



Jaula Abierta 2019

Entrega:

Reconstrucción de la experiencia a sistematizar de forma individual

Estudiante:

Francesca Garcés

Fecha:

18 de octubre 2019

8.- RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA A SISTEMATIZAR DE FORMA INDIVIDUAL

En Ecuador han existido varios proyectos donde se busca utilizar la lectura como un medio para un cambio. Sin embargo, este año Jaula Abierta toma una ruta diferente a las anteriores y toma la motivación a la lectura como medio central del proyecto. Para lograr los objetivos propuestos se deben realizar estrategias específicas tomando en cuenta el concepto del marketing social.

El concepto de Marketing social nace en julio en el año 1971, acuñado por Kotler y Zaltman para ser utilizado en campañas de bien público y en la difusión de ideas que beneficiaban a la sociedad. Desde entonces, este concepto se utiliza para referirse a una gestión del cambio social que incluye el diseño, implementación, la puesta en práctica y el control de programas o proyectos orientados a aumentar la aceptación de una idea o práctica social en uno o más grupos de adoptantes objetivo (Kotler y Zaltman, 1971).

Dentro del proyecto El Faro se aplicaron técnicas del marketing social para analizar, planificar, ejecutar y evaluar acciones para generar recursos con el fin de que el proyecto logre desarrollarse con éxito. Este proyecto, al tener como su objetivo principal el aumentar la motivación en un grupo específico, implica un cambio de comportamiento como respuesta a una acción. Esto nos lleva al argumento de Rangún y Karim (1991) en dónde afirmaban que el marketing social implica también el cambio de actitudes, creencias y comportamiento de los individuos o de las organizaciones en beneficio de la sociedad.

El proyecto se implementó con jóvenes de 11 a 15 años, habitantes de Bastión Popular. Un entorno en donde, de acuerdo al diagnóstico realizado, la lectura era catalogada como una actividad aburrida y considerada última en la lista de prioridades.

En este entorno y en un contexto general, el consumo de tecnología ha conseguido que, desde estas edades tempranas se utilicen dispositivos digitales para el uso cotidiano. Estas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se utilizan para estudiar, trabajar, como medio de entretenimiento, para estar informado y también para estar en contacto con personas cercanas, compartir experiencias, expresar ideas, e incluso, adquirir bienes o servicios (Sánchez, y otros, 2015). Es así como los avances tecnológicos de los últimos años han provocado una transformación en los hábitos lectores. De este modo, el fomento de la lectura y la promoción misma del libro se ha reinventado postulando nuevas modalidades. De ahí parte la decisión de realizar talleres de motivación a la lectura “El Faro” en dos formatos distintos: análogo y digital para lograr identificar cuál resulta más efectivo al momento de realizar animaciones a la lectura en adolescentes.

Al empezar el proyecto se utilizaron herramientas de análisis que fueron útiles para tener una “radiografía” previa de lo que sucede, para identificar posibles oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas en torno a “El Faro”. Luego de analizarlas, se logró obtener un diagnóstico preciso que permitió tomar decisiones acordes con los objetivos planteados y emprender acciones en particular, en este caso en torno al proyecto y a la generación de recursos. *(Anexo 1)*

Luego de realizar un análisis externo e interno del entorno se utilizaron los conceptos del marketing social para la creación del proyecto El Faro como un producto y se pueden describir los elementos que lo componen:

Problema

Desmotivación hacia la lectura que existe en adolescentes de 11 a 15 años de la ciudad de Guayaquil

Causa social

Crear un proyecto que ayude a revivir la motivación perdida o disminuida hacia la lectura en un grupo específico de adolescentes habitantes de Bastión Popular.

Beneficiarios

Adolescentes de 11 a 15 años, habitantes de Bastión Popular.

Agente de cambio

Principales

- Universidad Casa Grande, ya que es quien ha generado este espacio para que los estudiantes puedan desarrollar proyectos de intervención en comunidades con un fin social.
- Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil (CAIRG), el cual se convirtió en el espacio donde fueron dictados los talleres de motivación a la lectura.
- Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil, quien aportó con un monto financiero para poder construir un espacio de lectura dentro del CAIRG.

Secundarios

Los agentes secundarios son aquellos que apoyan a la causa, como centros de acopio para donaciones de libros y marcas que se involucraron en el proceso para donarnos alimentación para los talleres y también productos para organizar una rifa de financiamiento, los cuales se detallarán en el documento.

