



## PinPacPur. Parques Infantiles Accesibles Urbanos

Master Executive en Economía Social · EOI  
Madrid, Octubre de 2013

**Misión:**

Desarrollo de soluciones integrales de accesibilidad para el ocio en los parques infantiles. Trabajamos para que todos los niños puedan disfrutar en los parques transformando los existentes con soluciones que permiten solventar barreras para la discapacidad: motora, psíquica y sensorial.

**Equipo:**

- Leticia Mejorada
- Julia Segovia
- Estrella Cerezo
- Daniel Fernández

**Tutor:**

- Javier González Esteban

## Índice de contenido

I. CONCEPCIÓN DEL PROYECTO.....	6
1. IDEA DE NEGOCIO.....	6
1.1. Descripción.....	6
1.2. Objetivos del proyecto.....	7
1.3. Análisis de situación actual y mercado.....	7
1.4. Elementos de innovación y accesibilidad “Parque para todos”.....	7
1.5. Acciones de Sensibilización y generación de mercado.....	7
1.6. Modelo de Negocio.....	8
2. MISIÓN Y VISIÓN.....	10
MISIÓN.....	10
VISIÓN.....	10
II. CONFIGURACIÓN DEL NEGOCIO.....	11
1. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO.....	12
1.1. Datos Macroeconómicos.....	12
1.2. Afiliación y concienciación social sobre accesibilidad y Ley de dependencia.....	12
1.3. Parques Infantiles Accesibles y primer análisis de competencia....	15
1.4. Análisis de proveedores .....	16
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL.....	17
3. ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO LEGISLATIVO.....	21
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO.....	26
4.1. Desarrollo tecnológico industrial para la accesibilidad en parques infantiles.....	26
4.2. Estimulación Multisensorial.....	30

4.3. Visualización y visibilización: Herramientas de sensibilización.....	34
4.4. Certificaciones.....	36
5. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	38
5.1. Proveedores.....	38
5.2. Competidores.....	39
5.3. Partners .....	39
5.4. Clientes.....	39
6. OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	39
7. MODELO DE NEGOCIO.....	40
III. PLAN COMERCIAL.....	41
1. LINEAS DE SERVICIO.....	41
1.1. Servicio de consultoría y asesoramiento en accesibilidad e inclusión infantil en parques infantiles.....	43
1.2. Área de investigación e innovación.....	43
1.3. Transformación de los parques actuales en accesibles.....	44
1.4. Servicio de mantenimiento y conservación.....	45
1.5. Plan de desarrollo de Negocio.....	46
2. ELEMENTOS CLAVE.....	47
2.1. Campañas de sensibilización.....	47
2.2. El Cliente.....	48
3. OBJETIVOS Y ESTRATEGIA COMERCIAL.....	49
4. COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y ALIANZAS.....	51
4.1. Presentación.....	51
4.2. Situación actual de marketing.....	51
4.3. Objetivos.....	51
4.4. Estrategia de marketing: Sensibilización, Posicionamiento, Producto, Precio y Servicio. Marketing mix.....	52

4.5. Programa de acciones. Mix de comunicación.....	55
4.6. Acuerdos de colaboración / Alianzas.....	55
4.7. Fidelización .....	59
IV PLAN DE OPERACIONES.....	60
1. MODELO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.....	60
COSTES.....	61
2. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE PROVEEDORES .....	62
3. SISTEMA DE GESTIÓN .....	63
3.1. Plan de recursos.....	65
4. MODELO ORGANIZATIVO.....	67
4.1. Forma Jurídica.....	67
4.2. PLAN DE RRHH.....	68
V. MODELO ECONÓMICO FINANCIERO.....	80
VI. PLAN DE CONTINGENCIAS.....	86
VII. PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO.....	86
VIII. AGRADECIMIENTOS.....	87
XIX. ANEXOS.....	88
1. Mercados potenciales:.....	88
2. Mercado accesible: .....	89
4. Cuota de Mercado:.....	94
5. Ficha cliente municipio.....	99
XX. REFERENCIAS.....	100

# I. CONCEPCIÓN DEL PROYECTO

## 1. IDEA DE NEGOCIO

Accesibilidad en parques infantiles urbanos Pin-Pac-Pur (parques infantiles-accesibles-urbanos)

### 1.1. Descripción

Observamos en la actualidad, que los parques infantiles de las ciudades y pueblos de nuestro país no se encuentran adaptados para la integración de todos los niños, con y sin discapacidad. Este déficit, que por lo demás pasa inadvertido para la población no afectada, supone un problema importante tanto para los niños-usuarios, que no pueden acceder ni utilizar las instalaciones, como para sus mentores, que no disponen de espacios de recreo, donde sus hijos interactúen en condiciones de igualdad con otros usuarios de su edad.

Por tanto, entendemos que existe un vacío en este área que no está siendo abordado por las instituciones locales competentes, y entendemos que se da una oportunidad de intervención de interés para las mismas. En la medida en que los ayuntamientos se posicionen en accesibilidad, sus ciudadanos ganarán en calidad de vida, objetivo éste para el que han sido legitimados en las urnas.

Este objeto social se complementa con una oportunidad de negocio que puede ser viable económicamente si somos capaces, además de cubrir la necesidad social, de realizar un producto innovador y competitivo.

Este proyecto se propone abordar esta problemática, incidiendo en dos vías complementarias:

1. Buscando la **visibilización** de estas carencias de acceso para los menores con alguna discapacidad.

2. Proponiendo **sistemas integrales de adaptación** de las instalaciones, atendiendo a los tres bloques principales de discapacidad: motora, psíquica y sensorial.

## 1.2. Objetivos del proyecto

El proyecto Parques Accesibles se concreta en la constitución de una empresa de servicios que permita transformar los parques infantiles en parques accesibles. El proyecto desarrollará varias líneas de trabajo complementarias, desplegadas en el ámbito de la comunicación, la consultoría, el desarrollo de herramientas interactivas y el diseño y adaptación arquitectónica de los parques.

## 1.3. Análisis de situación actual y mercado.

1. Estudio de las dificultades básicas asociadas a los tres bloques principales de discapacidad (motora, psíquica y sensorial), que nos permitan identificar las barreras principales en la usabilidad de los parques infantiles.
2. Análisis de normativa y estándares de calidad.
3. Búsqueda de proveedores/constructores de mobiliario de parques infantiles.
4. Modelos Tipo (características, materiales, precios asociados, etc.)

## 1.4. Elementos de innovación y accesibilidad “Parque para todos”.

1. Diseño de una batería de intervenciones dirigidas a corregir esas barreras detectadas, que serán abordadas desde una aproximación arquitectónica, tecnológica -diseño de herramientas interactivas- y urbanística.
2. Planeamiento y diseño de un parque accesible tomando como modelo uno que no lo sea según criterios a determinar.
3. Construcción de una plataforma de visualización online, que reflejará los espacios habilitados para uso accesible de la diversidad infantil, caracterizada por tipologías de discapacidad y mediante herramientas de geolocalización.

## 1.5. Acciones de Sensibilización y generación de mercado.

1. Realización de un informe de buenas prácticas en el diseño accesible, que recoja la experiencia realizada y promueva intervenciones en espacios públicos de ocio in-

fantil.

2. Campaña de comunicación dirigida a concienciar sobre el problema de acceso a espacios de ocio por parte de niños con alguna discapacidad.
3. Se prevé la realización de convocatorias dirigidas a diseñadores, informáticos y/o artistas, para el diseño de herramientas que faciliten la adaptación de los espacios, siguiendo los tres bloques principales de discapacidad.
4. Este proyecto plantea, además, la construcción de un *website* específico que recogerá materiales sobre el proyecto, documentación, resultados de la investigación y prototipos.

## **1.6. Modelo de Negocio.**

El modelo de negocio se determinará una vez realizado un análisis de situación del sector teniendo en cuenta los puntos previos y valorando la posibilidad de diferentes líneas de servicio:

1. Sensibilización y concienciación de público objetivo (usuarios, instituciones públicas, sociedad en general)

Innovación y accesibilidad para todos (área de investigación)

1. Física
2. Tecnológica
3. Innovación
4. Impulso factores de diferenciación

2. Asesoramiento y consultoría: sería la primera fuente de ingresos de la organización:

1. Asesoramiento en diseño de parques accesibles
2. Asesoramiento en transformación de parques actuales en accesibles:
  1. Servicios de consultoría
  2. Servicios de transformación
    - a. Señalización y obra menor
    - b. Obra mayor



### 3. Construcción y montaje

1. Análisis de proveedores existentes
2. Homologación de proveedores
3. Diseño de mobiliario
4. Diseño de parque
5. Catálogo de productos

En función de las líneas de servicios que se seleccionen se determinarán los recursos necesarios para su puesta en marcha, para la elección final de los servicios que incluirá la institución se desarrollarán los siguientes hitos:

- Estudios de Mercado
  - Competidores
  - Proveedores
  - Clientes y posibles socios
- Definición Modelo de Negocio
  - Objetivos estratégicos
  - Definición de Estrategia Comercial, de forma especial se analizará y desarrollará las alianzas con principales agentes del sector Fundación ONCE, Fundosa, Colegios Profesionales, etc.
  - Definición de Estrategia de Operaciones (que determinará si se llega a la fase de “construcción y montaje”

En función del Modelo de Negocio elegido se desarrollarán:

- Plan de Comercial y Marketing
- Plan de Operaciones / Implantación
- Que dará lugar al
  - Modelo Organizativo
  - Plan de RRHH
  - Modelo Económico (por línea de servicios desde: a.- Sensibilización y concienciación, b.- Innovación, c.- Asesoramiento y consultoría d.- construcción y montaje)

## 2. MISIÓN Y VISIÓN

### MISIÓN

Desarrollo de soluciones integrales de accesibilidad para el ocio en los parques infantiles. Trabajamos para que todos los niños puedan disfrutar en los parques transformando los existentes con soluciones que permiten solventar barreras para la discapacidad: motora, psíquica y sensorial.

### VISIÓN

PIN PAC PUR quiere ser un referente en la accesibilidad de los parques infantiles. Queremos que todos los parques infantiles sean espacios inclusivos en los que todos los niños con y sin discapacidad disfruten del juego y aprendan a ver las capacidades de los demás, propiciando espacios de encuentro y participación social.

## II. CONFIGURACIÓN DEL NEGOCIO

PinPacPur se propone desarrollar modelos de Parques Infantiles Accesibles para zonas urbanas, dirigidos a toda la población con edades comprendidas entre los 3 y 12 años de edad, adaptados a las necesidades de las distintas y diversas discapacidades siguiendo los tres bloques de diversidad funcional -motora, sensorial y psíquica-.

Actualmente algunos parques públicos contemplan algunas medidas de accesibilidad pero en la mayoría de los casos estas medidas van dirigidas a los adultos que acompañan a los menores (carteles con pictogramas que informan de las características del parque\*) y no a la *población diana* para la cual son diseñados los parques. Observamos que la participación activa de la Infancia con discapacidad en dichas áreas es limitada y apostamos por dar una mejor y completa atención a sus necesidades de relación y juego.

Consideramos el JUEGO como la herramienta, el medio y el fin por el cual la infancia se desarrolla a nivel biológico, psicológico y social. Existen numerosos estudios que validan la importancia de la intervención temprana como medida preventiva, estimuladora y facilitadora de recursos y medios para que los menores puedan alcanzar niveles óptimos en su desarrollo completo como personas.

Los parques infantiles pueden convertirse en espacios dónde estos menores experimenten, aprendan y se diviertan pero no sólo ellos, también los adultos acompañantes ya que podrán participar de forma activa en dicho proceso.

El proyecto está pensado en primer lugar para ser implantado en los espacios públicos y por tanto nuestro principal **cliente** será la Administración. Sin embargo, consideramos además la necesidad que existe en otros espacios -centros especiales de empleo, urbanizaciones, áreas infantiles de edificios públicos o privados, etc- de adaptación de sus infraestructuras para el público objetivo de esta propuesta.

# 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO

## 1.1. Datos Macroeconómicos

La actual situación económica con altos déficit públicos, tanto a nivel nacional como regional y local, limita los procesos de inversión del Sector Público y la sostenibilidad de las mejoras sociales ya logradas.

Datos de las cuentas nacionales y el mercado laboral 2012:

PIB	1.049.525 M.€
PIB Per Cápita	22.700€
Deuda	883.873 M.€
Deuda	84,20%
Deuda Per Cápita	19.113 €
Déficit	-111.641 M.€
Déficit (%PIB)	-10,60%
Paro	26,90%

La situación económica llevaría a incidir en los procesos de mejora y adaptación de los parques existentes con **kits de accesibilidad**.

## 1.2. Afiliación y concienciación social sobre accesibilidad y Ley de dependencia

No obstante, la cada vez mayor **concienciación social sobre la accesibilidad** genera nuevas necesidades que ayudarán a implantar “la accesibilidad en los parques infantiles”.

En 2008 tan sólo una de cada veinte personas con discapacidad (5,6%, casi 200.000 personas) estaba afiliada a asociaciones especializadas del sector. Este dato nos sirve de referencia en cuanto al grado de implicación en asociaciones de discapacitados.

Las asociaciones con mayor número de afiliaciones a partir de la Encuesta sobre Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia (EDAD) coordinada por

el INE de 2008 son las siguientes:

ASOCIACIÓN	HOMBRE	MUJER	TOTAL
ONCE	23.485	22.449	45.934
FEDER (enfermedades raras)	5.435	10.689	16.124
COCEMFE (minusválidos físicos)	5.321	8.985	14.306
FEAPS (personas con discapacidad intelectual)	8.639	4.918	13.557
Cruz Roja	4.440	6.051	10.491
ASPACE (Atención Personas Parálisis Cerebral)	3.901	3.271	7.172
FELEM (esclerosis múltiple)	1.707	4.472	6.179
CNSE (sordos)	2.658	2.083	4.741
Fundación Alzheimer España	1.131	3.440	4.571
ASPAYM (lesiones medulares y gran discapacidad física)	2.802	1.707	4.509
Síndrome de Down	1.727	2.479	4.206
AECC (cáncer)	547	3.068	3.615
FEAFES (enfermos mentales)	2.068	985	3.053
FIAPAS (familias de personas sordas)	1.153	1.313	2.466
ALCER (enfermedades renales)	1.540	867	2.407
Federación Española de Parkinson	765	713	1.478
FEDACE (daño cerebral)	587	724	1.311
<b>TOTAL</b>	<b>67.906</b>	<b>78.214</b>	<b>146.120</b>

Fuente: INE

En los últimos 10 años se ha producido un incremento significativo en la tasa de afiliación, no obstante, la inmensa mayoría de las personas con discapacidad siguen sin formar parte activa de las organizaciones del sector.

Este análisis nos permitirá conectar con una “Comunidad” de usuarios interesados en

demandar la incorporación de accesibilidad en sus ayuntamientos. No obstante, los principales demandantes de áreas de integración son los padres de niños con alguna limitación funcional.

Un elemento que nos podrá ayudar a determinar oportunidades es el nivel de aplicación de la Ley de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a Personas en Situación de Dependencia por Comunidades Autónomas. De hecho, puede ser otro elemento a trabajar para **que en la aplicación de la ley de dependencia**, que representa una ayuda indispensable a los familiares que facilitan cuidado y atención a estos niños, **se tenga en cuenta el ocio-infantil**.

