal sin impuestos</b>					490.50
<b>Total Descuento</b>					163.50
<b>Valor Total</b>					<b>549.36</b>

**Fuente:** El Universo

## Publicidad en General

Las volantes y los trípticos se entregaran en la recepción del club para poder dar la información deseada al cliente, se repartirá en el sector de La puntilla y La Aurora las volantes las 3 primeras semanas del lanzamiento los días lunes, miércoles y viernes en horario de 4pm a 6pm. Los afiches se los pegara en los locales comerciales del Club, en la iglesia Santa Marianita y el Super Market Nelson.

La siguiente proforma son datos reales de la empresa Grafica Stilingraf S.A. que viene trabajando años con el club como proveedor.

### Proforma 2: Grafica Stilingraf S.A.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO
<b>2.000</b>	VOLANTES -IMPRESAS A FULL COLOR TAMAÑO 14.85x21 EN PAPEL COUCHE DE 115 GRS IMPRESION SOLO TIRO	\$140.00
<b>500</b>	TRIPTICOS -IMPRESOS A FULL COLOR TAMAÑO INEN-EN PAPEL BOND DE 90 GRS.	\$ 80.00
<b>25</b>	AFICHES IMPRESOS A FULL COLOR TAMAÑO 25 X 40 -EN CARTULINA PLEGABLE # 12	\$ 40.00
<b>Subtotal</b>		\$ 260.00
<b>Valor IVA 12%</b>		\$ 31.20
<b>Total</b>		\$ 291.20

Fuente: INDUSTRIA GRÁFICA STILINDGRAF S.A.

#### 4.4.6. Presupuesto del Plan de Marketing

Para desarrollar las estrategias y tácticas, se requiere asignar el siguiente presupuesto:

**Cuadro 21: Presupuesto del Plan de Marketing**

Actividades	Tiempo	Fecha Inicio	Fecha Fin	Costo	Recursos	Responsable
<b>a) Comunicación</b>						
<b>Acciones en Internet</b>						
Creación página Web	1 MES	07/07/2015	07/08/2015	\$ 1,500.00	Financiero Técnico	Interbast
Administración de Redes sociales	12 meses	15/08/2015	15/08/2016	\$ 0.00	Humano	Depto. Marketing
<b>Eventos</b>						
Lanzamiento del programa	15 días	01/09/2015	15/09/2015	\$ 2,000.00	Financiero Técnico Humano	Depto. Marketing
<b>b) Publicidad</b>						
Anuncio en Viva Samborondón	3 anuncios	05/09/2015 12/09/2015 19/09/2015	05/09/2015 12/09/2015 19/09/2015	\$ 549.36	Humano Financiero	Depto. Marketing
Volantes, trípticos y afiches	12 meses	05/09/2015	05/09/2015	\$ 291.20	Humano Financiero	Depto. Marketing
Distribución de las volantes en las urbanizaciones y lugares estratégicos	1 semana	05/09/2015	12/09/2015	\$ 200.00	Humano Financiero	Depto. Marketing
<b>c) Servicio</b>						
Capacitación al personal	1 semana	24/08/2015	28/08/2015	\$ 3,800.00	Humano	Depto. Marketing
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 8,140.56</b>		

**Fuente:** Elaboración propia

## **4.5. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **4.5.1. Análisis de oferta**

La oferta de los servicios de actividad física para el adulto mayor se identifica por elementos claves como: exclusividad, profesionalismo y atención personalizada.

En la actualidad no existen instituciones que brinden paquetes para el adulto mayor para fomentar la actividad física en ellos, pero existen instituciones que ofrecen paquetes de actividades recreativas, por lo que el Club siendo una institución visionaria ha encontrado la alta demanda de ofrecer otro tipo de actividades dentro del paramento urbanístico del Cantón Samborondón.

Por lo tanto las organizaciones actuales, no explotan totalmente este segmento de mercado en este cantón, debido a que no cuentan con la iniciativa, muchas veces recurso e incluso el personal necesario.

Por medio de un análisis y diagnóstico situacional del entorno, se dedujo que la mayor parte de las instituciones que actualmente brindas paquetes de actividades recreativas dentro de este segmento no han encontrado la oportunidad en este modelo de negocio, debido a que no tienen ningún tipo de experiencia en actividades deportivas pero la oferta de este programa si será positivo.

### **4.5.2. Análisis de demanda**

El principal segmento que generara demanda en este servicio será el segmento de mercado del adulto mayor que corresponde de personas mayores de 65 años de edad en adelante.

En conexión a lo anterior los factores que caracterizan a la demanda serán la seguridad del servicio, la atención del servicio personalizado y la capacitación continua de sus empleados para brindar un servicio de calidad y llene las expectativas de los clientes. Por lo tanto la demanda requiere de inteligencia competitiva continua.

## 4.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Analizaremos los factores de la segmentación, nos permita deducir las características personales del adulto mayor, poder identificar las variables que nos serán útiles para predecir el modo de compra y el uso del servicio que se ofrece.

### 4.6.1. Segmentación Geográfico

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Cantón:** Samborondón

**Parroquia:** La Puntilla y La Aurora

Nuestra atención primordial es para los habitantes del cantón Samborondón, por la ubicación dada del Club en la vía Samborondón km 2.5 que abarca a todas las urbanizaciones de la Vía la Samborondón, Daule, y Salitre.