Aval

El proyecto cuenta con el aval de la Universidad Casa Grande y su departamento de Proyectos de aplicación profesional. (PAP)

Segmentación

Geográfica

Zona ubicada en Av. Isidro Ayora/Gómez Lince, junto a la séptima etapa de Mucho Lote. Dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.

Demográficas

Adolescentes de 11-15 años NSE medio-bajo / bajo, ~~tipico~~ que esté cursando la secundaria.

Habitantes de Bastión Popular y comunidades cercanas de Guayaquil Ecuador.

Beneficios buscados:

El beneficio que se busca es motivar a los adolescentes a la lectura por medio de talleres interactivos y lúdicos.

Beneficiarios:

Los principales beneficiarios de este proyecto son el grupo de adolescentes de Bastión Popular, integrantes de El Faro. Ellos, por medio de los talleres de motivación a la lectura se buscó resurgir esa motivación perdida o disminuida hacia la lectura. Los segundos beneficiarios son los familiares de los adolescentes del taller, ellos son los que evidencian el cambio que los integrantes de El Faro han vivido y cómo se han ido desarrollando. Ellos, como padres, siempre están en busca de lo mejor para sus hijos y tenían muchas expectativas acerca de este proyecto, comentaron que querían que este espacio pueda generar un impacto positivo en cada uno de ellos.

Producto: El Faro



Figura 1: Logo de la séptima edición del proyecto El Faro.

Así nace el proyecto El Faro cuyo fin es lograr motivar a la lectura a un grupo de veintidós jóvenes de la comunidad de Bastión Popular por medio de talleres lúdicos y dinámicos dictados en dos formatos distintos: análogo y digital. Se realizaron diez talleres en doce sábados de 10h00 a 12h30 en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil dónde se implementaron estrategias de animación a la lectura en conjunto con evaluaciones para definir qué formato resulta más efectivo.

Previo al inicio de los talleres, se desarrolló una extensa investigación bibliográfica con la intención de encontrar una referencia o guía de proyectos similares que puedan dar luces al momento de organizar las intervenciones, además de dar un sustento teórico a las actividades. Es así como se utilizó el libro de Monserrat Sarto: Animación a la lectura con nuevas estrategias. Este libro sirvió de base para los talleres de motivación a la lectura, los cuales fueron adaptados según las consideraciones que el grupo interdisciplinario Jaula Abierta, decidió para lograr los mejores resultados (cuadro de talleres).

Fecha	Talleres
06 de Julio	Taller 0 Evaluación de motivación
13 de Julio	Taller 1 El final de la lectura
20 de Julio	Taller 2 Guión de teatro
03 de Agosto	Taller 3 Lectura y actividades en espacios abiertos (Ágora del SUMAR).
17 de Agosto	Taller 4 Visita a la Biblioteca de la Universidad de las Artes.
24 de Agosto	Taller 5 Animación a la lectura con Verónica Coello con Leyendas de Edgar Allan García
31 de Agosto	Taller 6 Animación a la lectura: Leyendas por Edgar Allan García
07 de Septiembre	Taller 7

	Animación a la lectura + Capacitación a padres con Evelyn Pacheco
14 de Septiembre	Taller 8 Animación a la lectura: Leyendas por Edgar Allan García
21 de Septiembre	Taller 9 Lectura de fragmentos del Principito + Animación a la lectura Leyendas por Edgar Allan García + evaluación final
28 de Septiembre	FERIA DEL LIBRO
14 de Octubre	CLAUSURA Inauguración de Biblioteca y evento de clausura.

Figura 2: Descripción de talleres realizados

El proyecto se logró con un plan de trabajo de cinco meses que se dividió en tres etapas:

1) Planificación y evaluación: Se realizó una planificación de talleres con fechas, responsables de cada actividad, recursos necesarios y objetivos. De esta forma es mucho más claro otorgar prioridades y tomar decisiones, para el proyecto la planificación proporcionó una herramienta de ayuda para comunicar las intenciones del proyecto a otras personas y también sirvió como una guía coherente para la aplicación diaria de actividades. Por otro lado se realizó una evaluación y análisis previo del contexto, problema y antecedentes para lograr el correcto desarrollo del proyecto.