Datos de aplicación de la ley de dependencia:

SAAD (Sistema para la Autonomía y Atención de la Dependencia). Situación a 31/05/2013:

ÁMBITO TERRITORIAL	Población CCAA (1)		Solicitudes Registradas	
	Nº	%	Nº	% población CCAA
Andalucía	8.449.985	17,88	398.318	4,71
Aragón	1.349.467	2,86	46.385	3,44
Asturias (Principado de)	1.077.360	2,28	34.790	3,23
Balears (Illes)	1.119.439	2,37	24.133	2,16
Canarias	2.118.344	4,48	39.904	1,88
Cantabria	593.861	1,26	23.824	4,01
Castilla y León	2.546.078	5,39	103.682	4,07
Castilla-La Mancha	2.121.888	4,49	88.581	4,17
Catalunya	7.570.908	16,02	278.576	3,68
Comunitat Valenciana	5.129.266	10,85	105.659	2,06
Extremadura	1.108.130	2,34	47.359	4,27
Galicia	2.781.498	5,88	84.759	3,05
Madrid (Comunidad de)	6.498.560	13,75	173.003	2,66
Murcia ( Región de)(*)	1.474.449	3,12	53.774	3,65

Navarra (Comunidad Foral de)	644.566	1,36	17.369	2,69
País Vasco	2.193.093	4,64	83.441	3,80
La Rioja	323.609	0,68	14.508	4,48
Ceuta y Melilla	164.820	0,35	3.879	2,35
<b>TOTAL</b>	<b>47.265.321</b>	<b>100,00</b>	<b>1.621.944</b>	<b>3,43</b>

FUENTE: INE

El nivel de inversión y aplicación también nos puede suministrar información de las comunidades más sensibles a la incorporación de la accesibilidad en los parques (Andalucía, La Rioja, Extremadura).

### 1.3. Parques Infantiles Accesibles y primer análisis de competencia.

En la actualidad en España sólo hemos detectado un parque que podría considerarse Accesible, analizado por Jorge Palomares en el blog de su proyecto P.I.A.:

#### El Parque del Avión (Getafe)<sup>1</sup>



Este parque es un ejemplo de integración de juegos entre edades y sin discriminar a niños con capacidades diferentes. Cuenta con juegos que promueven la integración: paneles informativos con escritura *Braille*, juegos sonoros, columpios adaptados, etc. El juego principal, con forma de avión, cuenta con rampa de entrada y numerosos paneles lúdicos. También hay algunos juegos más innovadores que están, en cualquier caso,

<sup>1</sup> Imagen tomada de <http://parquesinfantilesaccesibles.blogspot.com.es/>

integrados con los juegos principales y cuya utilización no implica ni peligro ni segregación en el juego.

#### **1.4. Análisis de proveedores**

En España existen muchos proveedores de parques infantiles, tanto nacionales como internacionales, también podemos encontrar pequeñas empresas familiares que ofrecen sus servicios.

Cada vez, son mayores los proveedores con soluciones diferenciales tanto en diseño (incorporando entornos de juegos específicos y áreas temáticas) como en materiales (incorporando innovación de materiales menos agresivos y más resistentes).

Algunos de los proveedores analizados:

- Aunor (<http://www.aunor.org>)
- Maderplay (<http://www.maderplay.com>)
- Gronxat (<http://gronxat.com>)
- Hags (<http://catalog.hags.com>)
- Sutcliffeplay (<http://www.sutcliffeplay.co.uk>)
- Montajes Ezkur (<http://zonasrecreativas.com>)
- Jumbo (<http://www.productosjumbo.com>)
- Territorio Urbano (<http://www.territoriourbano.es>)
- Contenur S.L (<http://www.contenur.com>)
- Grupo Vimalto (<http://www.grupovimalto.com>)
- Urbijuegos (<http://www.urbijuegos.com>)
- Imeison (<http://www.imeison.es>)
- Acces, Asesoría de Adaptabilidad (<http://www.accesasesoria.es>)

Del análisis de proveedores se puede observar que además de las soluciones de parques de exteriores una opción de negocio puede ser el diseño de parques de interior: que contemplen parques privados de juegos -o su adaptación a ciertos tipos de



discapacidad-, parques privados en centros comerciales, en hospitales, etc.

## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIAL

Para realizar un análisis del entorno tomaremos como referencia datos relativos a la población infantil y a la discapacidad.

Los datos actuales en relación a la infancia, según el INE, nos sitúan España en un momento de decrecimiento poblacional. La inmigración, mayoritariamente joven, había elevado dichos índices en los últimos años, pero la situación socioeconómica del país está favoreciendo el retorno de estas familias a sus países de origen.

Paralelamente, la evolución de la crisis en España contribuye negativamente a la evolución hacia condiciones sociopolíticas que favorezcan la natalidad del país.

El desarrollo de medidas de conciliación, recortes en los sistemas de educación y sanidad públicos y la elevada tasa de paro constituyen factores determinantes en este descenso.

### Indicadores Demográficos Básicos

#### Natalidad y Fecundidad

##### Tasa Bruta de Natalidad.

Unidades: Nacidos por 1000 habitantes

	2012	2011	2010	2009	2008
Total Nacional	9,67	10,07	10,42	10,65	11,28

\*Notas: Cifras provisionales: ( Año 2012)

Nos encontramos con estudios de proyección (Plan proyecciones a corto plazo 2011-2021. INE) en los cuáles no parece que la tendencia social vaya a cambiar.

<b>Cifras de población a 1de enero de 2013. Resultados provisionales.</b>		
<b>Resultados nacionales</b>		
<b>Población residente por fecha, sexo y edad</b>		
Unidades: Personas		
Ambos sexos	<b>2013</b>	<b>2020</b>
0 años	452.078	404.585
1 año	475.956	414.355
2 años	480.501	424.784
3 años	492.469	435.527
4 años	519.207	446.263
5 años	500.844	456.701
6 años	497.023	466.540
7 años	486.817	475.497
8 años	481.672	483.317
9 años	473.485	490.015
10 años	454.979	502.160
11 años	451.639	495.460
12 años	451.192	490.154
<b>TOTAL</b>	<b>6.217.862</b>	<b>5.985.358</b>

Notas:

1.- Los cálculos se han realizado para la población residente.
2.- Fuente: INE

Estos estudios confirman y apoyan la idea de que las familias españolas van encontrando más dificultades, cuentan con menos recursos y apoyos sociales que favorezcan dicho crecimiento.

No debemos olvidar tampoco que actualmente la edad de embarazo de las mujeres es cada vez mayor. La incorporación de la mujer en el mundo laboral y las escasas medidas de apoyo a la conciliación no están favoreciendo una planificación familiar completa.

## Indicadores Demográficos Básicos

### Natalidad y Fecundidad

#### Edad Media a la Maternidad según nacionalidad (española/extranjera) de la madre

#### Unidades: Años

Total Nacional	2012	2011	2010	2009	2008
Española	32,15	32,05	31,85	31,71	31,54

#### Notas:

- 1.- La desagregación por nacionalidad no está disponible para años anteriores a 2002.
- 2.- Cifras provisionales: ( Año 2012)

Según la macroencuesta del INE 2008, un 7% de la población tiene algún tipo de discapacidad originado en la etapa perinatal y podemos afirmar que desde una perspectiva biomédica, "aumenta el riesgo asociado al desarrollo de alguna discapacidad cuánto mayor edad tiene la mujer", siendo los límites aconsejados de menor riesgo los 20 y 40 años.

Por eso consideramos de vital importancia fomentar y apoyar todas aquellas medidas que favorezcan desde una perspectiva bio-psico-social el desarrollo de la población infantil.

Desde el 2010 se ha consolidado en España el concepto de ATENCIÓN TEMPRANA mediante la publicación del Libro Blanco. Gracias a la participación de muchas personas expertas (terapeutas ocupacionales, psicólogos, maestros, neuropediatras, médicos) y asociaciones dedicadas a la intervención e investigación en infancia y discapacidad, bajo la supervisión del Real Patronato de Discapacidad se ha podido unificar en un mismo

documento un marco de actuación que parte de las premisas de la Prevención, Gratuidad e Intervención Global.

En las últimas décadas estamos viendo como se produce una evolución entorno a conceptos como infancia y discapacidad pero sigue quedando mucho trabajo por hacer.

En el caso de la discapacidad, el modelo social ha ido cobrando poco a poco mayor importancia frente al modelo médico-terapéutico y dejando atrás los más estigmatizantes.

La Asociación Americana sobre Retraso Mental, fue una de las primeras en identificar la discapacidad intelectual” no como rasgo absoluto y exclusivo de la persona sino como la consecuencia de las limitaciones individuales junto con las habilidades adaptativas de la persona y el entorno de esta”.

Todo esto en España se vio reforzado por el modelo de vida independiente donde las personas con alguna discapacidad pasaron de ser atendidos como simples “pacientes” a ser los protagonistas y agentes activos de sus propias vidas.

Este modelo impulsado principalmente a raíz de la Ley de Dependencia del 2007, y apoyado gracias a organismos como el Sistema para la Autonomía y Atención a la dependencia (SAAD), ahora mismo se encuentra en una situación delicada (casi de extinción) debido a los recortes provenientes de las últimas medidas políticas frente a la deuda pública.

Rosato y Angelino (2009) afirman que “es fundamental introducir variables ecosociales para explicar la etiología de las discapacidades”. Estamos hablando de un colectivo que ronda los cuatro millones de personas. Una décima parte de la población española. Razón más que suficiente cómo para seguir prestando una atención especial.

Pero no sólo esto, la tasa de riesgo social asociado a los menores de 16 años en España, en el 2010 es de un 25,6% siendo la tasa de riesgo social asociado en la población

general de un 20,7%.

Por lo que la Infancia también constituye un colectivo claramente en situación de alarmante vulnerabilidad.

Si a lo mencionado anteriormente le añadimos el riesgo asociado a los colectivos con alguna discapacidad y sus familiares con el descenso notable de las ayudas no sólo económicas sino asistenciales, nos encontramos con datos como la tasa de prevalencia de personas con discapacidad entre 0 y 64 años en función del nivel de la renta. Del 1,7% en los hogares con más ingresos (por encima de 5.000 euros/mes) al 11,3% en los de capacidad inferior (por debajo de 500 euros/mes). ( INE 2008)

Por eso nos parece que la infancia con discapacidad es uno de los colectivos más vulnerables en nuestro país y la situación de riesgo social que las acompaña es alarmante. Creemos que cualquier iniciativa que favorezca procesos de inclusión y el correcto desarrollo bio-psico-social debería ser atendido como medidas prioritarias.

### **3. ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO LEGISLATIVO**

Es evidente que se ha avanzado mucho en temas de accesibilidad. Las ciudades en la actualidad poco o nada tienen que ver con las de hace 10 años y el concepto de discapacidad ha entrado de lleno en las sociedades modernas. Ahora bien, queda mucho por hacer para conseguir la accesibilidad Universal y en concreto en el tema de la accesibilidad infantil es algo poco o nada desarrollado.

Nadie duda en las sociedades occidentales que la infancia es la etapa principal del desarrollo de la vida y la integración real comienza por cubrir un derecho al que los niños con cualquier discapacidad, no deberían ser discriminados.

Queremos una sociedad inclusiva, dónde los niños se integren, jueguen, se eduquen todos juntos, compartiendo las distintas capacidades de cada uno de ellos, en una

integración real.

Según la Encuesta sobre Discapacidades, Deficiencias y Estado de Salud elaborada por el Instituto Nacional de Estadística en 1999, existían un total de 151.078 niños con discapacidad en España.

Existen numerosas normas en nuestro ordenamiento jurídico que reconocen los derechos de las personas con discapacidad e implícitamente a los niños . Ya nuestra Constitución lo refleja en el art 49 y 14, los cuales hacen referencia a las personas con discapacidad.

*Artículo 49: “Los poderes públicos realizarán una política de previsión, tratamiento, rehabilitación e integración de los disminuidos físicos, sensoriales y psíquicos, a los que prestarán la atención especializada que requieran y los ampararán especialmente para el disfrute de los derechos que este Título otorga a todos los ciudadanos.”*

El artículo 14 de la Constitución Española dice “Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, y el art. 9.2 es manifestación del Estado Social y consagra el principio de Igualdad Material.

Ésta es, sintéticamente expuesta, la interpretación del Tribunal Constitucional sobre el principio de igualdad material contenido en el artículo 9.2.

- El artículo 9.2 de la Constitución española es un precepto que compromete la acción de los poderes públicos, a fin de que pueda alcanzarse la igualdad sustancial entre los individuos, con independencia de su situación social<sup>2</sup>.
- El artículo 9.2 puede imponer, como consideración de principio, la adopción de normas especiales que tiendan a corregir los efectos dispares que, en orden al disfrute de bienes garantizados por la Constitución, se sigan de la aplicación de disposiciones generales en una sociedad cuyas desigualdades radicales han sido

---

<sup>2</sup> [Sentencia del Tribunal Constitucional STC 39/1986](#), de 31 de marzo

negativamente valoradas por la propia Norma Fundamental. ([STC 19/1988](#), de 16 de febrero).

- La incidencia del mandato contenido en el artículo 9.2 sobre el que, en cuanto se dirige a los poderes públicos, encierra el artículo 14 supone una modulación de este último, en el sentido, por ejemplo, de que no podrá reputarse de discriminatoria y constitucionalmente prohibida -antes al contrario- la acción de favorecimiento, siquiera temporal, que aquellos poderes emprenden en beneficio de determinados colectivos, históricamente preteridos y marginados, a fin de que, mediante un trato especial más favorable, vean suavizada o compensada su situación de desigualdad sustancial<sup>3</sup>.

Pero la realidad de las personas con discapacidad y sus familias es bien distinta.

La Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero de Protección Jurídica del Menor expone en su art 11.1 que:

- Las Administraciones públicas facilitarán a los menores la asistencia adecuada para el ejercicio de sus derechos. Las Administraciones públicas, en los ámbitos que les son propios articularán políticas integrales encaminadas al desarrollo de la infancia por medio de los medios oportunos de modo muy especial, cuanto se refiera a los derechos enumerados en esta Ley. Los menores tienen derecho a acceder a tales servicios por sí mismos o a través de sus padres o tutores o instituciones en posición equivalente quienes a su vez tienen el deber de utilizarlos en beneficio de los menores.
- Se impulsarán políticas compensatorias dirigidas a corregir las desigualdades sociales. En todo caso, el contenido esencial de los derechos del menor no podrá quedar afectado por falta de recursos sociales básicos.
- Las Administraciones públicas deberán tener en cuenta las necesidades del menor al ejercer sus competencias especialmente en materia de control sobre productos alimenticios, consumo, vivienda, educación, sanidad, cultura, deporte, espectáculos, medios de comunicación transportes y espacios libres en las

---

<sup>3</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional [STC 216/1991](#), de 14 de noviembre

ciudades.

- Las Administraciones públicas tendrán particularmente en cuenta la adecuada regulación y supervisión de aquellos espacios centros y servicios, en los que permanecen habitualmente niños y niñas en lo que se refiere a sus condiciones físico-ambientales higiénico-sanitarias y de recursos humanos y a sus proyectos educativos, participación de los menores y demás condiciones que contribuyan a asegurar sus derechos.

O lo que es lo mismo, los derechos del menor no podrán quedar afectados por falta de recursos sociales básicos.

La ley 51/2003 de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de las personas con discapacidad, establece medidas de no discriminación y de acción positiva.

En España son las Comunidades Autónomas las que regulan normas específicas, lo que hace que no exista una Ley de mínimos, igualitaria para todos que garantice esos derechos y sobretodo les de una dotación económica, según indica el art. 149.1.1 que garantice la igualdad de todos los españoles.

El Real Decreto 1971/1999 regulador del procedimiento para el reconocimiento y grado de minusvalía, mediante el cual se accede a la mayoría de los derechos reservados a las personas con discapacidad, tiene importantes deficiencias.

Los baremos actuales están basados en la Clasificación CIDDM (Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías de 1980 de la OMS) y no se han actualizado aún a la CIF (Clasificación Internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud del año 2001).

La Organización Mundial de la Salud presentó en Venecia en octubre 2007 una nueva clasificación dirigida a la infancia y a la adolescencia. Se trata de la Clasificación



Internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud para Niños y Adolescentes.

No existen pruebas homologadas para hacer las valoraciones de los niños, ni hay retroactividad al nacimiento en discapacidad congénita.

El estado no ofrece información ni apoyo a las familias cuando reciben el diagnóstico y las familias no saben dónde acudir en cuanto a médicos especialistas, atención temprana ni ayudas.

El Certificado de minusvalía es un documento que reconoce el derecho a la aplicación de los beneficios previstos en la Ley 13/1982 de Integración Social de los minusválidos (LISMI) y en otras normas reservadas a las personas que han obtenido dicho reconocimiento legal de minusvalía.

La Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de los Minusválidos (LISMI), nace para dar cumplimiento al art. 49 de la Constitución Española. considerada Ley Marco porque establece las bases que soportan toda la normativa y actuaciones en materia de discapacidad, en especial sus artículos 1 a 6. Destaca el artículo 3: “Los poderes públicos prestarán todos los recursos necesarios para el ejercicio de los derechos a que se refiere el artículo primero, constituyendo una obligación del Estado la prevención, los cuidados médicos y psicológicos, la rehabilitación adecuada, la educación, la orientación, la integración laboral, la garantía de unos derechos económicos, jurídicos sociales mínimos y la Seguridad Social”.

La Comunidad de Madrid, dónde vamos a empezar nuestra actividad se rige por la Ley 6/1995 de 28 de marzo, de Garantía de los derechos de la infancia y la adolescencia.<sup>4</sup>

---

4 Para una ampliación de la legislación vigente que afecta a infancia y discapacidad, recomendamos el excelente trabajo de tesis doctoral de M. José Alonso Parreño. *Los derechos del niño con discapacidad en España*, CERMI 2008.

<http://www.cermi.es/es-ES/ColeccionesCermi/Cermi.es/Lists/Coleccion/Attachments/75/3901Derechosdelnio.pdf>

## 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO TECNOLÓGICO

Dadas la naturaleza y objetivos del proyecto, nos interesa analizar tres ámbitos de aplicación tecnológica, que se irán superponiendo a las sucesivas fases de desarrollo, y se inscribirán en las diferentes articulaciones del modelo de negocio:

- En **primer** lugar, contemplamos la evolución que en los últimos tiempos ha tenido lugar en el desarrollo de materiales, mobiliario e instalaciones a iniciativa de las estructuras empresariales, organizaciones del tercer sector y demás instituciones vinculadas a la accesibilidad e inclusión de todas las personas en el campo social.
- En **segundo** lugar, analizamos el impacto de las TICs en las formas de comunicación y marketing, en la medida en que se consideran determinantes para una parte esencial del desarrollo del proyecto.
- En **tercer** lugar, referenciamos las normativas que influyen en el área de producto en el que nos vamos a desenvolver.

La orientación del proyecto que presentamos exige una revisión constante de las innovaciones que sean de aplicación a la estimulación sensorial, elemento estratégico y metodológico clave. La aplicación y adaptación de las herramientas y metodologías de la estimulación multisensorial al ámbito de los parques infantiles públicos, exige prestar atención a la situación tecnológica en ambos sectores.

### 4.1. Desarrollo tecnológico industrial para la accesibilidad en parques infantiles.

El desarrollo de mobiliario adaptado a niños con diversidad funcional cuenta con una breve pero prometedora historia. Como describimos en el análisis del entorno económico, existen algunas empresas ya que comercializan módulos adaptados a los tres bloques de discapacidad para parques infantiles, a lo que hay que sumar el desarrollo que se ha implementado para las aulas de estimulación temprana en centros de educación especial y otros espacios.

En lo que se refiere a la adaptación de mobiliario para su incorporación en parques

públicos, se ha trabajado fundamentalmente en la incorporación de elementos que faciliten el desplazamiento a niños con discapacidad motora. En los modelos siguientes, desarrollados por Urbadep<sup>5</sup>, empresa dedicada a la comercialización de parques infantiles, observamos un ejemplo del tipo de elementos que se han empleado a tal efecto:



<sup>5</sup> Más información de estos productos en la web de la empresa. Las imágenes han sido tomadas de este mismo portal. <http://www.urbadep.com/producto/parques-infantiles/complejos/parque-todos-los-ninos/>

- Suelos y rampas en contrachapado de abedul antideslizante.
- Toboganes de polietileno alta densidad obtenido por rotomoldeo.
- Columpios contruidos con asientos adaptados de material plástico con estructura metálica junto a un cinturón para asegurar el correcto asentamiento de los niños.

Avanzando un poco más, incluyendo los otros dos bloques de discapacidad, nos encontramos con algunas iniciativas de incorporación de elementos de estímulo multisensorial, como es el caso de la isla que incluimos abajo:



### **La isla pequeña de todos los niños**

Funciones lúdicas: reptar, deslizarse, conocimiento de texturas, conocimiento de sonidos, conocimiento de formas, vigilancia.

“Con un acceso general a través de una rampa, se puede acceder a unas campanas, a unos miradores en forma de ojo de buey, a una zona musical o a rodillos! Incluso los paneles por la parte exterior permiten a los niños activar todos sus sentidos.”<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Urbadep. Isla pequeña de todos los niños  
<http://www.urbadep.com/producto/parques-infantiles/complejos/isla-pequena-de-todos-los-ninos/>

Y el producto más avanzado en línea de accesibilidad que nos ofrece esta empresa, el Parque Todos los Niños, que incorpora varios de los elementos anteriores:



Parque completo de grandes dimensiones con gran variedad de juegos y accesorios interactivos. Cuenta con varias zonas de entrada y salida convergentes en zonas de distintas alturas. Cuenta también con areneros y circuito de circulación.<sup>7</sup>

Sobre la usabilidad de espacios y componentes, existen algunas reflexiones pertinentes como la que se cita más abajo de Barreras Arquitectónicas, aunque no hemos encontrado un análisis integral que pretenda recoger todos los factores que influyen en un parque de estas características:

*Los elementos de juego sirven para favorecer el juego, el aprendizaje y la socialización: balancines, columpios, toboganes, casas de juegos, vehículos... en ellos se desarrollan distintas actividades: escalar, deslizarse, correr, manipular, ver, escuchar,... y distintas experiencias: velocidad, caída, giro, equilibrio, sonidos...*

*En la elección de los elementos procuraremos conseguir la mayor variedad de actividades y experiencias posibles, escogiendo elementos que ofrezcan varias opciones y modos de juego. Se seleccionarán juegos que fomenten no sólo las actividades físicas: teléfonos de juguete que favorecen la comunicación, mesas con areneros,...*

<sup>7</sup> Urbadep. Parque todos los niños  
<http://www.urbadep.com/producto/parques-infantiles/complejos/parque-todos-los-ninos/>

*En instalaciones grandes, por lo menos un elemento de juego de cada tipo deberá estar dentro de una ruta accesible, para permitir su uso al mayor número de usuarios posible.*

*Podemos distinguir dos grupos de elementos de juego: elementos a nivel de suelo (en los que se entra y se sale a nivel del suelo) y elementos elevados (a los que se accede a través de una rampa o grada).*

*El hecho de que no todos los usuarios puedan disfrutar de elementos de juego elevados, no significa que haya que prescindir de ellos y de actividades como trepar, escalar o subir por una grada. Una posibilidad es lograr que las zonas intermedias de estos juegos (terrazas, rellanos, salidas de toboganes,..) sí sean accesibles, por ejemplo mediante rampas o plataformas de transferencia, permitiendo que todos los niños puedan participar en los juegos y actividades que surgen en estos lugares.”<sup>8</sup>*

## 4.2. Estimulación Multisensorial

En lo que respecta a estimulación temprana, el espectro de dispositivos con los que se está trabajando ya es muy amplio<sup>9</sup>, y la investigación ha avanzado más, si bien los elementos no forzosamente proceden de desarrollos *ad hoc*.

Molina y Banguero recopilan, en un artículo de 2008, algunos elementos empleados actualmente en este tipo de espacios:

- **“Estimulación visual:** columna de burbujas, máquina de hacer burbujas, espejos, pecera, proyectores, reflectores y luces de colores, techo blanco, bola de espejos, bombillos de colores, móviles, techo con estrellas, cortinas de colores
- **Estimulación auditiva:** Sonajeros, timbres, juguetes y pelotas con sonidos o sonajeros, grabadora y CD de sonidos ambientales, instrumentos musicales, bastones con sonajeros
- **Estimulación táctil:** Tablero táctil, muñecos con vibración, bolas de diferentes tamaños y texturas, tapetes, cepillos y esponjas, ventilador con cintas de colores.

---

<sup>8</sup> Barreras Arquitectónicas: <http://www.mldm.es/BA/110.shtml>

<sup>9</sup> Tatiana Molina, Luisa F. Banguero. Diseño de un espacio sensorial para la estimulación temprana de niños con multidéficit. Revista Ingeniería Biomédica ISSN 1909-9762, volumen 2, número 3, enero-junio 2008, págs. 40-47. <http://revistabme.eia.edu.co/numeros/3/art/40-47.pdf>

- **Estimulación olfativa:** Esencias, ventiladores para esparcir los aromas.
- **Estimulación vestibular y propioceptiva:** colchonetas, tarima de madera para la percusión con manos y pies, piscina de pelotas, hamacas, herramientas para masajear
- **Estimulación cognitiva y multisensorial:** Paneles interactivos, punzón, sistemas y material en Braille, muñecos, títeres y peluches, bloques y legos, figuras geométricas, cuadros didácticos, pictogramas, "cocina".<sup>10</sup>

Una de las herramienta más utilizada en estimulación multisensorial son las salas de estimulación sensorial, o *Snoezelen*. En los últimos tiempos se han convertido en parte esencial de las terapias desarrolladas en centros de educación especial, mostrando resultados muy interesantes que hacen que la demanda de uso de estas instalaciones haya superado la oferta disponible. Estos espacios incorporan una serie de elementos destinados a potenciar respuestas a estímulos específicos, con el fin de "despertar" las capacidades que muestran mayor dificultad de desarrollo en algunos casos :

*Las salas de estimulación sensorial, o Snoezelen, son una herramienta o recurso que permite trabajar el despertar sensorial a través de la acción y la experimentación. Suponen un cambio metodológico en la estimulación de niños y niñas, personas con discapacidad y personas mayores, donde el sujeto se convierte en el protagonista de sus propios aprendizajes, y el educador/terapeuta pasa a ser un mediador de este proceso.*<sup>11</sup>

O, siguiendo a Ledesma y del Toro:

*"Snoezelen" palabra usada para describir un entorno interactivo diseñado para estimular los sentidos del tacto, oído, vista, el olfato y gusto en definitiva un bienestar de comunicación con la persona y el entorno, interrelacionando diferentes factores; Texturas, música, aromaterapia, efectos de iluminación y objetos diversos para un buen desarrollo corporal y de la mente (plasticidad cerebral) y de la apertura de los sentidos ,que nos comunica la sensación de estar más vivos. El objetivo principal del entorno del espacio multisensorial es aprender a "reencontrar" la persona discapacitada para intentar establecer con ella una relación, ya sea verbal o*

<sup>10</sup> Ibid, 43. Lista de materiales y herramientas que pueden ser usados en el espacio sensorial infantil de acuerdo a los resultados de la encuesta hecha a profesionales en el área de la educación especial.

<sup>11</sup> En Eneso Blog: <http://www.eneso.es/blog/salas-de-estimulacion-sensorial-o-snoezelen/>

no<sup>12</sup>.

Los elementos que habitualmente componen estos peculiares espacios, son los siguientes:

- Sala blanca.
- Columna de burbujas: estimulación visual táctil, relajación
- Puff postural: relajación postural y control del equilibrio
- Cama de agua musical o vibratoria: relajación, estimulación vibratoria y vestibular.
- Piscina de bolas: relajación, esquema corporal, estimulación táctil
- Panel-espejo de luz ultravioleta: estimulación visual
- Bola de espejos: relajación, estimulación visual y equilibrio
- Proyector de imágenes: relajación y estimulación visual
- Fibras ópticas: estimulación visual y táctil, ambiente relajante.
- Música ambiental: estimulación auditiva, efectos relajantes o estimulantes
- Difusor de aromas: estimulación olfativa con un efecto estimulante o relajante.
- Tormenta de luz y sonido: estimulación del volumen, tono e intensidad de la voz.
- Sensaciones plantares: estimulación táctil<sup>13</sup>

En el “Catálogo de pulsadores, soportes y otras adaptaciones”, publicado por el Centro de referencia estatal de autonomía personal y ayudas técnicas<sup>14</sup>, podemos encontrar desarrollos de diferentes tipos de pulsadores y soportes, llevados en ocasiones a su incorporación en elementos de juego: coches controlados por radiofrecuencia, algunas raquetas, etc. Muy elemental, en general.

---

12 José Martínez Ledesma y Andrés del Toro. Nuevos Horizontes en Estimulación Sensorial.  
[http://www.terapia-ocupacional.com/articulos/Estimulacion\\_sensorial\\_JMtnez\\_Ledesma.shtml](http://www.terapia-ocupacional.com/articulos/Estimulacion_sensorial_JMtnez_Ledesma.shtml)

13 Tomado de Asociación Nora: [http://www.asociacionnora.com/index1.php?lang=es\\_ES&menu=3&submenu=7](http://www.asociacionnora.com/index1.php?lang=es_ES&menu=3&submenu=7)

14 CEAPAT. Catálogo de pulsadores, soportes y otras adaptaciones  
[http://www.ceapat.es/ceapat\\_01/centro\\_documental/productos\\_apoyo/IM\\_034108](http://www.ceapat.es/ceapat_01/centro_documental/productos_apoyo/IM_034108)



El Centro Tecnológico del Juguete AIJU<sup>15</sup> ha realizado un estudio acerca de la accesibilidad de los juguetes actualmente existentes en el mercado, centrándose en discapacidad visual, auditiva y motora, bajo la categorización siguiente:

- Juegos de ejercicio: Consisten básicamente en repetir una y otra vez una acción por el placer de los resultados inmediatos.
- Juegos simbólicos: Son los que implican la representación de un objeto por otro.
- Son los juegos de imitación a los adultos.
- Juegos de ensamblaje: Son los que incluyen piezas para encajar, ensamblar, superponer, apilar, juntar, etc.
- Juegos de reglas: Son los que incluyen una serie de instrucciones o normas que los jugadores deben conocer y respetar.

Siguiendo sus conclusiones, observamos que:

	Accesibilidad	Adaptabilidad	Tipología
Auditiva	El 70% de los juguetes han sido valorados como accesibles (adecuados o adaptables).	Tres cuartas partes de los juguetes valorados como accesibles resultan adecuados para ellos tal y como se comercializan, sin necesidad de adaptaciones ni ayudas especiales.	Los juegos de reglas son los menos accesibles ya que a menudo, requieren del lenguaje o de la comunicación entre los jugadores.
Motora	El 61% de los juguetes han sido valorados como accesibles (adecuados o adaptables).	La mayoría de los juguetes valorados como accesibles necesitan adaptaciones o ayuda de terceras personas para ser utilizados.	Los juegos de ensamblaje o construcción son los menos accesibles.
Visual	El 46% de los juguetes han sido valorados como accesibles (adecuados o adaptables).	Más de la mitad de los juguetes valorados como accesibles resultan adecuados para ellos tal y como se comercializan, sin necesidad de adaptaciones ni ayudas especiales.	Es mucho más fácil encontrar juegos de ejercicio o simbólicos que juegos de reglas o construcción.

Los diferentes tipos de discapacidad presentan, obviamente, diferentes grados de

<sup>15</sup> Juego, juguetes y discapacidad. La importancia del diseño universal. AIJU. Ibi (Alicante) 2007 <http://www.ceapat.es/InterPresent1/groups/imsero/documents/binario/juegojuguetesydiscapacidadlaim.pdf> Centro Tecnológico del Juguete <http://www.ajju.info/>

dificultad en la accesibilidad:

- Los niños/as ciegos o con problemas visuales son los que disponen de menos juguetes accesibles.
- Las personas con discapacidad motora son las que necesitan más ayuda o adaptaciones en los juguetes, seguidos de los deficientes visuales.
- Los juegos de ejercicio y simbólicos son más accesibles para los 3 tipos de discapacidad.

Por último, el informe señala que “Sólo un 5% de los juguetes analizados cumplen el requisito de “Diseño para Todos”.”

Concluimos indicando:

1. El desarrollo de elementos que favorezcan la accesibilidad universal en los diferentes escenarios de juego infantil son muy incipientes. En el caso de los espacios de ocio infantil se han focalizado en los elementos que facilitan la movilidad, pero se han descuidado mucho más los dirigidos a los demás bloques de discapacidad.
2. El campo de investigación de la Estimulación multisensorial ha avanzado mucho más en desarrollo tecnológico, abriendo un campo de trabajo interesante de cara a la incorporación de sus implementaciones al ámbito de los espacios de ocio infantil.
3. El escenario en lo que respecta a elementos de juego para todas es bastante desolador, lo cual nos indica una carencia y también la pertinencia de fortalecer la línea de investigación y diseño dentro del proyecto.