### 4.6.2. Segmentación Demográfico

**Sexo:** Masculino y Femenino

**Edad:** 65 años en adelante

**Nivel Educativo:** Indefinido

**Clase Social:** Medio, Medio alto y alto

Esta segmentación no es utilizada con mucha frecuencia por los pocos servicios que se le brinda en el sector, y está enfocada a personas con ingresos económico relevantes.

### 4.6.3. Segmentación Psicológico

**Estilo de Vida:** Conservadores, modernos.

**Personalidad:** Egocéntricos, autoritarios, dependientes, defensivos, pasivos, etc.

**Actitudes:** Pueden ser acerca de ellos mismo, la familia, la sociedad, etc.

**Preferencias:** Cuidado personal, recreación

Conocer los atributos relacionados con la conducta, pensamiento, creencias o costumbres de su vida cotidiana, son los perfiles que nos pueden demostrar que los motiva hacer uso del servicio que se le está ofreciendo.

## 4.7. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivo principal poder determinar la cuantía de las inversiones que se requerirán en el proyecto.

### 4.7.1. Presupuesto Inversión Inicial

Para iniciar con la implementación del programa de actividades físicas en el Club Quintana, será necesario realizar una inversión de \$61317.36 dólares, se tomara en cuenta los cuatro primeros meses del capital de trabajo de \$57896.01, los cuales se detallaran de la siguiente manera:

**Cuadro 22: Inversión Inicial**

<b>INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO</b>	
Inversión en Activos Fijos	\$ 3,421.35
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 19,298.67
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>\$ 22,720.02</b>

**Fuente:** Elaboración Propia

### 4.7.2. Financiamiento

La distribución del financiamiento será del 50% aporte propio por su presidente Sr. Omar Quintana y el otro 50% se hará un préstamo al Banco Bolivariano, el mismo que nos permite financiar el proyecto.

**Cuadro 23: Financiamiento**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>22720.02</b>	<b>100%</b>
Financiamiento	11360.01	50%
Aporte Propio	11360.01	50%

**Fuente:** Elaboración Propia

#### 4.7.2.1. Tabla de Amortización del Préstamo

Las condiciones del crédito son:

**Cuadro 24: Condiciones del Crédito**

<b>Condiciones del Préstamo</b>	
Capital	\$ 11,360.01
Tasa d Interés Anual	8.92%
Periodicidad de pagos (meses)	24
Fecha de Préstamo	01/01/2016
Intereses del Préstamo	\$ 1,085.48
Cuota mensual	\$ 522.78
Seguro	\$ 101.28
Contribución de Atención al Cáncer	\$ 56.80

**Fuente:** Banco Bolivariano

**Cuadro 25: Tabla de Amortización**

<b>Préstamo en el Banco Bolivariano</b>					
<b>Sistema de Amortización:</b>	Francés	<b>Tipo de Tabla:</b>	Reajutable Trimestral		
<b>Monto a Financiar:</b>	\$ 11,360.01				
<b>Plazo (años):</b>	2	<b>Periodicidad de pago (meses):</b>	24		
<b>Tasa Nominal Anual:</b>	8.92%	<b>Tasa Efectiva Anual:</b>	9.33%		
<b>Contribución Atención Inetg. Cáncer:</b>	\$ 56.80	<b>Tasa Anual del costo del Crédito:</b>	10.72%		
<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>					
No.	Abono capital	Interés	Seguro	Dividendo:	Saldo a Capital
0					<b>11360.01</b>
1	\$ 434.12	\$ 84.44	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 10,925.89
2	\$ 437.35	\$ 81.22	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 10,488.54
3	\$ 440.60	\$ 77.96	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 10,047.94
4	\$ 443.87	\$ 74.69	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 9,604.07
5	\$ 447.17	\$ 71.39	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 9,156.90
6	\$ 450.50	\$ 68.07	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 8,706.40
7	\$ 453.84	\$ 64.72	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 8,252.56
8	\$ 457.22	\$ 61.34	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 7,795.34
9	\$ 460.62	\$ 57.95	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 7,334.73
10	\$ 464.04	\$ 54.52	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 6,870.69
11	\$ 467.49	\$ 51.07	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 6,403.20
12	\$ 470.97	\$ 47.60	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 5,932.23
13	\$ 474.47	\$ 44.10	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 5,457.77
14	\$ 477.99	\$ 40.57	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 4,979.78
15	\$ 481.55	\$ 37.02	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 4,498.23
16	\$ 485.13	\$ 33.44	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 4,013.11
17	\$ 488.73	\$ 29.83	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 3,524.38
18	\$ 492.36	\$ 26.20	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 3,032.02
19	\$ 496.02	\$ 22.54	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 2,536.00
20	\$ 499.71	\$ 18.85	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 2,036.28
21	\$ 503.43	\$ 15.14	\$ 4.22	\$ 522.79	\$ 1,532.85
22	\$ 507.17	\$ 11.39	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 1,025.68
23	\$ 510.94	\$ 7.62	\$ 4.22	\$ 522.78	\$ 514.74
24	\$ 514.74	\$ 3.83	\$ 4.22	\$ 522.79	\$ 0.00
<b>Totales</b>	<b>\$ 11,360.01</b>	<b>\$ 1,085.48</b>	<b>\$ 101.28</b>	<b>\$ 12,546.77</b>	