2) Generación de recursos: Para que nuestro plan de proyecto sea integral y eficaz, se tomó en cuenta todos los recursos necesarios para el desarrollo de las distintas actividades planificadas. Se realizaron estrategias puntuales para obtener materiales, alimentación, dinero en efectivo, alianzas y la difusión del proyecto. Finalmente, estos recursos son todos aquellos que influyen en la capacidad de Jaula Abierta 2019 para realizar y materializar las tareas que sustentan el objetivo principal.

3) Evaluación de resultados: Para obtener resultados finales se planificó realizar evaluaciones al inicio, durante y al final del proyecto, de esta manera se logró una comparación de los 22 integrantes de los talleres antes y después de participar de los talleres.

El proyecto se realizó dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil ubicado en bastión Popular. Zona ubicada en Av. Isidro Ayora/Gómez Lince, junto a la séptima etapa de Mucho Lote.

Por otro lado, el precio dentro del proyecto se define como el tiempo que los adolescentes y familiares invirtieron para que puedan asistir en los talleres. En caso de los adolescentes que viven fuera de la comunidad, se considera también como precio lo que ellos gastaron para transportarse. De igual manera se cataloga como precio al tiempo de implementación y el dinero invertido por parte del grupo de estudiantes que realizan el proyecto, desde planificar los talleres e implementarlos cada fin de semana, hasta el tiempo de recursos de diseño, diagramación edición, correcciones.

Para la promoción del proyecto primero fue directamente a Bastión Popular y a El Faro como producto. En un principio la campaña se promocionó dentro de la comunidad por medio del boca en boca y con la ayuda de las autoridades responsables del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil, con la intención de atraer a las madres, padres y a los hijos para que sean parte del proyecto. Dentro del centro, nuestra integrante Sofía Baquerizo, actual directora, tuvo el rol de vocera dentro de la comunidad, ella realizó todo el contacto entre la comunidad y El Faro. A la par se realizó la estrategia de promoción del proyecto como tal, que tenía como meta dar a conocer el proyecto y conseguir el apoyo necesario para llevar el proyecto adelante. Esta estrategia inició con la creación de la cuenta de Instagram (@ElFaro2019) y su contenido, el cual buscaba mostrar la experiencia que se vivía dentro de

los talleres y convocar a los seguidores a que den su apoyo en eventos puntuales, también fue el medio para conseguir muchos de los recursos obtenidos a través de marcas.

Diseño de las estrategias para generar recursos

Una vez que se logró definir a proyecto como un producto, pudo ser utilizado para generar recursos, es importante tener en cuenta que recursos son aquellos referidos a la investigación, desarrollo de procesos, creación de productos, procesos de producción, materiales, fuentes de financiamiento, etc. Se visualizó como recursos todo lo que se necesitó para hacer que el engranaje del proyecto El Faro se mueva, en función del objetivo a alcanzar.

Saber gestionar los recursos de un proyecto es tan importante como contar con una buena planificación y una buena ejecución. Sin importar su naturaleza, dichos recursos deben ser seleccionados y planificados de la manera correcta.

Según Marc Bara, Consultor en Project Management y docente de la OBS Business School en Barcelona, los recursos en un proyecto se los puede clasificar en cinco categorías: recursos físicos, recursos humanos, Know How o propiedad intelectual, ecosistema de recursos y recursos financieros. (Bara, 2014)

1. **Los recursos físicos:** Dentro del proyecto se refieren a todos los bienes materiales que son tangibles. Algunos recursos reflejan grandes inversiones y otros, como materiales desechables, que pueden requerir poca inversión y pueden ser cambiados con frecuencia.

Espacio de lectura

- Se propuso la construcción de un espacio de lectura análogo y digital dentro del Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil, para este espacio se tuvo la oportunidad de obtener la

donación de 2 tablets por parte de la Dirección de Acción Social y Educación (DASE), las cuales serán utilizadas exclusivamente dentro del espacio de lectura y para fines de lectura.

- Se logró un acuerdo con la empresa SOLID.EC para la construcción de la estructura donde se van a colocar los libros. Se firmó un contrato por la obra y se acordaron fechas de entrega.

El costo inicial de la estructura superaba el presupuesto asignado para esta acción, la negociación se realizó para pagar la mitad del valor cotizado y a cambio se daba exposición en el evento de inauguración y en la placa de agradecimiento.

*Anexo 2: Contrato por Obra

*Anexo 3: Recibo de Pago

- El espacio de lectura necesitaba elementos para dar comodidad a los jóvenes a la hora de leer. Se compraron 4 Puffs con descuento y se logró conseguir la donación de una alfombra para colocar en el espacio.