### **4.3. Visualización y visibilización: Herramientas de sensibilización**

El impacto de las TICs en las formas de comunicación está fuera de toda duda. La hegemonía de los dispositivos *mass media* ha dejado paso a formas de conexión distribuidas que transforman las lógicas de proliferación del mensaje incorporando la lógica de la “escucha activa” en las prácticas de comunicación y marketing de organizaciones y proyectos.

PinPacPur fundamenta su modelo de implantación y desarrollo en la capacidad de

sensibilización: en la medida en que ésta puede provocar la reclamación ciudadana de estos espacios e incluso de generar cambios legislativos de trascendencia, toma especial importancia el estado actual de ciertos dispositivos de acción comunicativa.

**Visualización de datos:** diferentes herramientas nos permiten hoy significar bancos de datos amorfos, dotarlos de sentido y emplearlos como herramientas de sensibilización social. La representación de datos dinámicos y la georeferenciación de espacios adaptados será una herramienta estratégica fundamental para el desarrollo del proyecto. Diferentes tecnologías hacen posible hoy ambos vectores, con un coste significativamente bajo:

- Gestores de contenido open source, como wordpress, joomla, Mediawiki o drupal, son herramientas de software que permiten la construcción de sitios web sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados. PinPacPur prevé el desarrollo de un portal web a partir de estas estructuras.
- Nuevos lenguajes de programación de alto nivel, como *processing* o *openFrameworks*, acercan la programación a profanos y permiten convertir bases de datos en elementos visuales interactivos.
- Aplicaciones de geolocalización, plugins para los diferentes CMSs, API Google maps, Ushahidi, etc., que hacen posible una localización en el espacio de parques accesibles total o parcialmente, centralizado o de edición colaborativa.

**Redes Sociales:** Su uso masivo facilita la difusión viral de iniciativas de interés social, penetrando en grupos sensibles a la propuesta, organizaciones afines al proyecto y, en general, a la ciudadanía objetivo de esta fase del proyecto.

**Web 2.0:** evolución lógica de la forma de comunicación en internet, facilita la interacción con usuarios de los parques, imprescindible para el co-desarrollo de las instalaciones. Incluye foros, comentarios y cualquier aplicación que facilite la participación del usuario.

La importancia del marketing digital, y la subordinación del marketing convencional, centrado en soportes físicos, y sus técnicas de distribución asociadas, viene avalada por

los datos de penetración de internet:

*En España ya hay más de 19 millones de internautas, según el primer acumulado de 2013 del EGM publicado por AIMC. Además, es el cuarto medio por penetración, acercándose cada vez más al 50%.*

*En comparación con las del tercer acumulado de 2012, el aumento de la penetración es de casi 2 puntos, pasando del 46,7% al 48,6%, mientras que el crecimiento del número de usuarios desde 2008 ha sido de 8 millones de personas, según el último informe "Actualidad Abril 2013" de Ymedia.<sup>16</sup>*

#### **4.4. Certificaciones.**

En materia de certificaciones relativas a las instalaciones y/o elementos con los que estaría involucrado el proyecto, nos encontramos:

1. **AENOR**, Norma EN-1176. Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Es la versión oficial, en español, de la Norma Europea EN 1176-7:2008. Contiene 12 normas UNE con todas las directrices para mejorar las condiciones de seguridad en las áreas de juego:
2. UNE 147103:2001 Planificación y gestión de las áreas y parques de juego al aire libre.
3. UNE 172001:2004 IN Señalización en las áreas de juego.
4. UNE-EN 1176-10:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 10: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para equipos de juego en recintos totalmente cerrados.
5. UNE-EN 1176-11:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 11: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para redes tridimensionales.
6. UNE-EN 1176-1:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 1: Requisitos generales de seguridad y métodos de ensayo
7. UNE-EN 1176-2:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 2:

---

<sup>16</sup> "En España ya hay más de 19 millones de usuarios de internet, según Ymedia"  
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/en-espana-ya-hay-mas-de-19-millones-de-usuarios-de-internet-segun-ymedia/>

- Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para columpios.
8. UNE-EN 1176-3:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 3: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para toboganes.
  9. UNE-EN 1176-4:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 4: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para tirolinas.
  10. UNE-EN 1176-5:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 5: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para carruseles.
  11. UNE-EN 1176-6:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 6: Requisitos de seguridad y métodos de ensayo adicionales específicos para balancines.
  12. UNE-EN 1176-7:2009 Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Parte 7: Guía para la instalación, inspección, mantenimiento y utilización.
  13. UNE-EN 1177:2009 Revestimientos de las superficies de las áreas de juego absorbedores de impactos. Determinación de la altura de caída crítica.
  14. **ISO 9000** es un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, establecidas por la **Organización Internacional de Normalización (ISO)**. Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría. El ISO 9000 especifica la manera en que una organización opera sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio.<sup>17</sup>

Las homologaciones las realiza **El Grupo TÜV**, entidad independiente de certificación que contempla las recomendaciones de las normas de seguridad europeas:

*El Grupo TÜV Rheinland es una entidad líder en servicios técnicos a nivel mundial. Desde su creación en 1872 en Colonia, Alemania, el Grupo ha ido desarrollando*

---

<sup>17</sup> Fuente: Wikipedia [http://es.wikipedia.org/wiki/Normas\\_ISO\\_9000](http://es.wikipedia.org/wiki/Normas_ISO_9000)

*soluciones para garantizar un progreso seguro y sostenible conciliando la Tecnología con el Hombre y el Medioambiente de acuerdo con los principios y la filosofía que le guían.*<sup>18</sup>

En resumen, el Grupo TÜV se dedica a inspeccionar y auditar parques infantiles y demás entornos de ocio en los que se encuentran elementos de juego, para certificar y garantizar la seguridad de los usuarios, de acuerdo a las normas vigentes. “Comprobamos si las medidas de seguridad cumple con la norma EN 1176 y EN 1177”.<sup>19</sup> Como se puede suponer, la normativa anterior no contempla la accesibilidad; se trata de homologaciones referidos a criterios de seguridad y mantenimiento, dejando a un lado criterios de accesibilidad universal y juego inclusivo.<sup>20</sup>

## 5. ANÁLISIS DEL SECTOR

### 5.1. Proveedores

1. Aunor (<http://www.aunor.org>)
2. Maderplay (<http://www.maderplay.com>)
3. Gronxat (<http://gronxat.com>)
4. Hags (<http://catalog.hags.com>)
5. Sutcliffeplay (<http://www.sutcliffeplay.co.uk>)
6. Montajes Ezkur (<http://zonasrecreativas.com>)
7. Jumbo (<http://www.productosjumbo.com>)
8. Territorio Urbano (<http://www.territoriourbano.es>)
9. Contenur S.L (<http://www.contenur.com>)
10. Grupo Vimalto (<http://www.grupovimalto.com>)
11. Urbijuegos (<http://www.urbijuegos.com>)
12. Imeison (<http://www.imeison.es>)
13. Acces, Asesoría de Adaptabilidad (<http://www.accesasesoria.es>)

---

18 [http://www.tuv.com/es/spain/quienes\\_somos/tuev\\_rheinland\\_espana/tuev\\_rheinland\\_espana.html](http://www.tuv.com/es/spain/quienes_somos/tuev_rheinland_espana/tuev_rheinland_espana.html)

19 [http://www.tuv.com/es/spain/quienes\\_somos/tuev\\_rheinland\\_espana/tuev\\_rheinland\\_espana.html](http://www.tuv.com/es/spain/quienes_somos/tuev_rheinland_espana/tuev_rheinland_espana.html)

20 Una compilación más extensa de Normas y legislación vigente, concerniente en general a accesibilidad, se puede encontrar en la guía desarrollada por IMSERSO “Pregúntame sobre accesibilidad y ayudas técnicas!” en línea: <http://imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/preguntame.pdf>

## 5.2. Competidores

Actualmente existe competencia parcial. Hay fabricantes que ofrecen diseños de módulos definidos (Contenur) y empresas de Consultoría (Via libre), pero no existe una solución integral a medida adaptada a las características de cada parque.

Las empresas dedicadas a mantenimiento de parques públicos, ofrecen como mejoras a los ayuntamientos parte de los elementos de accesibilidad (caucho en el suelo, juegos adaptados, etc) , lo que no deja de ser un parche susceptible de mejora.

## 5.3. Partners

- Grupo de accesibilidad residente en Medialab-Prado (Diseño abierto y Remezcla Social)
- Fundosa
- P.I.A.

## 5.4. Clientes

- Administraciones Públicas
- Colegios
- Centros comerciales
- Guarderías
- Centros de Educación Especial

# 6. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

## Elementos de innovación y accesibilidad “Parque para todos”.

1. Diseño de una batería de intervenciones dirigidas a corregir esas barreras detectadas, que serán abordadas desde una aproximación arquitectónica, tecnológica -diseño de herramientas interactivas- y urbanística.

- Planeamiento y diseño de un parque accesible tomando como modelo uno que no lo sea según criterios a determinar.
- Construcción de una plataforma de visualización online, que reflejará los espacios

habilitados para uso accesible de la diversidad infantil, caracterizada por tipologías de discapacidad y mediante herramientas de geolocalización.

## 2. Acciones de Sensibilización y generación de mercado.

- Realización de un informe de buenas prácticas en el diseño accesible, que recoja la experiencia realizada y promueva intervenciones en espacios públicos de ocio infantil.
- Campaña de comunicación dirigida a concienciar sobre el problema de acceso a espacios de ocio por parte de niños con alguna discapacidad.
- Se prevé la realización de convocatorias dirigidas a diseñadores, informáticos y/o artistas, para el diseño de herramientas que faciliten la adaptación de los espacios, siguiendo los tres bloques principales de discapacidad.
- Este proyecto plantea, además, la construcción de un *website* específico que recogerá materiales sobre el proyecto, documentación, resultados de la investigación y prototipos.
- Se realizarán vídeos reportaje con testimonios de los usuarios adultos de parques infantiles.
- Puesta en marcha de campaña de recogida de firmas, desde las plataformas más populares a la fecha: [change.org](https://change.org) / [oiga.me](https://oiga.me)
- El servicio de adaptación de las instalaciones incluye tres talleres de animación sociocultural *in situ*.

## 7. MODELO DE NEGOCIO

### Líneas de servicio:

#### a. Área de investigación e innovación (Innovación y accesibilidad para todos)

- i. Física
- ii. Tecnológica
- iii. Innovación
- iv. Impulso factores de diferenciación

#### b. Servicio de consultoría y asesoramiento en accesibilidad e inclusión infantil en



parques.

- i. Asesoramiento en diseño de parques accesibles
- ii. Asesoramiento en transformación de parques actuales en accesibles:
  1. Servicios de consultoría
  2. Servicio de mantenimiento y conservación
    - a. Señalización y obra menor
    - b. Obra mayor
    - c. Construcción y montaje
      - i. Análisis de proveedores existentes
      - ii. Homologación de proveedores
      - iii. Diseño de mobiliario
      - iv. Diseño de parque
      - v. Catálogo de productos

### III. PLAN COMERCIAL

El plan comercial se establecerá por línea de servicio, el objetivo de la pinpacpur es que cada línea se autofinancie por lo que las acciones de sensibilización y generación de demanda serán de vital importancia.

#### 1. LINEAS DE SERVICIO

Los parques infantiles accesibles son una necesidad que a su vez ofrecen oportunidad de negocio para ser cubiertas: son necesarios nuevos parques y sobre todo la adecuación de los ya existentes. Esta realidad nos permite realizar servicios de asesoramiento para la adecuación de los parques, y realización de actuaciones de pequeña obra.

Las diferentes Leyes del Suelo autonómicas establecen las dotaciones mínimas con que deben contar los desarrollos urbanos. Dentro de las zonas verdes y espacios libres se suele indicar el uso de un parque infantil. A partir de estas condiciones legales mínimas,

la decisión de la ubicación y número de parques infantiles es algo discrecional.

El parque infantil es por tanto una dotación de barrio que debe inscribirse a una distancia de entre 5 y 15 minutos a pie desde las viviendas o colegios de los niños.

La mayor parte de los parques infantiles cuenta con un máximo de 5 elementos de juego: balancines, juegos de muelles, columpios, toboganes y arenero. Son muy pocos los parques grandes.

Nuestra misión será lograr la accesibilidad en estos pequeños parques ya existentes. Como dotaciones públicas que son no están reguladas por normativas de accesibilidad. Son los técnicos municipales y las empresas comercializadoras de elementos de juego quienes deciden los criterios de instalación de parques infantiles.

Consideramos necesaria la existencia de una Norma de Accesibilidad de Parques Infantiles que complemente las Normas en materia de seguridad.

Un parque infantil está compuesto por dos partes principales:

- Acceso, entorno y zona de estancia
- Zona de juego

Hay que tener en consideración los siguientes criterios para garantizar la accesibilidad en los parques infantiles:

- el pavimento debe ser de caucho . La mayoría de los parques existentes tienen pavimento de arena. Este pavimento es intransitable para las sillas de ruedas.
- se realizará un estudio de la población de la zona para evaluar la necesidad de ubicar elementos específicos para alguna discapacidad. Contaremos con la opinión de las asociaciones de discapacidad instaladas en los barrios Los columpios más valorados en este sentido son: balancines, juegos de muelles y sobre todo columpios y toboganes.

### **1.1. Servicio de consultoría y asesoramiento en accesibilidad e inclusión infantil en parques infantiles.**

Prestamos asesoramiento en la planificación, adaptación, instalación y mantenimiento de áreas de juego infantiles. Esa será una de las principales fuentes de ingreso de Pinpacpur.

Ofreceremos nuestros servicios tanto a la administración pública, personándonos en los ayuntamientos y presentándonos a los concursos públicos, como a empresas adjudicatarias de dichos servicios.

Para ello contaremos con un equipo de profesionales formado por un arquitecto (Departamento de Estudios y Proyectos), un experto en innovación y diseño, y una experta en discapacidad infantil.

La venta de esta línea de servicio será responsabilidad del equipo asignado a la misma bajo la dirección del Director Comercial.

Se establecerán programas de captación de clientes por diferentes segmentos **(ver apartado cliente y cuota de mercado)**.

- Administración pública regional y local
- Colegios y Guarderías
- Otros

Se intentará llegar a acuerdos/ alianzas con CERMI, Once, Colegios Profesionales, etc. con el fin de encontrar prescriptores de nuestros servicios.

El área de comunicación desarrollará el folleto corporativo con el portfolio de servicios.

### **1.2. Área de investigación e innovación.**

Crearemos parques accesibles personalizados y adaptados a las restricciones económicas del cliente, al que invitamos a ser parte activa del proceso de diseño. Nuestro

objetivo es crear espacios de ocio accesibles para el mayor número posible de usuarios que los que involucramos en el proceso. Para ello contaremos con un equipo de profesionales formado por un arquitecto (Departamento de Estudios y Proyecto), un experto en innovación y diseño, y una psicóloga terapeuta experta en estimulación multisensorial.

Consideramos fundamental en el desarrollo de la innovación todas aquellas novedades relacionadas con la estimulación infantil. La Atención Temprana es un campo que está en continuo crecimiento, investigaciones tanto a nivel nacional como internacional siguen aportando datos de los beneficios que ello conlleva en la infancia con o sin discapacidad o riesgo de padecerla. Creemos en la importancia de una línea de intervención en medio natural, dónde los niños y niñas puedan ser atendidos desde un prisma preventivo bio-psico-social, facilitando un entorno gratuito a las familias que los acompañan sin tener por ello que quedar en un segundo plano de la sociedad. La inclusión de niños, niñas y sus familias, empieza por cubrir las necesidades de los más vulnerables proporcionándoles los mismo derechos de juego, aprendizaje y participación social.

El área de innovación e investigación también constituirá una fuente de ingresos, se buscarán fuentes de financiación mediante la búsqueda de financiación para los estudios realizados. Los principales clientes serían las áreas de servicios sociales de los gobiernos regionales y locales así como las fundaciones de apoyo a la discapacidad (Fundación ONCE, Fundaciones empresariales ... **(ver apartado de alianzas)**). Estos acuerdos serán responsabilidad del área de comunicación bajo la dirección de la dirección comercial y de relaciones institucionales.