**Fuente:** Elaboración Propia

**Cuadro 26:** Amortización de la deuda anual

<b>AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA ANUAL</b>			
<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>Totales</b>
Pagos por Amortización	\$ 5,427.78	\$ 5,932.23	\$ 11,360.01
Pago por Intereses	\$ 794.97	\$ 290.52	\$ 1,085.48
Servicio de Deuda	\$ 6,273.38	\$ 6,273.39	\$ 12,546.77
Servicio del Seguro	\$ 50.64	\$ 50.64	\$ 101.28

**Fuente:** Elaboración Propia

#### 4.7.3. Capital De Trabajo

Se contara con un grupo de colaboradores para llevar a cabo las actividades físicas en el Club Diana Quintana son los siguientes horarios:

<b>Cantidad</b>	<b>Personal</b>	<b>Horarios</b>		<b>Días</b>
		<b>Mañana</b>	<b>Tarde</b>	
1	Medico geriátrico	8am a 10 am	5pm a 7pm	lunes y miércoles
1	Nutricionista	8am a 10 am	5pm a 7pm	martes y jueves
2	Profesor de natación	8am a 10 am	5pm a 7pm	lunes a viernes
3	Instructores	8am a 10 am	5pm a 7pm	lunes a viernes
3	Profesor de fitness	8am a 10 am	5pm a 7pm	lunes a viernes

Este equipo de trabajo contara con el seguro social y todos los beneficios de ley.

**Cuadro 27:** Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					<b>Distribución por paquete</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Total Provisiones</b>	<b>Total a Pagar Anual</b>	<b>Paquete Oro 50%</b>	<b>Paquete Plata 50%</b>
1	Medico Geriátrico	\$ 300.00	\$ 1,505.40	\$ 5,105.40	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70
1	Nutricionista	\$ 300.00	\$ 1,505.40	\$ 5,105.40	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70
1	Profesores De Natación	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 2,980.33	\$ 2,980.33
1	Profesores De Natación	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 2,980.33	\$ 2,980.33
1	Instructores	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 2,980.33	\$ 2,980.33
1	Instructores	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 2,980.33	\$ 2,980.33
1	Instructores	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 2,980.33	\$ 2,980.33
1	Profesores Fitness	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 3,973.97	\$ 1,986.69
1	Profesores Fitness	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 3,973.97	\$ 1,986.69
1	Profesores Fitness	\$ 354.00	\$ 1,712.65	\$ 5,960.65	\$ 3,973.97	\$ 1,986.69
<b>Total</b>		<b>\$ 3,432.00</b>	<b>\$ 16,712.02</b>	<b>\$ 57,896.02</b>	<b>\$ 31,928.93</b>	<b>\$ 25,967.09</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.7.4. Activos Fijos

Las inversiones que se realizaran en el proyecto del Club deportivo Diana Quintana son los bienes que se necesitaran para adecuar el departamento médico geriátrico y nutricionista.

**Cuadro 28:** Activos Fijos

INVERSIONES			
Cantidad	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Camilla de Examinación sin Cajones	\$ 241.51	\$ 241.51
1	Computadoras	\$ 650.00	\$ 650.00
1	Escritorios	\$ 250.00	\$ 250.00
3	Sillas	\$ 40.00	\$ 120.00
1	Balanza Medica	\$ 212.28	\$ 212.28
1	Split Mabe 12000 Btu	\$ 1,048.32	\$ 1,048.32
1	Estetoscopio Dúplex Riester	\$ 38.08	\$ 38.08
1	Tensiómetro Riester	\$ 76.16	\$ 76.16
1	Archivadores de 4 Gavetas de Metal	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Kit de Emergencia o Botiquín	\$ 40.00	\$ 40.00
1	Impresora Epson L210	\$ 545.00	\$ 545.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3,421.35</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.5. Depreciación

Estos bienes son considerados activos fijos, por su naturaleza tienden a depreciarse. A continuación se mostrara el cálculo de las depreciaciones de dicho activo, en función al número de años de vida útil.

**Cuadro 29:** Depreciación

DEPRECIACIÓN						
Cant.	Activo	Valor de Adquisición Individual	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual %	VALOREN LIBROS
1	Camilla de Examinación sin Cajones	\$ 241.51	10	10.00%	\$ 24.15	\$ (217.36)
1	Computadoras	\$ 650.00	3	33.33%	\$ 216.65	\$ (433.36)
1	Escritorios	\$ 250.00	10	10.00%	\$ 25.00	\$ (225.00)
1	Balanza Medica	\$ 212.28	10	10.00%	\$ 21.23	\$ (191.05)
1	Split Mabe 12000 Btu	\$ 1,048.32	10	10.00%	\$ 104.83	\$ (943.49)
1	Archivadores de 4 Gavetas de Metal	\$ 200.00	10	10.00%	\$ 20.00	\$ (180.00)
1	Impresora Epson L210	\$ 545.00	3	33.33%	\$ 181.65	\$ (363.35)
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3,147.11</b>				<b>\$ (2,553.61)</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.6. Gastos De Publicidad

Se tomara en cuenta todos los gastos publicitarios que se realizara para la ejecución del programa de actividades físicas.