Donación de libros

Se realizó una estrategia para la obtención de libros de ficción para el espacio de lectura que se implementará en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.

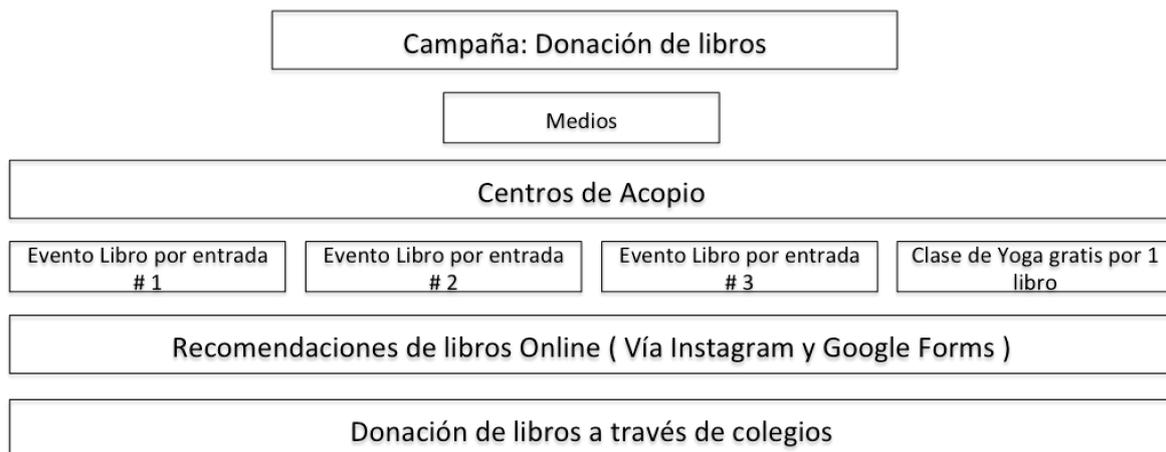


Figura 3: Estructura de Campaña de Donación de libros

La estrategia se basó en utilizar los medios impresos, digitales y tradicionales para amplificar el mensaje y lograr que las personas donen libros en los centros de acopio, estos

medios específicamente son medios impresos como El Universo, Expreso, Diario Súper, Diario QUÉ y Revista Sambo, y su versión digital. Se obtuvo un acuerdo con 4 empresas en distintos puntos de la ciudad para que funcionen como centros de acopio: Workshop Coworking, Universidad Casa grande: Facultad de Ecología Humana, Biscuits by Nané y Atman Yoga. Gracias al compromiso de los centros de acopio nos pudieron colaborar con actividades en torno a esta campaña. Workshop Coworking realizó 4 charlas en los cuales para asistir debían entregar un libro a cambio y Atman Yoga sorteó una clase gratuita entre las personas que donaron libros. El detalle de los eventos es el siguiente:

- 02 de septiembre: Charla sobre Empresas Familiares
- 09 de septiembre: Charla Descubriendo el viaje del consumidor
- 16 de septiembre: Asesoría Integral
- 23 de septiembre: Charla “ Trabaja tus Ideas”

Dentro de la estrategia digital, además de amplificar el mensaje a través de posteos, historias, mailing dentro de la Universidad Casa Grande, se buscó generar recomendaciones de libros digitales a través de un link en Google Form. Dentro del link solicitaban los datos del autor, nombre del libro y link en dónde se podía descargar el libro recomendado.

Adicional y como complemento se realizó la gestión con 2 colegios: Instituto Integral Sudamericano y Colegio Boston bajo la mecánica de donar un libro que el estudiante quisiera que alguien de su edad lea en Bastión Popular.

Refrigerios

- Se gestionó a través de llamadas telefónicas y contactos vía redes sociales, la donación de refrigerios para los 12 sábados que realizamos los talleres en Bastión popular. Entre las marcas que colaboraron están: Atún real donando 72 latas, Delilú donando 10 productos de

150gr, McDonald's con 22 Cajitas Felices incluido libro en lugar de Jugete para los integrantes de El Faro y Jugos para obsequiar a los padres.