### **1.3. Transformación de los parques actuales en accesibles.**

Una de las principales líneas de trabajo será la conversión de los parques actuales en áreas inclusivas. Para ello se tendrán en cuenta factores como la proximidad a Asociaciones de discapacitados, Centros de Atención Temprana, Centros Escolares con Integración, Centros de Educación especial y centros hospitalarios (hospitales materno

infantil, centros de salud) así como la existencia de niños con discapacidad en la zona.

Comprometiéndonos a una revisión de las nuevas instalaciones para supervisar la funcionalidad de los nuevos elementos. Es fundamental que las adaptaciones sean útiles para sus usuarios por eso creemos que no hay mejor evaluador que ellos. Con nuestra red de participación y bajo supervisión de una experta en discapacidad y un experto en innovación y diseño haremos que los parques ofrezcan un abanico de posibilidades que esté en continua mejora de sus servicios.

El servicio de evaluación del estado de los parques existentes así como las modificaciones a realizar se externalizará, para lo cual se mantendrán acuerdos comerciales con los principales productores y distribuidores que hay en el mercado. Todo el proceso estará supervisado por un experto en materiales y equipamiento (arquitecto).

Como herramienta principal de comercialización activa se desarrollará una web de evaluación directa para que los familiares de usuarios puedan “demandar” las garantías que todo parque infantil deba tener lo que permitirá una generación de demanda de servicios de instalación de elementos accesibles en los parques con demanda de uso de niños con discapacidad.

#### **1.4. Servicio de mantenimiento y conservación**

Nos comprometemos a una supervisión semestral del estado de los parques y sus instalaciones así como los nuevos elementos incorporados. Una vez revisado el parque se realizará un informe de incidencias y mejoras de las instalaciones que servirá tanto al usuario como al cliente para exigir un servicio de mantenimiento extra en caso de que fuera necesario.

Entendemos que los parques cuentan con un servicio de mantenimiento y conservación en materia de seguridad, ya que deben cumplir las normas EN-1176<sup>21</sup>, pero actualmente

---

<sup>21</sup> Equipamiento de las áreas de juego y superficies. Es la versión oficial, en español, de la Norma Europea EN 1176-7:2008. Contiene 12 normas UNE con todas las directrices para mejorar las condiciones de seguridad en las áreas de juego.

existe un vacío legal en materia de accesibilidad e inclusión, que aunque sabemos que está en proceso una regularización, en la actualidad son aspectos no valorados en el mantenimiento y conservación de los parques.

### **1.5. Plan de desarrollo de Negocio**

PinPacPur contempla la ampliación de mercado a medio plazo, incluyendo tanto la expansión territorial como la apertura a otras entidades públicas y privadas que incorporen un centro de ocio infantil en sus instalaciones. El proyecto focaliza un área regional en una primera fase de implantación por necesidad de dimensionar las propias capacidades y recursos, pero entendemos que la ampliación de horizontes es una exigencia fundamental. Se valora especialmente la internacionalización hacia países emergentes.

El análisis de entorno realizado arroja iguales resultados en la Comunidad de Madrid que en el resto de España, observando una ausencia muy significativa de iniciativas en aras de promover el acceso a los espacios de recreo en igualdad de condiciones para todos los niños. Exceptuando experiencias más o menos interesantes, con algunos equipos de gestión y gobierno comprometidos con la problemática que afrontamos, no percibimos en absoluto la sensibilización que requiere la accesibilidad infantil, ni hemos localizado organizaciones o empresas que estén planteando o promoviendo soluciones. Entendemos esta carencia como una oportunidad de crecimiento del proyecto.

Asimismo, entendemos que la línea de servicio desarrollada en el punto 1.2 del presente apartado, i. e. el área de investigación e innovación, lleva implícita la necesidad de desarrollo continuo, aportando soluciones, ya sea desde el propio equipo de gestión de la organización, o bien incorporando elementos que puedan tener origen en colectivos de afectados o grupos de investigación que trabajen en el área de accesibilidad y/o incorporación de la tecnología a la accesibilidad.

Por último, a través de la estrategia de fidelización implementada a partir de la

realización de tres talleres de animación sociocultural con la instalación de cada parque, abrimos una posible vía de desarrollo de negocio que será valorada a partir de los resultados que se obtengan.

## 2. ELEMENTOS CLAVE

Acciones transversales de comercialización

### 2.1. Campañas de sensibilización

La práctica invisibilidad del problema al que pretendemos hacer frente nos penaliza. Si bien la discapacidad infantil no sufre el ocultamiento y la exclusión de otras épocas de la historia, no se ha abordado aún lo suficiente la diversidad funcional en lo que se refiere a las áreas de juego, y mucho menos con el enfoque de inclusión, valorización de la diversidad y terapéutica desde la estimulación multisensorial.

Como mostramos en el análisis del entorno, la iniciativa ciudadana ha desbordado con creces la capacidad de recepción y respuesta de las instituciones, y las barreras que impiden la realización plena del/a niño en su interacción con los demás a través del juego, pasa desapercibida en los medios de comunicación y la opinión pública ajena a este problema.

PinPanPur constituirá una línea de intervención comunicativa que canalice las demandas de afectados y sirva de altavoz para forzar la revisión de los procedimientos. En base a nuestros principios de participación e inclusión, potenciaremos tres canales de visibilización:

1. **Campañas de recogida de firmas:** change.org / Oiga.me son portales que permiten lanzar campañas personalizadas que persigan un fin social.
2. **Centro de conocimiento:** a través del sitio web de la Fundación, recogeremos experiencias de intervención en el espacio público para adaptabilidad de las infraestructuras, así como de estimulación multisensorial e iniciativas ciudadanas.
3. **Redes sociales:** han demostrado su capacidad de visibilización y su potencia viral.

Serán parte fundamental de las campañas de sensibilización buscando alianzas con las organizaciones afines en la red.

Objetivo: potenciar la demanda desde la sensibilización de la ciudadanía en su conjunto.

## **2.2. El Cliente.**

**a) Mercados potenciales (ver VII ANEXOS)**

**b) Mercado accesible (ver VII ANEXOS)**

**c) Cuota de Mercado (ver VII ANEXOS)**

**d) Perfil de empresa, protocolo de venta, ficha cliente, ...**

### **\*Perfil de la Empresa**

Pinpacpur consultores tiene como objetivo apoyar a todas aquellas instituciones y empresas interesadas e involucradas en la concienciación y creación de áreas de juego inclusivas, a través de un equipo de profesionales altamente cualificados.

Ponemos a su disposición toda nuestra experiencia y saber hacer tanto en el sector público como privado.

## **PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

Proponemos soluciones eficientes para crear entornos de ocio inclusivos:

- Diseño de zonas de ocio y esparcimiento donde todos los niños puedan participar
- Adaptación de las áreas de juego existentes
- Incorporación de estimulación multisensorial en el diseño e instalación de los módulos de los parques.
- Desarrollo de instalaciones *ad hoc*, adaptadas tanto al entorno, como al contexto sociocultural en el que se insertan.

**\* Protocolo (ver VII ANEXOS)**

**\* Ficha cliente municipio (ver VII ANEXOS)**



### e) Fijación de precios

Nuestra línea de productos estará en línea con los precios de mercado posicionándonos como un producto alternativo que ofrece más prestaciones al mismo precio.

Presupuestos tipo para parques públicos exteriores:

1. Zona de estancia (metros)
2. Zona de Juego (metros)
3. Edad aproximada de los usuarios (\*)
4. Número de usuarios
5. Tipo de estructura
6. Suelo amortiguador (SI/NO)
7. Presupuesto aproximado €

Se estima el siguiente presupuesto aproximado:

- a) Zona de juegos de 360 m<sup>2</sup>: 35.000€
- b) Zona de juegos de 240 m<sup>2</sup>: 67.000€
- c) Zona de juegos de 120 m<sup>2</sup>: 97.000€

Adicionalmente el presupuesto estimado de la zona de estancia asciende a 25.000€. <sup>22</sup>

Los 3 modelos incluyen vallado, pavimento y mobiliario urbano.

Podemos concluir que el presupuesto de un Parque Infantil Accesible está en el mismo rango de precios que cualquier parque infantil.

## 3. OBJETIVOS Y ESTRATEGIA COMERCIAL

Los objetivos comerciales de la PinPacPur se establecerán por línea de servicios en función de los recursos dotacionales y financiación inicial de la empresa que determinará las actuaciones comerciales de cada línea.

---

<sup>22</sup> Presupuestos facilitados por Jorge Palomares. Parques Infantiles Accesibles (P.I.A.)  
<http://parquesinfantilesaccesibles.blogspot.com.es/>

<b>Gastos Plan de Comunicación</b>	<b>30.000 €</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web</li> <li>• Papelería institucional</li> <li>• Cartografía y mapeo.</li> <li>• Imagen gráfica y manual de estilo</li> <li>• Audiovisual</li> </ul>	<p><b>10.000 €</b></p> <p><b>5.000 €</b></p> <p><b>4.000 €</b></p> <p><b>3.000 €</b></p> <p><b>8.000 €</b></p>
<b>Objetivo por línea de servicios y áreas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultoría y estudios <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Servicios de identificación de necesidades (1 hora consultoría)</li> <li>○ Servicios de adecuación (10 horas consultoría)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Objetivo primer año: 50€ x 11 horas: 1.000</b></p>	<b>55.000 €</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación e innovación <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estudios estado del arte</li> <li>○ Innovación en parques (e.j.: Fundación xxx)</li> <li>○ Estudio necesidad Regional</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Objetivo ingresos primer año</b></p>	<p>12.000 €</p> <p>15.000 €</p> <p>15.000 €</p> <p><b>42.000 €* </b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformación parques actuales accesible <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kit 1.</li> <li>○ Kit 2.</li> <li>○ Kit 3.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Objetivo ingresos primer año</b></p>	<p>18.000 €</p> <p>27.600 €</p> <p>36.600 €</p> <p><b>82.200 € **</b></p>
<b>Objetivo ingresos primer año</b>	<b>179.000 €</b>

Nota \*: Ingreso generado para PinPacPur con producción propia, todo margen.

Nota \*\*: Ingreso con proveedor externo que aportará 30% de margen. No se contempla la línea de parques de nueva creación como objetivo a medio plazo.

Estimamos realizar la adaptación de 1 parque infantil de cada uno de los 3 modelos analizados en el primer

año.

**Total margen de operaciones (1º año): 121.660 euros.**

## 4. COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y ALIANZAS.

### 4.1. Presentación

PinPacPur, parques infantiles urbanos accesibles, es una organización que promueve la adaptación de parques infantiles sin barreras, con el objeto de que estas instalaciones puedan ser utilizadas por todos los niños. En tanto que proyecto de Economía Social, establece una jerarquía de fines dominada por la resolución de un problema en la sociedad, y entiende que la mejora de las condiciones de vida de la población infantil con discapacidad pasa por lograr un cambio en la percepción social del problema. Es por este motivo que se plantea una estrategia en dos planos paralelos: un plan de marketing social, dirigido a la visibilización y sensibilización del problema de la discapacidad en instalaciones infantiles de ocio; un plan de marketing destinado a posicionar marca y producto en el mercado, ofreciéndose la organización como agente directo de cambio.

### 4.2. Situación actual de marketing.

PinPacPur es una organización de nueva creación, por tanto invisible en lo que respecta a posición en el mercado, marca y producto. En la primera etapa de la constitución de la organización y del plan de comunicación, incidirá en involucrarse en los entornos de economía social que trabajan infancia y discapacidad, buscando aliados que impulsen su imagen marca.

### 4.3. Objetivos

En base a la doble estrategia trazada desplegamos primero el plan de marketing social, que se desarrollará orientada a los objetivos siguientes:

- **General:** Sensibilización acerca de la situación desfavorecida en la que se encuentran niños con discapacidad y familias en lo que respecta al acceso y disfrute de instalaciones de juego en el espacio público.
- **Específico:** Generar demanda social de parques infantiles adaptados para niños

con discapacidad en el área geográfica de Madrid, reflejada en comunicaciones directas con instituciones públicas.

Por otra parte, la campaña de marketing de mercado, que perseguirá los siguientes objetivos:

- **General:** Posicionar a PinPacPur como referente y marca líder en el sector de la consultoría en accesibilidad para parques infantiles.
- **Específicos:** visibilidad en prensa convencional y redes sociales.
  - 20-50 Impactos en prensa convencional: TV, prensa escrita y radio.
  - 500-1000 seguidores en la cuenta corporativa Twitter
  - 500-1000 likes en página corporativa de Facebook.

#### **ADOPTANTES OBJETIVO:**

Administración: Central, Ayuntamientos y Comunidades Autónomas

#### **4.4. Estrategia de marketing: Sensibilización, Posicionamiento, Producto, Precio y Servicio. Marketing mix.**

##### **Estrategia de segmentación:**

En primer lugar, se pone en marcha el proceso de segmentación de usuarios, mapeando municipios vía encuestado, y analizando las necesidades en cada contexto.

- Mapeado de afectados. Cartografía: discapacidad y bloques / parques.
- Tipología del cliente: administración, centros educativos, centros comerciales.

##### **Estrategia de sensibilización**

Las acciones de marketing definidas por PinPacPur, contemplan una primera estrategia de visibilización y captación de la demanda, que será potenciada con un conjunto de acciones lanzadas en entornos virtuales:

- Recogida de firmas digitales en los portales de change.org / oiga.me. Esta acción

tratará de recabar el mayor apoyo posible a la intervención sobre los parques ya construidos, a la vez que servirá para visibilizar el problema a aquellos ajenos hasta ahora.

- Mapeado geolocalizado con Ushahidi. Este software de geoposicionamiento empleado en situaciones de conflicto y/o crisis humanitarias funcionará de visualizador para la red de parques que requieren una intervención más urgente. Se despliega en el servidor de PinPacPur: <http://pinpacpur.org/mapeado>.
- Documentación gráfica y audiovisual del estado de los parques infantiles en lo que respecta a accesibilidad. Una vez localizados y geoposicionados los espacios, se procede a la documentación audiovisual y gráfica y se generan documentos que son distribuidos a través de las redes sociales.
- Mini-reportajes y entrevistas con padres afectados. Visitas esporádicas a los pocos espacios adaptados, para conocer y dar voz a los padres usuarios de los parques. Amplia difusión de materiales recabados en redes sociales.
- Se realizará una cartografía de los parques taggeado por nivel de accesibilidad en función de los tres bloques contemplados (discapacidad física, sensitiva e intelectual), que estará en construcción permanente a medida que se vayan realizando las intervenciones sobre los parques.

### **Estrategia de Posicionamiento**

El posicionamiento de PinPacPur pivotará en torno a: Inclusión, participación y demanda social. Se trata de vincular la marca con estos valores y para ello se prevén las siguientes acciones:

- Despliegue de herramientas web que propicien la participación de usuarios. El mantenimiento de los parques será monitorizado por los propios usuarios, mediante la implementación de un espacio dedicado a cada parque en el que haya intervenido PinPacPur. El objetivo es generar un espacio vivo de intervención, consulta y demanda de servicios.
- Creación de página facebook corporativa: difusión de contenidos vinculados a los valores señalados. Trataremos de constituirnos como la empresa referente en información relativa a infancia y discapacidad.

- Creación del perfil Twitter corporativo: difusión de contenidos vinculados a los valores señalados.
- Marketing de contenidos. Producción y difusión de contenidos asociados a la marca, para atraer interés en el target de la empresa. Conocimiento, *expertise*. Desarrollo del espacio de documentación en <http://pinpacpur.org>

### **Estrategia de Marketing de Servicio.**

Se tratará de poner en valor las fortalezas del Servicio, a través de la determinación de mensajes clave que potencien:

- Viabilidad económica y rentabilidad social. Resaltamos la idea de igual coste a más inclusión y diversidad.
- Innovación a partir de la incorporación de estimulación temprana. Facilitando el acceso a instalaciones altamente demandadas entre la población con discapacidad.
- Parques personalizados, inmersos en el entorno cultural en el que se instalan. diversidad de módulos y elementos. Frente a la homogeneidad de los parques convencionales, impulsamos la creatividad del juego desde la pluralidad de elementos.
- Capacidad de monitorización de las instalaciones. A partir de la implementación de herramientas de participación online en el *website*.
- Nombre de marca, imagen de marca y valor de marca. Construcción de la imagen marca a partir de la sensibilización acerca de infancia y discapacidad.