**Cuadro 30: Gastos de Publicidad**

<b>GASTOS PUBLICITARIOS</b>					
<b>Cant.</b>	<b>Descripción de costos</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total Anual</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
4	Publicidad en medio impreso	\$ 549.36	\$ 2,197.44	\$ 1,098.72	\$ 1,098.72
4	Trípticos	\$ 80.00	\$ 320.00	\$ 160.00	\$ 160.00
4	Volantes	\$ 140.00	\$ 560.00	\$ 280.00	\$ 280.00
1	Lanzamiento del producto	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 600.00	\$ 600.00
1	Distribución de los flyers	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>TOTAL PUBLICIDAD IMPRESA</b>			<b>\$ 4,377.44</b>	<b>\$ 2,188.72</b>	<b>\$ 2,188.72</b>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.7.7. Gastos Operacionales

Se tomó el 25% de los valores de las facturas de agua, luz, mantenimiento de máquinas y piscina, ya que el programa de actividades física se dará 2 horas en la mañana y 2 horas en la tarde de lunes a viernes, esto demanda gastos por el uso de las instalaciones del club.

**Cuadro 31: Gastos Operacionales**

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Gasto por Mes</b>	<b>Gasto por Año</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Mantenimiento de maquinas	\$ 126.25	\$ 1,515.00	\$ 757.50	\$ 757.50
Mantenimiento de piscinas	\$ 325.00	\$ 3,900.00	\$ 1,950.00	\$ 1,950.00
Electricidad	\$ 275.00	\$ 3,300.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00
Agua potable	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>Total</b>	<b>\$ 926.25</b>	<b>\$ 11,115.00</b>	<b>\$ 5,557.50</b>	<b>\$ 5,557.50</b>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.7.8. Gastos Administrativos

Se tomó el 25% de los valores de las facturas de teléfono, internet y suministro de oficina, el programa de actividades física se dará 2 horas en la mañana y 2 horas en la tarde de lunes a viernes, esto demanda gastos por el uso de las instalaciones del club.

**Cuadro 32: Gastos Administrativos**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Gasto por Mes</b>	<b>Gasto por Año</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Telefonía	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 180.00	\$ 180.00
Internet	\$ 55.00	\$ 660.00	\$ 330.00	\$ 330.00
Suministro de Oficina	\$ 200.00	\$ 2,400.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
<b>Total</b>	<b>\$ 285.00</b>	<b>\$ 3,420.00</b>	<b>\$ 1,710.00</b>	<b>\$ 1,710.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.9. Costos Directos

El club como tal solo contara con los gastos operativos y la mano de obra directa, ya que cuenta con todos los implementos y espacios necesarios para la ejecución del proyecto, no tendrá otros costos directos ya que no incurre con gastos de fabricación.

**Cuadro 33: Paquete Oro Costo Directo**

<b>COSTOS DIRECTOS Paquete Oro</b>	<b>TOTALES</b>
Insumos Directos	\$ 7,746.22
Mano de Obra Directa	\$ 31,928.93
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 39,675.15</b>

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 34: Paquete Plata Costo Directo**

<b>COSTOS DIRECTOS Paquete Plata</b>	<b>TOTALES</b>
Insumos Directos	\$ 7,746.22
Mano de Obra Directa	\$ 25,967.09
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 33,713.31</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.10. Costo Del Precio Unitario

Los costos unitarios de los paquetes oro y plata se tomara en cuenta la mano de obra directa, los insumos directos y la proyección de ventas.

**Cuadro 35: Paquete Oro Costo Del Precio Unitario**

<b>COSTO DEL PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTALES</b>
PRECIO UNITARIO	\$ 45.92
20% Improvistos	\$ 9.18
<b>TOTAL DEL COSTO DEL PRECIO UNITARIO</b>	<b>\$ 55.10</b>

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 36: Paquete Plata Costo Del Precio Unitario**

<b>COSTO DEL PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTALES</b>
PRECIO UNITARIO	\$ 46.82
20% Improvistos	\$ 9.36
<b>TOTAL DEL COSTO DEL PRECIO UNITARIO</b>	<b>\$ 56.19</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.7.11. Proyección De Ventas**

Se proyectó el crecimiento de ventas a 5 años considerando un incremento del 3% anual de acuerdo a la cantidad de adultos mayores que tomarían los paquetes del programa.

**Cuadro 37: Proyección de venta con el precio al mercado**

<b>PROYECCIÓN DE VENTA</b>					
<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Paquete Oro</b>					
Costo Unitario	\$ 80,00	\$ 82,40	\$ 84,87	\$ 87,20	\$ 90,50
Unidades anuales	864	890	917	944	972,32
Total de Proyección	\$ 69.120,00	\$ 73.336,00	\$ 77.827,62	\$ 82.316,80	\$ 87.991,23
<b>Paquete Plata</b>					
Costo Unitario	\$ 95,00	\$ 97,85	\$ 100,79	\$ 103,81	\$ 106,92
Unidades anuales	720	742	764	787	811
Total de Proyección	\$ 68.400,00	\$ 72.604,70	\$ 77.003,56	\$ 81.698,47	\$ 86.712,12

Fuente: Elaboración propia

**Cuadro 38: Proyección de venta con el costo directo**

<b>PROYECCIÓN DE COSTO UNITARIO</b>					
<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Paquete Oro</b>					
Costo Unitario	55,10	56,75	58,45	60,21	62,02
Unidades anuales	864	890	917	944	972
Total de Proyección	\$ 47.606,40	\$ 50.502,96	\$ 53.576,30	\$ 56.845,23	\$ 60.310,70
<b>Paquete Plata</b>					
Costo Unitario	56,49	57,88	59,61	61,40	63,24
Unidades anuales	720	742	764	787	810
Total de Proyección	\$ 40.672,80	\$ 42.923,81	\$ 45.532,98	\$ 48.307,28	\$ 51.247,57

Fuente: Elaboración propia

**4.7.12. Estado de Resultado**

Este análisis del estado de resultado tiene como finalidad calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el beneficio real que tendrá en el momento de implementar la actividad física para el adulto mayor.