Visita a la Universidad de las Artes

- Se realizó una coordinación previa a la visita de a la Biblioteca de la Universidad de las Artes, horario y cronograma minuto a minuto. Se logró conseguir un medio de transporte gratuito para el traslado desde el Centro de Arte hasta las instalaciones de la Universidad de las artes. Se obtuvo por financiamiento del proyecto recursos materiales tales cómo membretes, refrigerios y materiales en general. Adicional se obtuvo colaboración de un estudiante de la Universidad Casa Grande que aportó documentando toda la visita.

Feria del Libro

- Para la visita a la Feria del Libro se obtuvo de forma gratuita un disfraz de marinero para que represente a los navegantes de nuestro proyecto en la animación a la lectura dictada por los integrantes del proyecto en la Tarima Infantil.

- Se logró conseguir un bus de la empresa Conduce Ecuador ITB para transportar a padres e hijos a la Feria del Libro.

Varios:

- Impresión de pasaportes y material en general para cada taller semanal.

2. **Los recursos humanos:** Los que componen la fuerza de trabajo, en este caso son los integrantes y gestores del proyecto de Jaula Abierta: El Faro. Los integrantes aportan con sus habilidades y conocimiento en cada rol que desempeñan dentro del proyecto para planificarlo y llevarlo a cabo. Un recurso humano importante fue la persona responsable de abrir, cerrar y limpiar el Centro cada semana. Obtuvimos también colaboración de un estudiante de la Universidad Casa Grande quién nos ayudó a documentar el proyecto en distintas instancias.

3. **Know How o propiedad intelectual:** Marc Bara define esta categoría para los recursos basados en el conocimiento de la función de operaciones e incluye también todos los diseños patentados y propietarios, secretos comerciales, software, sistemas de organización, procesos, técnicas e información (Bara, 2014). Para este proyecto en específico se decidió tomar esta categoría para definir y describir a todos los contactos generados que aportan con el conocimiento y experiencia al proyecto, por ejemplo: profesionales, guías, asesores.

Los talleres realizados a lo largo del proyecto tuvieron apoyo de profesionales que lograron que las actividades sean dinámicas y que los integrantes logren un aprendizaje mucho más amplio. Por ejemplo, se tuvo la oportunidad de contar con la participación de la escritora Verónica Coello, quién realizó una animación a la lectura con una leyenda de Edgar Allan García. Por otro lado, tuvimos una capacitación con Evelyn Pacheco, directora y dueña de la librería virtual El Escribiente, quién con su experiencia pudo responder dudas e informar sobre los beneficios de la lectura a los padres de los integrantes de El Faro. Por último tuvimos la intervención de Ana María González, coordinadora de la Biblioteca Universidad de las Artes quién fue la guía de este paseo dentro de las instalaciones, utilizó historias y experiencias para poder llegar a los jóvenes de tal manera en que ellos sientan una conexión con el lugar. Adicional tuvimos el soporte de nuestro guía y asesora: Verónica Coello y Enrique Rojas.

4. **El ecosistema de recursos:** Con este punto se refiere a todas las relaciones con los proveedores, marcas y socios, que constituyen colectivamente el ecosistema de negocios del proyecto. En la mayoría de los casos siempre las alianzas fuertes entre colaboradores, marcas o proveedores, son un activo muy importante para el éxito de un proyecto, y por tanto son un “recurso” disponible (Bara,2014).

Logo

Obtuvimos un acuerdo económico con una diseñadora local quién realizó el logo del proyecto y el manual de trabajo con aplicaciones.

Alianza estratégica

Se realizó una alianza con El Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil y luego de una reunión en donde se comentó con detalle el proyecto y nuestros objetivos, logramos generar esta alianza para financiar la construcción de un espacio de lectura en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil. El aporte económico fue de \$500 USD los cuales fueron transferidos a la cuenta bancaria de un integrante del grupo. A cambio de esta donación, el Club Rotario obtuvo un espacio en una placa de agradecimiento que estará colocada en el espacio de lectura.

Por otro lado la alianza más fuerte que representa al proyecto es con el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil quién nos abrió la puertas de su institución para realizar los talleres semanales durante 4 meses.

Rifas

Al observar el hallazgo de que los jóvenes nunca habían asistido a una biblioteca y veían muy distante la idea de tener acceso a una, empezamos el proceso para recaudar fondos para construir el espacio de lectura antes mencionado. Se consiguieron 30 marcas a través de redes sociales y por gestión de los integrantes del grupo, las cuales donaron cada una un producto específico para todo el kit del premio de la rifa. Se imprimieron 500 rifas que fueron vendidas en su totalidad a un valor de \$3 USD cada una.



información de contacto
(importante llenar para anunciar ganador)

Nº de rifa

000

nombre y apellido

número de celular

El Faro organiza

Rifa solidaria para construcción de biblioteca en Bastión Popular organizada por los estudiantes de la Universidad Casa Grande.