### **Estrategia de Marketing. Precio**

La comunicación y campañas aquí van orientadas a destacar:

- El precio de instalación y mantenimiento de un parque convencional es muy similar a un parque accesible. PinPacPur puede mantener precios competitivos con productos de desigual valor añadido.
- El precio de los Kits de adaptación es asumible, la inversión escalable y rentabilizable en el tiempo, dada además la necesidad irrenunciable de invertir

periódicamente en las instalaciones.

### **Estrategia de Marketing. Producto**

La contratación de PinPacPur y su intervención en unas instalaciones genera un ecosistema en torno que es, en sí mismo, beneficioso para la comunidad. Esto supone un valor añadido importante para un ayuntamiento, cliente objetivo principal, en la medida en que busca incrementar el bienestar público. Complementamos los servicios de asesoramiento y transformación con los siguiente:

- Se ofrece un pack de adaptación, mantenimiento y talleres de animación sociocultural con cada contratación. El mantenimiento se lleva a cabo en los 2 años siguientes, con periodicidad semestral y 3 talleres por parque, a programar entre PinPacPur y el área cultural del ayuntamiento adoptante.
- Se prevé establecer un sistema de descuentos en función de la cantidad contratada.

### **4.5. Programa de acciones. Mix de comunicación**

El despliegue de las campañas aprovecha los distintos canales de comunicación existentes, con mayor peso en los entornos digitales asumida su alta capacidad de penetración:

- Medios digitales: redes sociales, blogosfera, website, marketing viral.
- Marketing directo: mailing, entrevistas con responsables, etc
- Marketing de contenidos.
- Papelería: gráfica, cartelería, folletería, etc
- Audiovisual: vídeo-reportajes.

### **4.6. Acuerdos de colaboración / Alianzas**

Algunas organizaciones con las cuales interesaría promover alianzas:

**CERMI:** El Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) es la plataforma de representación, defensa y acción de la ciudadanía española con

discapacidad. Representa a más de 3,8 millones de hombres y mujeres, más sus familias. CERMI es la plataforma de encuentro y acción política de las personas con discapacidad, constituido por las principales organizaciones estatales de personas con discapacidad, varias entidades adheridas de acción sectorial y un nutrido grupo de plataformas autonómicas, todas las cuales agrupan a su vez a más de 7.000 asociaciones y entidades, que representan en su conjunto a los 3.8 millones de personas con discapacidad que hay en España, un 10% de la población total.<sup>23</sup>

Alianza: Buscamos apoyo con difusión de proyecto y en campañas de sensibilización.

**VÍA LIBRE:** es la empresa experta en Accesibilidad Universal y Diseño para todos del grupo empresarial, Grupo Fundosa de la Fundación ONCE. Desde hace más de 20 años, Vía Libre desarrolla actuaciones en materia de Accesibilidad Universal y Diseño para todos. Su principal objetivo es adyacente a la filosofía de la Fundación ONCE; favorecer y mejorar la calidad de vida de las personas, independientemente de sus diversidades funcionales.<sup>24</sup>

Alianza: Asesoramiento en materia de tecnologías para la accesibilidad. Devolvemos asesoramiento técnico en materia de arquitectónica y estimulación temprana -adaptación de tecnologías al entorno del espacio público-.

**Fundación Aprocor:** Es una organización que apuesta por la innovación y la mejora continua para que las personas con discapacidad intelectual puedan ejercer su derecho a una ciudadanía plena.<sup>25</sup>

Alianza: Desarrollan proyectos de sensibilización social, con el objetivo de superar prejuicios socioculturales.

**Technosite:** Perteneciente al grupo empresarial de la Fundación ONCE, se ha convertido en un referente en materia de accesibilidad y usabilidad. Technosite destaca por su oferta de servicios de accesibilidad, dentro de su catálogo de soluciones integrales para

---

23 <http://www.cermi.es>

24 <http://www.vialibre.es/>

25 <http://www.fundacionaprocor.com/>



Internet: Diseño para todos, Consultoría y auditoría, Formación y Planes integrales de infoaccesibilidad.<sup>26</sup>

Alianza: buscamos apoyo en la usabilidad del site, en la medida en que se pretende un desarrollo complejo, con georreferencialidad y materiales de documentación.

**Medialab-Prado:** es un programa del Área de Las Artes, Deportes y Turismo del Ayuntamiento de Madrid. Se concibe como un laboratorio ciudadano de producción, investigación y difusión de proyectos culturales que explora las formas de experimentación y aprendizaje colaborativo que han surgido de las redes digitales.<sup>27</sup>

Alianza: Posibilidad de insertarse en la línea de trabajo de diversidad funcional, contribuyendo en encuentros que promuevan desarrollos tecnológicos y sociales trasladables a los parques infantiles.

**Juegoterapia:** Fundación constituida en el 2010 dedicada a proporcionar un entorno menos hospitalario a todas las niñas y niños ingresados por enfermedad, que ven como su día a día se ve trastocado al convertirse su habitación en una estancia de hospital. Para ello proporcionan materiales tecnológicos ( consolas, tablets, ordenadores..) que son donados. Ellos se encargan de la gestión y distribución de dichos materiales. Actualmente tiene una nueva línea de trabajo: crear parques infantiles dentro de estos hospitales, de tal forma que pueda salir del contexto de hospital sin dejar de estar controlador y supervisados por los equipos sanitarios.<sup>28</sup>

Alianza: Colaborar en el diseño de los parques hospitalarios para que sean accesibles y permitan el juego inclusivo, así como la estimulación infantil.

**Fundación Autismo España:** Promueve y coordina a nivel nacional acciones de: sensibilización, investigación, desarrollo e implantación de modelos de intervención, así como programas y servicios para la inclusión social, formación y asesoramiento a profesionales y familias en la defensa de los derechos del

---

26 <http://www.technosite.es/>

27 <http://www.medialab-prado.es>

28 <http://www.juegoterapia.org/>

colectivo.<sup>29</sup>

**Alianzas:** Colaborar en la mejora de calidad de aquellos aspectos inclusivos en materia de discapacidad intelectual.

**Wheelmap:** Es un proyecto comunitario que pretende con la participación de cada una de nosotras, ofrecer información de las ciudades en materia de accesibilidad de tal forma que cualquier persona puede distinguir tres grados de accesibilidad en las ciudades.

**Alianza:** Difusión a través de su web de la accesibilidad en los parques infantiles.

**IKEA Foundation:** Pertenece al grupo IKEA tiene como misión trabajar por la defensa de los derechos de la Infancia. Una infancia sana, segura y con una educación de calidad sea cual sea el país dónde vivan. Desde el 2010, colabora con ACNUR para garantizar que los niños y niñas en situación de refugio, dispongan de un lugar seguro al que llamar hogar. Financiado el diseño y construcción de nuevos alojamientos de mejor calidad y compartiendo conocimientos en logística (empaquetamiento y transporte).

**Alianza:** nos planteamos la posibilidad de colaborar con ellos en el proceso de internacionalización de nuestros parques así como compartiendo los conocimientos técnicos en diseño e innovación.

### **Grupos de trabajo:**

**G.A.T. :** Grupo de Atención temprana, compuesto por profesionales y expertos en materia de estimulación infantil que de forma coordinada y consensuada han elaborado el Libro Blanco de Atención Temprana. En dicho libro se recogen los principios rectores de intervención así como la exigencia a las administraciones autonómicas por lograr un grado de eficacia en la planificación, racionalidad de la gestión y financiación, identificando las carencias en atención temprana que garantizan la respuesta más adecuada a los niños y niñas que lo necesitan.

**Alianza:** compartir conocimientos y experiencias así como las últimas innovaciones en materia de estimulación infantil.

---

<sup>29</sup> <http://www.autismo.org.es>

## 4.7. Fidelización

Fundamentalmente, se seguirán tres estrategias paralelas:

1. Buscando la excelencia en el servicio post-venta. La calidad en las instalaciones, siguiendo criterios de durabilidad, accesibilidad y usabilidad.
2. Visibilidad de la iniciativa vía geoposicionado en el website que se construirá a tal efecto. Este contempla la promoción de una comunidad de usuarios que puedan sugerir, proponer y demandar mejoras en las instalaciones.
3. Como se indica en el plan de marketing, la adaptación de un nuevo parque se beneficia de una supervisión semestral durante los 2 primeros años, acompañado de un informe de incidencias y recomendaciones.
4. Asimismo, se acompaña todo el pack con la realización de tres talleres de animación sociocultural en el espacio.

## IV PLAN DE OPERACIONES

### 1. MODELO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La fabricación se realizará bajo pedido, previo pago de un anticipo a cuenta. El proceso de producción se subcontrará a empresas fabricantes. Estimamos la vida útil de los parques instalados en 10 años.

Para satisfacer todas las actividades de servicio se realizarán programaciones de las horas de trabajo imputando un coste por hora trabajada de cada empleado en función de su perfil al proyecto en cuestión.

Programa de producción:

Número de horas de prestación del servicio (10 horas del servicio de análisis de adecuación con una tarifa media de 50€ hora).

Mano de obra directa: el equipo se divide por áreas de actividad, en el área de consultoría se estima la dedicación de un responsable del servicio a media jornada, un arquitecto con dedicación de  $\frac{3}{4}$  partes y un psicóloga a media jornada (el segundo año se duplican el personal). En el área de investigación se ha estimado la dedicación de un responsable de innovación a media jornada y estudios con la dedicación media de la psicóloga y de  $\frac{1}{4}$  del arquitecto.

La línea de servicio de transformación de parques está dirigida por el responsable de consultoría y está externalizada el montaje (el margen por kit es del 30%).

## COSTES

LINEA DE NEGOCIO	1º AÑO				2º AÑO		3º AÑO	
	Diseño	Técnico	Psicologo	COSTE TOTAL	Nº Proyectos	COSTE TOTAL	Nº Proyectos	COSTE TOTAL
<b>Consultoría y asesoramiento</b>				<b>59.400,00</b>		<b>86.400,00</b>		<b>86.400,00</b>
Coste de personal asignado	Daniel	3/4Arquitecto	1/2 psicologa	54.000,00	1,50	81.000,00		81.000,00
Gastos variables (transporte, etc.)				5.400,00		5.400,00		5.400,00
<b>Investigación e innovación</b>				<b>43.350,00</b>		<b>85.350,00</b>		<b>85.350,00</b>
Coste de personal asignado	Innovación diseño	1/4Arquitecto	1/2 psicologa	27.000,00		54.000,00		54.000,00
Coste de personal externo / especialista				15.000,00		30.000,00		30.000,00
Diseño y producción de entregables				1.350,00		1.350,00		1.350,00
<b>Tranformación de parques actuales en accesibles (*)</b>				<b>57.540,00</b>		<b>172.200,00</b>		<b>350.700,00</b>
kit				12.600,00		63.000,00		126.000,00
kit				19.320,00		57.960,00		96.600,00
kit				25.620,00		51.240,00		128.100,00
<b>TOTAL COSTE</b>				<b>160.290,00</b>		<b>343.950,00</b>		<b>522.450,00</b>

En el primer año, se contemplan jornadas parciales que permitirán de moda paralelo la conciliación de la empresa con alguna otra actividad profesional de los socios y la viabilidad económica en el primer año.

Se contempla igualmente la contribución de especialistas en las diferentes área de servicio en función de las necesidades.

## 2. APROVISIONAMIENTO Y GESTIÓN DE PROVEEDORES

Para la selección de proveedores se ha realizado una investigación de mercado, en base a la cual se han escogido los que mejor se adaptan a nuestras necesidades, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se ha dado preferencia a aquellos proveedores que facilitan un buen servicio anteponiéndoles a los que presentan costes más bajos. Basándonos en criterios de sostenibilidad y conciencia social.
- Contenur S.L (<http://www.contenur.com>): Posee la Certificación FSC y PEFC.
- Aunor (<http://www.aunor.org>) : Cuenta con una amplia oferta de suelos de caucho, siendo el reciclaje una de sus principales fuentes de obtención de dicho material.

Otras posibilidades ya contempladas en el análisis del sector:

- Aunor (<http://www.aunor.org>)
- Maderplay (<http://www.maderplay.com>)
- Gronxat (<http://gronxat.com>)
- Hags (<http://catalog.hags.com>)
- Sutcliffeplay (<http://www.sutcliffeplay.co.uk>)
- Montajes Ezkur (<http://zonasrecreativas.com>)

- Jumbo (<http://www.productosjumbo.com>)
- Territorio Urbano (<http://www.territoriourbano.es>)
- Grupo Vimalto (<http://www.grupovimalto.com>)
- Urbijuegos (<http://www.urbijuegos.com>)
- Imeison (<http://www.imeison.es>)
- Acces, Asesoría de Adaptabilidad (<http://www.accesasesoria.es>)

Se seleccionarán 3 proveedores alternativos para cubrir eventuales cese en las relaciones comerciales con los previamente elegidos.

Condiciones de pago: necesitamos una cartera de crédito de entre 60 y 90 días para hacer frente a nuestros pagos en fecha a los 90 días fecha factura (tener como principal cliente a la administración supone un riesgo importante en el cobro en tiempo de la facturación y por tanto del pago a proveedores).

\*Plazos de entrega. Condicionar el pago a la entrega en fecha convenida.

### **3. SISTEMA DE GESTIÓN**

Apostamos por la implantación de un sistema integrado de gestión ambiental, de calidad y prevención de riesgos laborales conforme a la ISO 14001 y EMAS, ISO 9001 y la especificación OHSAS 18001:1999.

Para el desarrollo y mejora del Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa contaremos con la aplicación del software q-bo.org ofrecido por la empresa Quattro. Dentro de sus ventajas destacamos para su elección la reducción del tiempo de puesta en marcha de la certificación de 3 meses en lugar de 1 año y el ahorro de un 70% de dedicación de los responsables para dicho mantenimiento, aspectos muy valorados en una empresas de nueva creación.

Queremos posicionarnos dentro del mercado como modelo de buenas prácticas y para ello contaremos con la certificación de Bureau Veritas en las distintas áreas de actividad, como son Medio Ambiente, Responsabilidad Social y Prevención de Riesgos Laborales. Igualmente consideramos importante y forma parte de nuestro plan estratégico que la empresa fuera respaldada por Bureau Veritas en la Certificado de Producto y Mercado CE, lo que nos permitiría una diferenciación del producto y una posible mejora en el mercado europeo. Esto estaría contemplado en nuestro proceso de internacionalización del producto. De cara a la implantación del sistema diferenciamos tres fases:

- A. Fase de documentación
- B. Fase de implantación
- C. Fase de certificación

Para la realización de estas fases será necesario seguir una secuencia de actividades que, en conjunto, se resumen así:

#### A. Documentación:

- Constitución equipo de trabajo.
- Planificación.
- Formación al equipo.
- Diagnóstico previo. Identificación de procesos.
- Sensibilización a empleados.
- Redacción Manual y Procedimientos.

#### B. Implantación:

- Implantación.
- Auditoría interna.

#### C. Certificación:

- Solicitud certificación.



- Visita previa organismo certificador.
- Auditoria organismo certificador.
- Plan de acciones correctivas.
- Certificación.