**Cuadro 39: Estado de Resultado**

DESCRIPCIÓN		2016	2017	2018	2019	2020
<b>VENTAS NETAS</b>						
Paquete de Oro		\$ 69.120,00	\$ 73.336,00	\$ 77.825,79	\$ 82.316,80	\$ 87.991,23
Paquete de Plata		\$ 68.400,00	\$ 72.604,70	\$ 77.003,56	\$ 81.698,47	\$ 86.712,12
<b>Total Ventas Netas</b>		<b>\$ 137.520,00</b>	<b>\$ 145.940,70</b>	<b>\$ 154.829,35</b>	<b>\$ 164.015,27</b>	<b>\$ 174.703,35</b>
<b>COSTOS DE VENTAS</b>						
Paquete de Oro		\$ 47.606,40	\$ 50.502,96	\$ 53.576,30	\$ 56.845,23	\$ 60.310,70
Paquete de Plata		\$ 40.672,80	\$ 42.923,81	\$ 45.532,98	\$ 48.307,28	\$ 51.247,57
Total Costo de Ventas		\$ 88.279,20	\$ 93.426,77	\$ 99.109,28	\$ 105.152,51	\$ 111.558,27
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$ 49.240,80</b>	<b>\$ 52.513,93</b>	<b>\$ 55.720,07</b>	<b>\$ 58.862,76</b>	<b>\$ 63.145,07</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
Gastos Administrativos		\$ 3.420,00	\$ 3.522,60	\$ 3.628,28	\$ 3.737,13	\$ 3.849,24
Gastos Financieros	\$ 12.603,57	\$ 6.330,18	\$ 6.273,39			
<b>Total de Gastos Operacionales</b>		<b>\$ 9.750,18</b>	<b>\$ 10.237,69</b>	<b>\$ 11.261,46</b>	<b>\$ 11.824,53</b>	<b>\$ 13.006,98</b>
<b>UTILIDAD OPRACIONAL</b>		<b>\$ 39.490,62</b>	<b>\$ 42.276,24</b>	<b>\$ 44.458,61</b>	<b>\$ 47.038,23</b>	<b>\$ 50.138,09</b>
Depreciación		\$ 593,51	\$ 593,51	\$ 593,51	\$ 195,21	\$ 195,21
<b>Total de Depreciación</b>		<b>\$ 593,51</b>	<b>\$ 593,51</b>	<b>\$ 593,51</b>	<b>\$ 195,21</b>	<b>\$ 195,21</b>
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO</b>		<b>\$ 38.897,11</b>	<b>\$ 41.682,73</b>	<b>\$ 43.865,10</b>	<b>\$ 46.843,02</b>	<b>\$ 49.942,88</b>
Impuesto a la Renta		\$ 8.557,36	\$ 9.170,20	\$ 9.650,32	\$ 10.305,46	\$ 10.987,43
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 30.339,75</b>	<b>\$ 32.512,53</b>	<b>\$ 34.214,78</b>	<b>\$ 36.537,56</b>	<b>\$ 38.955,45</b>

Fuente: Elaboración propia

**4.7.13. Flujo de caja proyectado**

La perspectiva de ventas proyectado a cinco años implementado el proyecto, juntamente con los egresos que este genere, donde se observara los movimientos de efectivo que el club genere durante el periodo operacional.

**Cuadro 40: Flujo de Efectivo**

Año de Operación	Ingresos Totales	Inversiones del Proyecto				Valor de Rescate		Flujo Neto de Efectivo
		Egresos Totales	Fija	Diferida	Cap. De Trabajo	Valor Residual	Recup. De cap. De trab.	
0								0
1	\$ 137,520.00	\$ 92,289.51	\$ 61,317.36	\$ 1,374.35	\$ 57,896.01			\$ (75,357.23)
2	\$ 145,940.70	\$ 93,385.04						\$ 52,555.66
3	\$ 154,829.35	\$ 89,912.21						\$ 64,917.14
4	\$ 164,015.27	\$ 92,559.10						\$ 71,456.17
5	\$ 174,703.35	\$ 95,702.82				\$ 1,374.35	\$ 57,896.01	\$ 138,270.88

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.14. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN nos indica que los flujos de efectivo representa un valor positivo de \$86247.95, lo que nos demuestra que el proyecto es viable.

#### 4.7.15 Tas Interna de Retorno (TIR)

Se utilizó una tasa de descuento del 10%, obteniendo un resultado de 87% de rentabilidad que tendrá el proyecto.

#### 4.7.16. Análisis de la relación Beneficio/Costo

El análisis beneficio/costo significa la rentabilidad en términos del Valor Actual Neto, que origina el proyecto por cada dólar invertido. Si el resultado de esta relación es mayor a 1, se determina que el proyecto es aceptable.