¡GANA LOS SIGUIENTES PREMIOS!

síguenos para saber el detalle de cada premio

 [elfaro2019](#)



El sorteo se realizará el Miércoles 14 de Agosto a 20h00 por se en vivo en la cuenta oficial del proyecto @elfaro2019, luego será contactado y será anunciado en redes sociales. Si el ganador no contesta dentro de las 24 horas se procederá a anunciar un siguiente ganador.

Gráfico 4: Diseño de rifa

Marcas involucradas:

Marcas		
1. Moonstone	11. La Pizzería Il Buco	21. Ella by Rafaella
2. Bamboo Smile	12. Dulce Bela	22. Baking Ideas
3. Soulboards	13. Volátil	23. Pasol
4. Atman	14. One Functional Training	24. Delilú
5. Seaside	15. Nano Decoration	25. Zambai Shack
6. Ropa Gallardo	16. Miyako Sushi	26. Simplicity Work EC
7. Chihuahuas Mexican Food	17. Anis brownies	27. Kandu
8. Frankies Snacks Deshidratados	18. Lemonade Gallery	28. Cultura Açai
9. Alelí	19. Pimiento Clothing	29. Apnea
10. Monva	20. Fulgore	30. Vyzer

- Por otro lado recibimos un descuento por parte de LITOCOPIAS, imprenta que realizó el trabajo de impresión de rifas con troquelado y numeradas.

- Se obtuvo material gratuito por parte de la empresa DUOPRINT para el proyecto, nos donaron: un roll up, un photobooth e impresiones de habladores en L tamaño A4 para los centros de acopio para la estrategia de donación de libros.

- Descuento del 25% en la compra de libros de “El Principito” en la librería española, estos libros tienen el fin de ser un obsequio para los adolescentes al final de los talleres.
- A través de la gestión de Verónica Coello se logró conseguir 22 libros de Leyendas del Ecuador escrito por Edgar Allan García, los cuales fueron utilizados durante todos los talleres para realizar las animaciones a la lectura.

5. **Los recursos financieros** se definen como los tipos de fondos disponibles, incluyendo dinero en efectivo invertido por los estudiantes y dinero en efectivo generado por las acciones o alianzas. (Bara, 2014)

A través de la venta de productos se logró recaudar cerca de \$300 para materiales y alimentos que se utilizaron en los talleres de motivación a la lectura. Se vendieron 300 galletas de chocolate blanco y negro, 150 fundas de canguil, 40 pedazos de pizza y 25 empanadas. La gestión fue realizada a través de la aprobación de la Universidad Casa Grande para utilizar sus instalaciones para realizar la venta. Por otro lado, semanalmente se vendieron 60 galletas divididas para los 6 integrantes del grupo, estas fueron vendidas a los alrededores y en lugares de trabajo actuales.

De la venta de las rifas se recaudaron \$1500 USD que fueron destinados a la construcción del espacio de lectura y gastos generales del proyecto. Así mismo la donación de \$500 del Club Rotario Cerro Azul de Guayaquil fue utilizado para el evento final de inauguración del espacio de lectura en Bastión Popular

Gastos

Gastos Generales	
Polaroids	\$18,00
Sello de El Faro + Tinta	\$5,00
Refrigerios en general	\$60,00
Pago de Seguridad y limpieza en el CAIRG	\$70,00

Inversión compra de galletas	\$150,00
Inversión compra de canguil / fundas / aceite / bebidas	\$20,00
Creación de logo	\$100,00
Talleres	
Taller 0: Evaluación de motivación	\$40,00
Taller 1: El final de la lectura	\$15,00
Taller 2 : Guión de teatro	\$15,00
Taller 3: Lectura y actividades en espacios abiertos	\$10,00
Taller 4: Visita a la Biblioteca de la Universidad de las Artes.	\$25,00
Taller 5: Animación a la lectura con Verónica Coello	\$20,00
Taller 6: Animación a la lectura	\$20,00
Taller 7: Animación a la lectura + Capacitación a padres	\$20,00
Taller 8: Animación a la lectura	\$10,00
Taller 9: Animación a la lectura + evaluación final	\$10,00
Feria del libro	
Materiales de papelería	\$20,00
Impresión afiches de cuentos	\$7,00
Camisetas	\$135,00
Evento de Inauguración Espacio de lectura	
Estructura de metal y madera	\$800,00
4 Puffs	\$85,00
Impresión de Rifas	\$39,00
Materiales de papelería	\$35,00
Trofeos	\$140,00
Impresión de Certificados	\$15,00
Impresión de fotos	\$40,00
Invitaciones Impresas	\$5,00
TOTAL	\$1.929,00