### 3.1. Plan de recursos

Con objeto de articular consistentemente la asignación de recursos a los procesos planteamos el siguiente plan operativo de actuación:

#### **CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL PLAN OPERATIVO**

Fecha de Planificación: octubre 2013

Período de planificación: 2014-2016

Actividad continua: ----- -

Actividad periódica: - - - - -

Periodo determinado: \*-----\*

AREA / Actividad	Unidad (horas)	Meta	Presupuesto estimado	Cronograma			Responsable
				201 4	201 5	201 6	
<b>1. Area de Innovación y Técnica:</b> a) Proyectos de investigación b) Inspección de parques c) Adaptación de parques d) Diseño de parques		Diseño, transformación y mantenimiento de parques accesibles		----- *-----*			Director de Innovación
<b>2. Area de Gestión:</b>		Eficiencia en		-----			Director Financiero

<p>a) Elaboración de documentos de Gestión y Estados Financieros</p> <p>b) Formulación y evaluación del presupuesto</p> <p>c) Realización del Plan de viajes</p>		<p>la administración y gestión de recursos</p>		<p>-----</p> <p>*-----*</p>	
<p><b>3. Area Comercial:</b></p> <p>a) Administración y Gestión de la página web</p> <p>b) Relación con clientes.</p> <p>c) Convenios de colaboración</p> <p>d) Gestión de datos de organizaciones y usuarios involucrados</p>		<p>Captación y fidelización de clientes</p>		<p>-----</p> <p>-----</p> <p>*-----*</p> <p>-----</p>	<p>Director Comercial y Relaciones Institucionales</p>
<p><b>4. Area de Operaciones (RRHH y Compras):</b></p> <p>a) Formación del Personal</p> <p>b) Contratación de Servicios</p> <p>c) Relación con proveedores</p>		<p>Capacitación del personal y logística</p>		<p>-----</p> <p>*-----*</p> <p>*-----*</p>	<p>Director de Operaciones</p>

## 4. MODELO ORGANIZATIVO

### 4.1. Forma Jurídica

Descartada la opción de crear una fundación pues la mayor ventaja que tiene que es la de poder tributar al tipo reducido del I.S. en una primera fase será un ventaja limitada pues lógicamente el beneficio será pequeño y en su mayor parte distribuido a los socios en forma de salario o contraprestación por servicios, en ambos casos un gasto deducible.

La mayor desventaja de las fundaciones que es el estar sometidos a la supervisión de los órganos pertinentes de las comunidades autónomas hace también que sea difícil el funcionamiento de estas. En cualquier caso parece que las fundaciones tienen más sentido en casos de sociedades patrimoniales con un fin social.

Se opta por una SRL o bien por una SLNE que no es más que una empresa de las anteriores con simplificaciones en su tramitación.

Gracias a la tramitación electrónica se consigue poder constituir una empresa en solo 48 horas y una única visita al notario. Estas empresas son formas de las S.L. que se adaptan a las ventajas fiscales y burocráticas del Real Decreto-Ley 13/2010.

Otra ventaja de la utilización del programa de tramitación es poder acceder a ventajas fiscales convocadas por el ayuntamiento de Madrid:

*Las líneas de ayudas "Madrid Tax-Free", consisten en la devolución y/o reintegro de una serie de gastos [tributos municipales y precios privados abonados a las Entidades Colaboradoras en la Gestión de Licencias Urbanísticas (ECLU)].*

*La primera línea de ayudas está dirigida a nuevas micro y pymes empresas, subvencionándose determinados tributos municipales y precios privados abonados a las Entidades Colaboradoras en la Gestión de Licencias Urbanísticas (ECLU). Esta Línea complementa, por un lado, las ayudas del Ayuntamiento de Madrid dirigidas al fomento de las Industrias Culturales Creativas en determinadas zonas urbanas y, por*

*otro, el Convenio de Colaboración entre la Administración General del Estado, a través del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y el Ayuntamiento de Madrid para el Fomento de la Creación de Empresas mediante el Documento Único Electrónico, a través de la plataforma del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE)<sup>30</sup>.*

Se requiere un certificado digital del socio que realice las gestiones.

La DGPYME pone todos los medios para ello bien para una SLNE o bien para una SRL además tiene un curso online que lo explica.

La SRL Sociedad de Responsabilidad Limitada puede tener una URL (dirección web) en que se puede notificar actos societarios con la misma validez que los anuncios del BOE. Esto ahorra muchos trámites y costes por lo que es conveniente haber conseguido el dominio web para poder explicitar la dirección aunque no esté aún activa en un servidor.

Las SLNE (Sociedad Limitada de Nueva Empresa) tienen una denominación formada automáticamente por los apellidos de un socio y un número de forma que la autorización del registro es automática.

## 4.2. PLAN DE RRHH

### SOCIOS

PinPacPur cuenta con 4 socios, todos ellos han aportado capital para la constitución de la organización formando parte del Consejo de Administración, Órgano gestor de la empresa.

**Julia Segovia**, licenciada en Ciencias Económicas con perfil de control de gestión. Ha sido responsable de administración y control de gestión. Actualmente desarrolla funciones de planificación estratégica y análisis económico .

**Estrella Cerezo Melero**, licenciada en Ciencias Económicas. Ha trabajado como

---

30 Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.Lunes 9/09/2013  
<http://www.ipyme.org/es-ES/noticias/Documents/AgDesarrolloEconomicoMadridEmprende.pdf>

Jefe de producto, director de marketing, Jefe de proyectos sociales y técnico en presupuestación.

**Daniel Fernández**, Lic. y D.E.A. en Filosofía, Máster en Gestión Cultural y Master Executive en Economía Social. Experiencia en gestión cultural, arte y nuevos medios, cooperación para el desarrollo y comunicación digital. Especializado en tecnologías abiertas, innovación y T.I.C.s aplicadas a proyectos sociales.

**Leticia Mejorada**, licenciada en Psicología con perfil social y organizaciones. Tiene formación específica en Infancia y discapacidad. Con amplia experiencia en la intervención con menores y familias, el Master Executive de Economía Social complementa su formación en gestión empresarial.

## ORGANIGRAMA

Para PinPacPur la organización y gestión de los RRHH tiene un especial interés, ya que partimos de la idea de que ofrecer un servicio para las personas necesita de personas que lo desarrollen y estas deben sentirse legitimadas en todo momento. Se trata de una pieza fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y la consecución de sus objetivos, definiendo los diferentes niveles organizativos, funciones, relaciones y responsabilidades con la intención de conseguir la mayor descentralización posible.



### PREVISIONES DE PLANTILLA

Durante el primer año 2014 la plantilla está compuesta por los 4 socios que conforman la empresa, desempeñando tanto las funciones de dirección de áreas como las actividades específicas de cada una de ellas. La dedicación del equipo directivo durante el primer año será parcial llegando a la jornada completa en el segundo año.

Se prevé la incorporación inicialmente temporal de un arquitecto encargado del diseño de la adaptación de los parques ya existentes. Así como la incorporación al inicio del tercer años de un técnico industrial que se encargará junto con la dirección de innovación del desarrollo del área I+D+I.

Al finalizar el tercer año se prevé un aumento paulatino de plantilla de hasta 10 personas.

### DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Hemos contemplado una serie de competencia personales para cada perfil profesional. No siendo estas las únicas a valorar en el proceso de selección pero si unos mínimos desde dónde partir en la preselección.

PUESTO	DIRECCIÓN FINANZAS
DEPENDENCIA JERARQUICA	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Asegurar la viabilidad financiera y económica del proyecto.
FUNCIONES	Asegurar recursos financieros, gestión del pasivo y la tesorería. Elaborar cuentas anuales, liquidar impuestos, seguros sociales y demás procedimientos.
REQUERIMIENTOS	Titulación de grado superior. Máster/ posgrado en Administración de empresas. Experiencia de más de tres años en puesto

	similar.
	Carnet B1. Disponibilidad para viajar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	Análisis y resolución de problemas Comunicación Dirección de equipos Visión de negocio Tolerancia a la presión
PUESTO	DIRECCIÓN COMERCIAL
DEPENDENCIA JERARQUICA	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Asegurar las estrategias de marketing cumpliendo los objetivos de la empresa.
FUNCIONES	Dirección y Supervisión de todas las gestiones en mantenimiento web, atención al cliente, y de marketing. Asegurar que se cumplen los objetivos planteados por el consejo de administración. Titulación de grado superior. Experiencia de más de tres años en departamentos de Marketing.
REQUERIMIENTOS	Carnet B1. Disponibilidad para viajar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	Análisis y resolución de problemas Comunicación Dirección de equipos Tolerancia a la presión Toma de decisiones

PUESTO	DIRECCIÓN OPERACIONES
DEPENDENCIA JERARQUICA	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Asegurar todas las operaciones de la empresa según la planificación anual.
FUNCIONES	Dirección y supervisión de todas las gestiones relacionadas con las comprar y administración. Dirección y Supervisión de todas las operaciones de la compañía: gestionar las relaciones con proveedores, relación de estudios de zona, gestionar las demandas sociales, supervisión de las actividades de adaptación de los parques así como la supervisión de estos y los servicios de asesoría.
REQUERIMIENTOS	Titulación de grado superior. Formación específica en el mundo de la Discapacidad Infantil y Accesibilidad Universal. Experiencia de al menos tres años en un puesto de gestión. Carnet B1. Disponibilidad para viajar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	Capacidad de aprendizaje Dirección de equipos Liderazgo Planificación y organización Toma de decisiones



PUESTO	DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN
DEPENDENCIA JERARQUICA	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Asegurar el desarrollo del área de innovación así como dotarle de la importancia que tiene en el desarrollo de la cadena de valor.
FUNCIONES	Dirección y supervisión de las innovaciones en materia de accesibilidad y estimulación infantil. Gestionar la participación de la empresa en plataformas de innovación, grupos de desarrollo tecnológico y emprendeduría social.
REQUERIMIENTOS	Titulación de grado superior. Experiencia en la gestión cultural y desarrollo de nuevas tecnologías. Carnet B1. Disponibilidad para viajar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	Conocimientos profesionales Comunicación Análisis y resolución de problemas Liderazgo Toma de decisiones
PUESTO	TÉCNICO CONTABILIDAD
DEPENDENCIA JERARQUICA	DIRECCIÓN FINANZAS
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Ejecución de tareas administrativas y

FUNCIONES	<p>asistencia a la Dirección Gestión de las compras que se han planificado al año, relación con los proveedores, ejecución de las tareas administrativas de la empresa, y asistencia a la dirección.</p>
REQUERIMIENTOS	<p>Titulado de Grado Superior preferiblemente en titulaciones como Económicas, Administración y Dirección empresas. Conocimientos profesionales. Informática a nivel de usuario. Inglés nivel B2.</p>
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	<p>Analisis y resolución de problemas Conocimientos profesionales Orientación al Logro Visión de negocio Tolerancia a la presión</p>
PUESTO	TÉCNICO MANTENIMIENTO WEB
DEPENDENCIA JERARQUICA	DIRECCIÓN COMERCIAL
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Acciones de mantenimiento de WEB.
FUNCIONES	<p>Llevar a cabo acciones de comunicación online (e-mail marketing, redes sociales, etc.). Llevar a cabo acciones en Mobile: desarrollo funcional de apps de Apple iPhone, webapps. Mantenimiento de contenido web (portales corporativos, redacciones online )</p>
REQUERIMIENTOS	Titulado de grado superior.

Conocimientos en gestión de contenidos y gestores de contenidos (valorándose el conocimiento del gestor de contenidos SDL Tridion o similar). Conocimientos de las funciones de un Webmaster y de la programación web (PHP, ASP, JSP)  
Ingles nivel B2.

JORNADA

Parcial-completa( en función del crecimiento de la empresa)

COMPETENCIAS

Conocimientos profesionales  
Comunicación  
Capacidad de aprendizaje  
Flexibilidad  
Tolerancia a la presión

PUESTO

TÉCNICO DE MARKETING

DEPENDENCIA JERARQUICA

DIRECCIÓN COMERCIAL

UBICACIÓN DEL CENTRO DE

Oficina central

TRABAJO

MISIÓN

Acciones de soporte a la dirección comercial.

FUNCIONES

Confección de presentaciones.

Gestión de la página Web.

Preparación de eventos.

Titulación de grado medio.

Formación específica como Community Manager.

Experiencia en el tercer sector.

Carnet B1.

REQUERIMIENTOS

JORNADA	Parcial/ completa
COMPETENCIAS	Conocimientos profesionales Comunicación Capacidad de aprendizaje Planificación y organización Tolerancia a la presión
PUESTO	ARQUITECTO
DEPENDENCIA JERARQUICA	DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Asegurar que el diseño y adaptación de los parques sea Accesible.
FUNCIONES	Desarrollar los diseños accesibles en los parques adaptados. Incorporar Creatividad y Especificidad en cada unos de los parques.
REQUERIMIENTOS	Titulación superior en Arquitectura. Especialización en Accesibilidad y diseños para tod@s. Carnet B1. Disponibilidad para viajar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	Conocimientos profesionales Liderazgo Comunicación Tolerancia a la presión Toma de decisiones
PUESTO	TÉCNICO CALIDAD

DEPENDENCIA JERARQUICA	DIRECCIÓN OPERACIONES
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Operación de los procesos de la gestión de calidad.
FUNCIONES	Actividades de inspección, preparación y desarrollo de planes de calidad.
REQUERIMIENTOS	Titulación de grado superior. Especializado en Gestión de Riesgos Laborales e implantación de sistemas de calidad. Experiencia previa en puesto similar.
JORNADA	Completa
COMPETENCIAS	<p>Ánalysis y resolución de problemas</p> <p>Conocimientos profesionales</p> <p>Flexibilidad</p> <p>Orientación al Logro</p> <p>Planificación y Organización</p>
PUESTO	TÉCNICO INDUSTRIAL
DEPENDENCIA JERARQUICA	DIRECCIÓN INNOVACIÓN
UBICACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO	Oficina central
MISIÓN	Desarrollar iniciativas de innovación del producto.
FUNCIONES	Actividades de preparación y desarrollo de módulos y juegos innovadores.
REQUERIMIENTOS	Titulación de grado medio/superior en Ingeniería industrial. Formación en diseño industrial 3D.

JORNADA

COMPETENCIAS

Carnet B1.

Nivel de Inglés B2 mínimo.

Parcial/completa

Capacidad de Aprendizaje

Conocimientos profesionales

Orientación al Logro

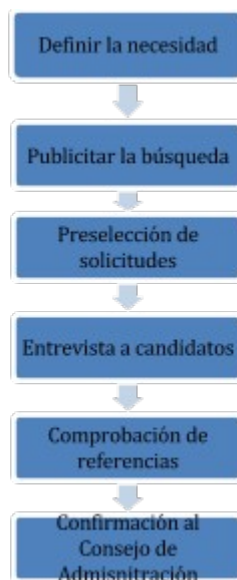
Toma de decisiones

Comunicación

### **POLITICA DE SELECCIÓN**

Los cuatro puestos directivos serán ocupados por los cuatro socios fundadores, así como durante los tres primeros años las actividades técnicas a excepción del diseño, dónde contaremos con un Arquitecto.

Fases del proceso de selección:



Será responsabilidad de la Dirección de Operaciones junto con el responsable de la unidad de negocio correspondiente, quienes se encargarán de definir las tareas, las aptitudes necesarias y los niveles de desempeño que requiere cada puesto.

Este perfil no está contemplado en el Organigrama, ya que no contemplamos la opción inicial de un departamento específico, el crecimiento de plantilla se prevé lento. La persona que ocupa el puesto en la Dirección de Operaciones cuenta con los conocimientos y experiencia necesarios para el desarrollo de los RRHH de la empresa..

### **POLITICA DE FORMACIÓN**

Consideramos fundamental desarrollar un plan de formación por tres razones básicas:

- Eliminar las deficiencias de rendimiento, ya sean las presentes o las que se prevengan.
- Mantener un alto nivel de rendimiento, principalmente en el área de Innovación.
- Aumentar el nivel de compromisos de los trabajadores así como reforzar la sensación de trabajar en un sitio que cubre las distintas expectativas de todos sus trabajadores.

El proceso de formación y desarrollo es continuo, haciendo uso del Know How de la empresa como elemento principal de desarrollo.



## V. MODELO ECONÓMICO FINANCIERO

El modelo económico financiero se ha construido sobre las hipótesis planteadas de desarrollo de actividad de las diferentes líneas de servicio de la PinPacPur así como con los costes necesarios para el funcionamiento de la empresa. La estimación de las diferentes líneas de servicio responde al análisis realizado sobre la potencial demanda de los mismos siendo moderadamente optimistas: al constituir un nuevo nicho de mercado (prácticamente sin competencia) la demanda vendrá generada por las propias actividades de la compañía.

A continuación se plantean los gastos de constitución y desarrollo, y los ingresos esperados para los primeros tres años.