**Cuadro 41:** Cálculo del VAN, R B/C y TIR con una tasa de descuento del 10%

Año de operación	Costos totales (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de actualización 10%	Costos actualización (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de efectivo act. (\$)
0	\$ -	\$ (22.720,02)	1,000	0	0	0
1	\$ 98.622,89	\$ 137.520,00	0,909	\$ 89.657,17	\$ 125.018,18	\$ (35.361,01)
2	\$ 104.257,97	\$ 145.940,70	0,826	\$ 86.163,61	\$ 120.612,15	\$ 34.448,54
3	\$ 110.964,25	\$ 154.829,35	0,751	\$ 83.369,08	\$ 116.325,58	\$ 32.956,50
4	\$ 117.172,25	\$ 164.015,27	0,683	\$ 80.030,22	\$ 112.024,64	\$ 31.994,41
5	\$ 124.760,47	\$ 174.703,35	0,621	\$ 77.466,43	\$ 108.477,03	\$ 31.010,60
<b>Total</b>	<b>\$ 431.017,35</b>	<b>\$ 754.288,65</b>		<b>\$ 416.686,52</b>	<b>\$ 582.457,58</b>	<b>\$ 95.049,05</b>

<b>VAN</b>	\$ 158.361,93
<b>TIR</b>	79%
<b>B/C</b>	1,40

**Fuente:** Elaboración propia

Por cada \$1 que invertido se obtendrá una utilidad \$0.40 ctvs.

#### 4.8. CONCLUSIÓN

- ❖ En el estudio de mercado encontramos que el 19% de los encuestados si realizan una actividad física por salud y el 15% por terapia o rehabilitación indicado por prescripción médica, pero no conocen de un lugar donde realicen actividades físicas dirigido al adultos mayor.
- ❖ El 80% de los habitantes de Samborondón, están de acuerdo que exista una institución con programas de actividad física para adultos mayores, ya que las instituciones que dan este tipo de servicio se limitan ofrecer un servicio a la sociedad moderna, carecen de espacios físicos y del personal adecuado que atienda hasta segmento de mercado.
- ❖ En Samborondón como en el resto del país, los adultos mayores tienden a tener actividades sedentarias que trascienden en su calidad de vida, por lo que se necesita una rutina de actividades físicas de acorde a su edad y condición física, de forma controlada, con la supervisión del personal calificado, un plan nutricional, que ayudara a mantener un buen estado físico-mental.
- ❖ Con este proyecto se consolidara la imagen de compromiso social, asegurando de esta manera a los clientes potenciales y a nuestros futuros clientes, por ser una institución con diversificación de servicios, mejorando cada día con ideas innovadora.
- ❖ La inversión inicial de \$22.720,02 dólares que requiere el club para iniciar esta nueva actividad, estará constituida en un 50% por aporte propio y un 50% financiamiento al banco Bolivariano.
- ❖ El análisis financiero se pudo concluir que el proyecto es rentable, se puede invertir en el proyecto y recuperar la inversión, cubriendo los costos y gastos, generando una utilidad interesante para los propietarios del club.

#### **4.9. RECOMENDACIÓN**

- ❖ Es recomendable poner en marcha el proyecto, ya que Club Deportivo Diana Quintana cuenta con la infraestructura e implementos necesarios para la realización del programa de actividades físicas para adultos mayores.
- ❖ Se debe contratar al personal adecuado y capacitarlo constantemente, que les realice su rutina de ejercicios de acorde a su condición física y salud, para brindar un buen servicio, ya que los adultos mayores necesitan de un cuidado especial y un buen trato.
- ❖ Al implementar las estrategias de publicidad ayudara a darse a conocer el club y logre un adecuado posicionamiento en el mercado, poder incrementar en número de clientes potenciales que estén dispuestos a ser parte del programa Enjoy the Golden Years.
- ❖ Para que se logre un buen posicionamiento en el mercado se necesitara invertir en promociones y publicidad, para que así dar a conocer a los clientes sobre el nuevo servicio que se brindara en el Club.
- ❖ Al obtener un VAN \$158.361,93, un TIR del 79% y un análisis de Beneficio/Costo de \$1.40 el proyecto es viable es recomendable que los propietarios del Club Deportivo Diana Quintana que se apliquen el proyecto.

#### **4.10. ANEXOS**



# ANNEXOS

### Diseño de la Encuesta

Buenos días, somos estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, estamos realizando una encuesta para evaluar la factibilidad de implementar programas que ayuden a fomentar la actividad física en el adulto mayor.

Por lo tanto su información en estos momentos es muy válida.

1. Existen adultos mayores que vivan en su hogar:

- a) Si
- b) No

Si (continuar con la pregunta 2).

No (continuar con la pregunta 15).

2. Dentro de que rango de edad se encuentran:

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| a) 65 a 69 años      _____ | c) 75 a 79 años      _____ |
| b) 70 a 74 años      _____ | d) 80 a más      _____     |

3. En qué estado de salud se encuentran:

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| a) Malo      _____    | c) Bueno      _____     |
| b) Regular      _____ | d) Muy Buena      _____ |

4. ¿Conoce Ud. un lugar dentro del sector donde se den programas de actividades físicas para adultos mayores?

- a) Si
- b) No

SI (Si su pregunta es afirmativa indique el lugar y el nombre de la Institución).