Bibliografía

Santos, B. (21 de Junio de 2018). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/marketing-social>

Kotler, Philip; Roberto, Ned y Lee, Nancy. *Social Marketing: Improving the quality of life*. Sage Publications, INC. 2002.

Kotler, Philip y Roberto, Eduardo L. *Marketing Social*, Editorial Díaz de Santos, 1992.

Moliner Tena, M.A. *Marketing Social: la gestión de las causas sociales*, Esic Editorial, 1998.

Marc Bara; OBS EDU: *Recursos en la Gestión de Proyectos: más allá de los recursos humanos y materiales*. Obtenido de: <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/project-management/recursos-en-la-gestion-de-proyectos-mas-alla-de-los-recursos-humanos-y-materiales> , 2014.

Anexo 1: Análisis externo e interno

	FACTORES NEGATIVOS	FACTORES POSITIVOS
ORIGEN INTERNO	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	Falta de mecanismos de seguimiento a los beneficiarios en momentos externos al programa	Apoyo de la comunidad de Bastión Popular para la realización del proyecto
	No podemos abarcar una cantidad de jóvenes muy grande. Por el recurso digital y por la capacidad de personas para dictar el taller.	Primer taller de lectura que se haya realizado en la comunidad
	Posible falta de financiamiento para mantener el programa	Equipo multidisciplinario
	Falta de material didáctico necesario	Innovación en las actividades recreativas
	En su mayoría la asistencia depende de los padres	Se podrán utilizar con mayor creatividad y práctica el uso de las TIC
	Falta de tiempo de integrantes del grupo por obligaciones laborales o personales	Puede generar cambios reales en la gestión diaria del centro
	La no aplicación del paso a paso del proyecto , la implementación y los resultados	Acceso a internet y wifi en el centro
La dificultad que tiene la comunidad para adquirir o poseer herramientas digitales	Hay planes en el centro que han funcionado correctamente y pueden servir de referencia o modelo	
ORIGEN EXTERNO	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	Dentro del CAIRG existen más talleres que trabajan con la misma comunidad y que podría afectar la asistencia	Los adolescentes muestran interés en participar en talleres de lectura
	Cierre indefinido o sin previo aviso del CAIRG y se tenga que cancelar la clase	Alianzas y colaboraciones con marcas para obtener recursos
	Tendencia de gestión de proyectos sociales pueden lograr que el proyecto no sea visible o se convierta en uno más de tantos.	Posibilidad de que otras entidades apoyen al proyecto
	La Organización Reina de Guayaquil apoya la gestión del proyecto	Continuidad al proyecto luego de obtener resultados
	El espacio utilizado para realizar los talleres queda en una zona propensa a la delincuencia	Aceptación de la comunidad y padres de familia
Factores climatológicos	Cambios tecnológicos en la educación	
Comunidad		
Bastión Popular, es un asentamiento urbano-marginal, ubicado en la zona norte de Guayaquil, entre los kilómetros 10,5 y 14, de la vía a Daule, que dista unos ocho o nueve kilómetros del centro de la ciudad. Ocupa un área de 341,35 hectáreas. Nació en 1986, como producto de una invasión de tierras, de la misma manera que han nacido la mayoría de los asentamientos periféricos de Guayaquil.		
En diciembre de 1999, la Comisión Europea firmó con el Gobierno ecuatoriano el Convenio de Financiación, ECU/B7-3100/IB/98/0307, que dio vida al proyecto de "Desarrollo de las Zonas Urbano Marginales de Guayaquil, ZUMAR".		
Fuente: Programas de desarrollo social - experiencia gerencial en Bastión Popular, 2006		