---

5. Realizan algún tipo de actividad física:

- a) Si
- b) No

Si (continuar con la pregunta 6).

No (continuar con la pregunta 8).

6. ¿Qué tipo de actividad física realiza?

Natación	Pilates	Zumba Sentado
Circuito Funcional	Spinning	Aquaeróbicos
Bailoterapia	Pesas	Caminar
Yoga	Aeróbicos	Otros

7. ¿Qué los motiva hacer actividad física hoy en día?

- a) Por salud \_\_\_\_\_ c) Por apariencia \_\_\_\_\_  
 b) Por Hobby \_\_\_\_\_ d) Por rehabilitación \_\_\_\_\_

8. Le gustaría realizar o que realicen algún tipo de actividad física:

- a) Si  
 b) No

Si (continuar con la pregunta 9).

No (continuar con la pregunta 12).

9. De los siguientes lugares donde le gustaría realizar ejercicios:

- a) Parque \_\_\_\_\_ c) Institución Privada \_\_\_\_\_  
 b) Club de la Urbanización \_\_\_\_\_ d) Gimnasio \_\_\_\_\_

10. ¿Cuándo asista a una institución para realizar cualquier tipo de actividad física, le gustaría que le realicen algún tipo de chequeo?

- a) Si  
 b) No

Si (continuar con la pregunta 11).

No (continuar con la pregunta 12).

11. ¿Cuáles?

- a) Índice de masa corporal \_\_\_\_\_ c) Prueba Física \_\_\_\_\_  
 b) Presión Arterial \_\_\_\_\_ d) Prueba de Flexibilidad \_\_\_\_\_

12. Le gustaría que asista a un programa de actividad física dirigido al adulto mayor.

- a) Si
- b) No

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?

- |         |       |          |       |
|---------|-------|----------|-------|
| a) \$65 | _____ | c) \$105 | _____ |
| b) \$85 | _____ | d) \$125 | _____ |

14. En que horario le gustaría que reciban las actividades físicas.

- |                    |       |                     |       |
|--------------------|-------|---------------------|-------|
| a) 7:00 a 8:00 am  | _____ | d) 16:00 a 17:00 pm | _____ |
| b) 8:00 a 9:00 am  | _____ | a) 17:00 a 18:00 pm | _____ |
| c) 9:00 a 10:00 am | _____ | b) 18:00 a 19:00 pm | _____ |

15. Lugar de la Encuesta:

---

16. Nivel socio económico:

Medio \_\_\_\_\_

Medio Alto \_\_\_\_\_

Alto \_\_\_\_\_

17. Sexo:

Femenino \_\_\_\_\_

Masculino \_\_\_\_\_

A continuación presentamos unas imágenes de cómo fueron las instalaciones en los comienzos del Club Deportivo Diana Quintana en el año 2004:

**Ilustración 13: Vista lateral y frontal de las piscinas de 15 y 25 metros (semi-olímpica).**



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

**Ilustración 14: Vista frontal de la fachada principal y la sala de trofeo.**



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

**Ilustración 15: Vista frontal del área de pintura y sala de karate**



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana

Dado a la circunstancia y la falta de espacio para abarcar la demanda en el Club Deportivo Diana Quintana, el Sr. Omar Quintana en el año 2008, compro los solares aledaños para poder hacer la ampliación del Club, realizar el sueño de su hija Diana Quintana (+) con el eslogan forjando campeones.

**Ilustración 16: Vista general de las actuales instalaciones del Club Deportivo Diana Quintana, se puede apreciar las aéreas de: Karate, Gimnasio, Natación con la piscina de 50 metros (olímpica) y el área futbol.**



**Fuente:** Club Deportivo Diana Quintana.

## Bibliografía

- Dr. Joaquin Argo Mitjans. (2000). *el proceso de envejecimiento Edicion tercera*. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=P1WSN0NT-hoC&pg=PA5&lpg=PA5&dq=el+proceso+de+envejecimiento+Edicion+tercera&source=bl&ots=IMfPmLtc9U&sig=UzHHpPyrZ-uzDNkCGS0smP\\_WVWM&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMI44XHkjiexwIVRPeCh2a4gyu#v=onepage&q=el%20proceso%20d](https://books.google.com.ec/books?id=P1WSN0NT-hoC&pg=PA5&lpg=PA5&dq=el+proceso+de+envejecimiento+Edicion+tercera&source=bl&ots=IMfPmLtc9U&sig=UzHHpPyrZ-uzDNkCGS0smP_WVWM&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMI44XHkjiexwIVRPeCh2a4gyu#v=onepage&q=el%20proceso%20d)
- Dr. Joaquin Argo Mitjans. (2000). *el proceso de envejecimiento Edicion tercera*. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=P1WSN0NT-hoC&pg=PA5&lpg=PA5&dq=el+proceso+de+envejecimiento+Edicion+tercera&source=bl&ots=IMfPmLtc9U&sig=UzHHpPyrZ-uzDNkCGS0smP\\_WVWM&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMI44XHkjiexwIVRPeCh2a4gyu#v=onepage&q=el%20proceso%20d](https://books.google.com.ec/books?id=P1WSN0NT-hoC&pg=PA5&lpg=PA5&dq=el+proceso+de+envejecimiento+Edicion+tercera&source=bl&ots=IMfPmLtc9U&sig=UzHHpPyrZ-uzDNkCGS0smP_WVWM&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAmoVChMI44XHkjiexwIVRPeCh2a4gyu#v=onepage&q=el%20proceso%20d)
- Garcia, L. B. (2010). Envejecimiento activo y actividad socio educativa en el adulto mayor.
- Garcia, L. B. (2010). *Envejecimiento activo y actividad socio educativa en el adulto mayor* . Retrieved from en el adulto mayor
- (n.d.). Retrieved from [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Cuestionario\\_Escalas.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_Escalas.pdf). (n.d.).
- [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Cuestionario\\_Escalas.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_Escalas.pdf). (n.d.).
- OMS. (2011, septiembre 20). Retrieved from [http://www.who.int/nmh/events/un\\_ncd\\_summit2011/es/](http://www.who.int/nmh/events/un_ncd_summit2011/es/)
- ANCIANO, L. Y. (2001). [http://www.efemerides.ec/1/junio/ley\\_del\\_anciano.htm](http://www.efemerides.ec/1/junio/ley_del_anciano.htm). Retrieved from [http://www.efemerides.ec/1/junio/ley\\_del\\_anciano.htm](http://www.efemerides.ec/1/junio/ley_del_anciano.htm): [http://www.efemerides.ec/1/junio/ley\\_del\\_anciano.htm](http://www.efemerides.ec/1/junio/ley_del_anciano.htm)
- Banco Mundial, 2. (2014). *Banco Mundial*. Retrieved from <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>