Anexo 2: Contrato por obra: Estructura de El Faro

CONTRATO DE TRABAJO POR OBRA CIERTA

En la ciudad de Guayaquil a los quince días del mes de agosto del año 2019, comparecen, por una parte, **FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA** portadora de la cédula de ciudadanía Nro. **0924377211** en calidad de EMPLEADOR; y, por otra parte, el señor **RICARDO XAVIER ARMIJOS VÉLEZ** portador de la cédula de ciudadanía Nro. **0906696026** en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Guayaquil y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO POR OBRA CIERTA: CONSTRUCCIÓN DE BIBLIOTECA GIRATORIA** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - ANTECEDENTES:

El empleador señora **FRANCESCA PAOLA GARCÉS ANTEPARA** requiere contratar los servicios del trabajador para que realice el siguiente trabajo por obra cierta.

ESTRUCTURA Y CONSTRUCCIÓN DE UEBLE PARA LIBROS GIRATORIA EN EL CENTRO DE ARTE INTEGRAL REINA DE GUAYAQUIL UBICADA EN BASTIÓN POPULAR.

SEGUNDA. - OBJETO:

Con los antecedentes expuestos, "EL EMPLEADOR", contrata los servicios lícitos y personales del señor **RICARDO XAVIER ARMIJOS VÉLEZ**, para que realice la siguiente obra cierta, cuyas características se indican a continuación:

ESTRUCTURA Y CONFECCIÓN DE MUEBLE PARA LIBROS GIRATORIA EN FORMA DE "FARO"

Detalle:

- Elaboración de estructura giratoria armable a entregarse en el Centro de Arte Integral Reina de Guayaquil.
- Elaboración de planos arquitectónicos, detalles constructivos necesarios para el fabricante del mueble.
- Se debe cubrir instalación en el punto acordado.
- Responsable del correcto funcionamiento de la pieza.

Dirección técnica:

- Gestionar la correcta implementación del diseño arquitectónico propuesto por el TRABAJADOR.
- Responsabilidad técnica de los materiales y proceso constructivo.
- Encargado de supervisión de elaboración del mueble para libros. (El Faro)

Materiales y estructura del mueble EL FARO:

- El mueble consta de los siguientes elementos en su composición:
 - 1) Estructura metálica
 - 2) Revestimiento de madera laminada
 - 3) Revestimiento de colores según diseño arquitectónico propuesto. (Ver anexos)
 - 4) Elemento giratorio para el mueble.
 - 5) Elemento tipo "podio" con logo de marca SOLID e integrantes del grupo El Faro: Francesca Garcés, María Lourdes Pólit, Sandy Correa, Andrea Rivadeneira, Santiago Roditti y Sofía Baquerizo.
 - 6) Placa incrustada en la pieza con texto a definir por el EMPLEADOR.

Para la ejecución de la obra cierta antes referida, EL TRABAJADOR se compromete a cumplir con todas las disposiciones verbales o escritas que le imparta su empleador, para la correcta ejecución de la obra cierta que motiva la suscripción de éste contrato, a cumplir el Reglamento Interno de Trabajo y de Salud y Seguridad Ocupacional de su empleador y demás normas laborales.

La obra cierta para ejecutarse pasa a ser de propiedad del empleador, sin que el trabajador tenga ningún derecho sobre la misma.

NOVENA: JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA: DOMICILIOS:

El empleador manifiesta que su domicilio principal está ubicado en Alborada 14va etapa manzana 5 villa 23; en tanto que el trabajador declara que su domicilio y residencia habitual la tiene ubicada en Calle Riobamba 126 I Julián Coronel.

DÉCIMA PRIMERA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN:

Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses, firmando para constancia y validez en unidad de acto, ante el Inspector del Trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de Guayaquil, a los quince días del mes de agosto del año 2019.

Ramona Garés

CONTRATANTE

CC. 0924377211

Rafael Garés

CONTRATADO

CC. 0906696026

Anexo 3: Recibo de pago



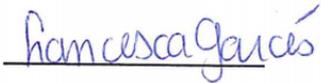
16 de agosto de 2019

Por medio de la presente se detalla el pago del 60% del valor total por concepto de CONSTRUCCIÓN DE BIBLIOTECA a RICARDO ARMIJOS con número de cédula 090669602.

Se entrega: \$480 DOLARES AMERICANOS equivalentes al 60% del valor total acordado (\$800).

Entrega:

Recibe:



Francesca Garcés

CI: 0924377211



Ricardo Armijos

CI: 090669602