- CENSO, I. E. (2012). *ECUADOR EN CIFRAS*. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- [http://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Cuestionario\\_Escalas.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_Escalas.pdf). (n.d.).
- INEC. (2012). *INEC*. Retrieved from INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2015, ENERO). *INEC 2012*. Retrieved from ECUADOR EN CIFRAS: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2015, ENERO). *INEC 2012* . Retrieved from ECUADOR EN CIFRAS: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (n.d.). *INEC 2010*. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.e>
- Laura Fischer y Jorge Esejo. (n.d.). *Promo negocios*. Retrieved from <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia-social.html>
- Marketing News & Business Management*. (n.d.). Retrieved from Periódico de Marketing: <http://periodico-marketing.com/2013/12/25/cuales-son-los-elementos-que-impactan-en-la-rentabilidad/>
- (n.d.). *Marketing News&Business Management*.
- Michael Porter. (2005). *Estrategia*. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=IkUFRWO64doC&pg=PT16&dq=matriz+foda+michael+porter&hl=es&sa=X&ved=0CDAQ6AEwBGoVChMIqJ76m6qfxwIVw6weCh0vOww7#v=onepage&q=matriz%20foda%20michael%20porter&f=false>
- Michael Porter. (n.d.). *Pensamiento estratégico: una perspectiva para los ejecutivos*. Retrieved from *Pensamiento estratégico: una perspectiva para los ejecutivos*
- MIES. (2012, SEPT 30). *MIES*. Retrieved from MIES.
- Mitjans, D. J. (2000). *el proceso de envejecimiento Edicion tercera* .
- Moguel, E. A. (n.d.). *Metodologia de la Investigacion*.
- OMS. (2001, septiembre 20). *OMS*. Retrieved from OMS: [http://www.who.int/nmh/events/un\\_ncd\\_summit2011/es/](http://www.who.int/nmh/events/un_ncd_summit2011/es/)

- OMS. (2011, SEPTIEMBRE 20). *OMS*. Retrieved from OMS:  
[http://www.who.int/nmh/events/un\\_ncd\\_summit2011/es/](http://www.who.int/nmh/events/un_ncd_summit2011/es/)
- OMS. (2011, septiembre 20). *OMS*. Retrieved from OMS:  
[http://www.who.int/nmh/events/un\\_ncd\\_summit2011/es/](http://www.who.int/nmh/events/un_ncd_summit2011/es/)
- OMS. (2013, MARZO). *OMS*. Retrieved from  
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs355/es/>
- OMS 2013. (n.d.). *OMS*. Retrieved from OMS:  
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs381/es/>
- OMS. (2013, MARZO). *titulo del tema*. Retrieved from ORGANIZACION MUNDIAL DE LA SALUD  
sitio web: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs355/es/>
- OMS. (2015, septiembre). *Organización Mundial de la Salud*. Retrieved 2014, from OMS:  
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs381/es/>
- Richard Sandhusen . (n.d.). *Promo negocios*. Retrieved from  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia-social.html>
- SEMANA. (2014). *SEMANA*. Retrieved from SEMANA: <http://www.senama.cl/Programas.html>
- SENAMA. (2014). *SENAMA*. Retrieved from SENAMA : <http://www.senama.cl/Programas.html>
- SENAMA. (n.d.). *SERVICIO NACIONAL DEL ADULTO MAYOR*. Retrieved from  
<http://www.senama.cl/>
- Shuptrine y Osmanski. (1975). Retrieved from Pérez Romero, L. A (2004), *Marketing Social Teoría y Práctica*, México, Pearson Prentice Hall. 26
- www.definicionabc.com. (2013, abril 22). *www.definicionabc.com*. Retrieved from  
[www.definicionabc.com: http://www.definicionabc.com/social/adulto-mayor.php](http://www.definicionabc.com/social/adulto-mayor.php)