La ubicación de Pinpacpur en una incubadora de empresas o en un Hub nos permitirá mantener unos gastos de alquiler muy reducidos, evitando tener que hacer frente al pago de mobiliario y pago fianza.

Estimamos que las necesidades financieras totales para la puesta en marcha ascienden a 6.468€.

INVERSION	IMPORTE EUROS	AMORTIZACION (años)	AMORTIZACION (€/año)	AMORTIZACION (€/mes)
Gastos de Constitución	600,00	5,00	120,00	10,00
Mobiliario y otro equipamiento (*)	0,00	10,00	0,00	0,00
Equipos informáticos	4.700,00	4,00	1.175,00	97,92
<b>TOTAL</b>	<b>5.300,00</b>		<b>1.295,00</b>	<b>107,92</b>
Alquiler (1ºmes) (*)	150,00			
IVA soportado	1018,5			
<b>TOTAL</b>	<b>6.468,50</b>			



Suponemos que entre todos los miembros del equipo promotor podemos aportar 3.000€, desembolso inicial del equipo promotor para la ejecución de la inversión.

FINANCIACIÓN	IMPORTE EUROS	% FINANCIACIÓN
Recursos Propios	3.000,00	0,46
Préstamos	3.468,50	0,54
TOTAL	6.468,50	1

DATOS DEL PRESTAMO	
Importe del préstamo	3.468,50
Tipo Anual	6%
Pagos anuales	12
Años de Amortización	3
<b>Cálculo de condiciones:</b>	
Intereses (total)	-330,17
Intereses 1º año	-178,52
Intereses 2º año	-111,43
Intereses 3º año	-40,21

El resultado del primer año es deficitario debido a que los ingresos no son muy elevados por ser el primer año de funcionamiento. Estimamos llegar al break even el segundo año, alcanzando beneficios en el tercer año que cubrirán la financiación requerida para cubrir el primer año de proyecto.

El primer año consideramos 100 actuaciones de asesoramiento, 3 estudios de investigación de mercado y la instalación de 1 kits de adaptación de parques infantiles de cada uno de los 3 modelos analizados en el primer año.

El segundo año hemos incrementado a 200 actuaciones de asesoramiento, 6 estudios de investigación e instalación de 10 kits de adaptación (se incrementa el apoyo externo y se revisan los sueldos y salarios del equipo).

El tercer año mantenemos el volumen de ventas de servicios de consultoría y de

investigación pero se incrementa el número de kits de adaptación instalados a 20 unidades.

Los gastos se han calculado en concordancia con los ingresos, habiendo reducido considerablemente los gastos indirectos para facilitar la viabilidad de la empresa.

Se han recogido así mismo gastos variables (en concepto de transporte...) y otros gastos derivados del diseño y producción de entregables.

Se ha mantenido una cantidad relevante de gastos de comercialización porque los consideramos de gran importancia para dar a conocer nuestra empresa garantizando su expansión, sujetos a un coeficiente de revisión interanual al alza.

<b>CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>Importe año 1</b>	<b>Importe año 2</b>	<b>Importe año 3</b>
Ventas Netas	179.200,00	435.000,00	690.000,00
- Gastos variables de Fabricación	57.540,00	172.200,00	350.700,00
- Gastos comunicación, publicidad, etc.	30.000,00	37.500,00	46.875,00
- Gastos de consultoría e investigación	102.750,00	171.750,00	171.750,00
<b>MARGEN BRUTO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>-11.090,00</b>	<b>53.550,00</b>	<b>120.675,00</b>
Gastos indirectos	15.000,00	54.000,00	54.000,00
<b>MARGEN NETO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>-26.090,00</b>	<b>-450,00</b>	<b>66.675,00</b>
- Dotación de Amortizaciones y Provisiones	107,92	107,92	107,92
+ Otros Ingresos - otros gastos			
<b>RESULTADO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>	<b>-26.197,92</b>	<b>-557,92</b>	<b>66.567,08</b>
+ Ingresos - Gastos financieros	-178,52	-111,43	-40,21
<b>RESULTADO ANTES DE INTERESES</b>	<b>-26.376,44</b>	<b>-669,35</b>	<b>66.526,87</b>
- Impuesto sobre los resultados			
<b>RESULTADO neto</b>	<b>-26.376,44</b>	<b>-669,35</b>	<b>66.526,87</b>

Los créditos fiscales generados el primer ejercicio se podrán aplicar, si se estima conveniente, en el tercer año fiscal, primer año en el que se generan beneficios.

El Plan de tesorería nos permitirá estudiar las necesidades de financiación de la empresa en función de los déficit o superavit de tesorería:

<b>PLAN DE TESORERÍA</b>				
<b>Tesorería Inicial</b>	<b>Mes 0</b>	<b>1º año</b>	<b>2º año</b>	<b>3º año</b>
<b>COBROS</b>				
Ventas		179.200,00	435.000,00	690.000,00
Fondos propios	3.000,00			
Préstamo	3.468,50			
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>6.468,50</b>	<b>179.200,00</b>	<b>435.000,00</b>	<b>690.000,00</b>
<b>PAGOS</b>				
Inversión	5.300,00			
Compras		57.540,00	172.200,00	350.700,00
Alquiler	150,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Comunicación		30.000,00	37.500,00	46.875,00
Gasto de Personal		115.950,00	223.950,00	223.950,00
Préstamo		178,52	111,43	40,21
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>5.450,00</b>	<b>205.468,52</b>	<b>435.561,43</b>	<b>623.365,21</b>
<b>CASH FLOW OPERATIVO</b>				
	<b>1.018,50</b>	<b>-26.268,52</b>	<b>-561,43</b>	<b>66.634,79</b>
IVA repercutido		37.632,00	91.350,00	144.900,00
IVA Soportado	1.018,50	18.761,40	44.415,00	83.868,75
<b>SALDO FINAL DISPONIBLE (Cash flow financiero)</b>				
	<b>0,00</b>	<b>-7.397,92</b>	<b>46.373,57</b>	<b>127.666,04</b>

Se buscará la fuente de financiación más adecuada para cubrir las necesidades de tesorería que serán puntuales en el primer año, valorándose distintas alternativas:

- Business Angels. A través de ESBAN, Red Española de Business Angels y la Asociación Española de Redes de Inversores Privados (Aeban).
- Las starts up suelen tener mayor facilidad de acceder al crédito a través de estos inversores particulares que a través de entidades de crédito.
- Crowdfunding, plataformas especializadas en donaciones y préstamos a inversores sin coste inicial.

- Fondos de Capital Riesgo. A través de la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo.
- Sociedades de Garantía Recíproca. Facilitan avales a las empresas que quieran conseguir financiación de una entidad financiera.
- El acceso a los canales tradicionales, los bancos, es más complejo en la actual situación de crisis debido a su aversión al riesgo.
- Se buscará asimismo financiación alternativa. Ayudas económicas y subvenciones para la creación de empresas y su afianzamiento. Si bien estas ayudas suelen tardar un tiempo en gestionarse.
- La financiación a fondo perdido (recursos propios o subvenciones) generará mayores ingresos y los fools, la financiación proporcionada por terceros, gastos en los distintos estados financieros.

En la medida en que el ratio de liquidez está en torno al 1 desde el segundo año, el nivel de apalancamiento no es muy alto.

Las necesidades de capital son reducidas garantizando que el equipo promotor mantenga el control de la compañía.

La evaluación de distintos ratios de gestión nos permitirá analizar la rentabilidad del proyecto:

El valor actual neto (VAN) de 5 años asciende a 114.000€, calculado en base a un tipo del 10%. Es decir el proyecto ofrece rentabilidad a posibles inversores a medio plazo.

La tasa de rentabilidad propia del proyecto también a 5 años (TIR) del 64%, refleja una alta ganancia porcentual del proyecto para el inversor.

La inversión se recuperará a mitad del tercer año (payback). El riesgo para el inversor por lo tanto tiene un horizonte limitado al medio plazo.

## BALANCE DE SITUACION

	INICIO ACTIVIDAD 1/01/2014		CIERRE 2014		CIERRE 2015		CIERRE 2016	
	Importe (€)	%	Importe (€)	%	Importe (€)	%	Importe (€)	%
<b>Activo</b>	<b>6.468,50</b>	<b>100</b>	<b>34.542,08</b>	<b>100</b>	<b>48.939,11</b>	<b>100</b>	<b>69.526,87</b>	<b>100</b>
<b>Inmovilizado</b>	<b>5.450,00</b>	<b>84</b>	<b>5.342,08</b>	<b>15</b>	<b>5.234,17</b>	<b>11</b>	<b>5.126,25</b>	<b>7</b>
<b>Circulante</b>	<b>1.018,50</b>	<b>16</b>	<b>29.200,00</b>	<b>85</b>	<b>43.704,94</b>	<b>89</b>	<b>64.400,62</b>	<b>93</b>
Clientes			22.200,00		34.000,00		51.000,00	
Bancos y caja			7.000,00		9.704,94		13.400,62	
Otros activos	1.018,50						0,00	
<b>Patrimonio Neto/Pasivo</b>	<b>6.468,50</b>	<b>100</b>	<b>34.542,08</b>	<b>100</b>	<b>48.939,10</b>	<b>100</b>	<b>69.526,87</b>	<b>100</b>
<b>Fondos Propios</b>	<b>3.000,00</b>	<b>46</b>	<b>-23.376,44</b>	<b>-68</b>	<b>2.330,65</b>	<b>5</b>	<b>69.526,87</b>	<b>100</b>
Capital Social	3.000,00		3.000,00		3.000,00		3.000,00	
Resultado del ejercicio			-26.376,44		-669,35		66.526,87	
<b>Fondos Ajenos</b>	<b>3.468,50</b>	<b>54</b>	<b>57.918,52</b>	<b>168</b>	<b>46.608,46</b>	<b>95</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>
Proveedores			36.521,50		26.600,00		0,00	
Acreedores			17.750,00		16.250,00		0,00	
Obligaciones financieras	3.468,50		3.647,02		3.758,46		0,00	

## VI. PLAN DE CONTINGENCIAS

En el caso de no cumplirse las previsiones se prevé el siguiente plan de contingencias, enumerando las causas principales y las actuaciones previstas.

- Escenario de menor volumen de ventas el primer año
  - Intensificar la acción comercial con nuestros clientes en dos direcciones
    - Incrementar las entrevistas con ayuntamientos
    - Ampliar entrevistas con colegios públicos, privados, guarderías y centros de ocio.
  - Incrementar la publicidad por internet concienciando a asociaciones y padres de la necesidad de hacer accesibles los parques.
- Escenario de mayor volumen de ventas
  - Tenemos cubierta el exceso de demanda porque tenemos una alianza con un estudio de arquitectura, un estudio de ingeniería hidráulica y disponemos de proveedores alternativos de juegos y estructuras accesibles.
  - La inexistencia de stocks, la externalización de la distribución y producción, limita el impacto sobre *PIN PAC PUR*. Una mayor penetración en el mercado implica mayor producción y mayores beneficios.
  - Tenemos acuerdos cerrados con proveedores lo que hace imposible que incrementen los costes operacionales.

## VII. PLAN DE DESARROLLO ECONÓMICO

A largo plazo y una vez implantado el negocio y validado el modelo, a partir de lo aprendido y ejecutado, las posibilidades de expansión son claras.

- En un principio y dentro del ámbito de la Comunidad de Madrid, a otros ámbitos como colegios, públicos y privados, guarderías, zonas hospitalarias infantiles, centros comerciales y de ocio.
- Posteriormente, podemos extender el negocio paulatinamente a otras comunidades autónomas hasta conseguir todo el mercado nacional

- Con posterioridad podemos intentar la Internacionalización con innovación y buen desarrollo del negocio.

## VIII. AGRADECIMIENTOS

Nosotras, el equipo de trabajo que ha dado nacimiento a PinPacPuR, queremos manifestar nuestro agradecimiento a todas aquellas personas que nos han acompañado en esta aventura. En primer lugar, a nuestros familiares y amigos, que han sabido asistir en un parto difícil y en un momento complejo, contribuyendo a nuestras pequeñas grandes cargas laborales y de cuidados, animándonos en los momentos de más desánimo, disfrutando y alimentando las ilusiones que un proyecto social de estas características pone en movimiento. Sea para ellas nuestro principal reconocimiento.

A Miguel Sánchez Galindo, Mónica López, Beatriz Navarro, Nadia Romero y Cristina Casas de la Escuela de Organización Industrial, por su apoyo, confianza y entusiasmo.

A Javier González Esteban y Ángel San Segundo, por su tutorización y asesoría.

A Luis Gómez Cerezo, autor del logotipo de PinPacPur y un músico excelente.

A Pablo García González, concejal de Urbanismo Parques y Jardines del Ayuntamiento de Majadahonda, y a Francisco Javier Úbeda Liébana, concejal de Medio Ambiente, Transportes Servicios a la Ciudad y Festejos del Ayuntamiento de Boadilla del Monte.

Y muy especialmente, a Jorge Palomero (P.I.A.) gran pionero en esta contienda por la inclusión de todxs lxs niñxs.

## **XIX. ANEXOS**

### **1. Mercados potenciales:**

#### a.1) Instituciones públicas:

- GALICIA - Ayuntamiento de A Coruña. Lugo, Orense y Pontevedra
- ASTURIAS - Ayuntamiento de Oviedo, Vigo y Gijón
- SANTANDER- Ayuntamientos de Santander y Torrelavega
- PAIS VASCO- Ayuntamientos de Vitoria-Gasteiz, Bilbao, Donostia
- NAVARRA- Ayuntamiento de Pamplona
- LA RIOJA- Ayuntamientos de Logroño,
- ARAGON- Ayuntamiento de Huesca, Zaragoza, Teruel
- CASTILLA Y LEON- Ayuntamientos de Leon, Palencia, Burgos, Zamora, Valladolid, Soria, Segovia, Salamanca y Avila.
- MADRID- Ayuntamiento de Madrid y Comunidad de Madrid
- CASTILLA LA MANCHA- Ayuntamientos de Guadalajara, Toledo, Cuenca, Ciudad Real y Albacete
- EXTREMADURA- Ayuntamientos de Cáceres y Badajoz
- ANDALUCIA – Ayuntamientos de Jaén, Córdoba, Sevilla, Granada, Huelva, Almería, Cádiz y Málaga
- MURCIA – Ayuntamiento de Murcia
- COMUNIDAD VALENCIANA - Ayuntamientos de Valencia, Castellón y Alicante
- CATALUÑA – Ayuntamientos de Lérida, Gerona, Tarragona y Barcelona

Posteriormente se ampliará a los municipios de más de 50.000 habitantes o que tengan mayores partidas presupuestarias destinadas a dependencia.

#### a.2) Centros de educación primaria:



- COMUNIDAD DE MADRID : 1314 centros ( públicos, privados y concertados)
- CASTILLA LA MANCHA : 777 centros
- MURCIA : 508 centros
- COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCIA : 2553 centros
- EXTREMADURA: 483 centros
- CASTILLA LEÓN : 867 centros
- GALICIA: 1007 centros
- PRINCIPADO DE ASTURIAS: 321 centros
- CANTABRIA: 193 centros
- EUSKADI: 617 centros
- LA RIOJA: 83 centros
- NAVARRA: 219 centros
- ARAGÓN: 383 centros
- CATALUÑA: 2351 centros
- COMUNIDAD VALENCIANA: 1371 centros
- ISLAS BALEARES: 322 centros
- MELILLA: 16 centros
- CEUTA: 22 centros
- CANARIAS: 737 centros

## 2. Mercado accesible:

b.1) Colegios especiales, públicos y privados

Comunidad de Madrid:

- CPEE ALFONSO X EL SABIO- Leganés
- CPREE Centro BOBATH España- Madrid
- CPEE FRANCISCO DEL POZO-Madrid

- CPEE FRAY PEDRO PONCE DE LEÓN-Madrid
- CPEE FUNDACION GOYENECHÉ- Madrid
- CPEE GONZALO LAFORA- Alcobendas
- CPEE GUADARRAMA - Cosalda
- CPEE INFANTA ELENA- Madrid
- CPEE INMACULADA CONCEPCIÓN-Madrid
- CPEE JOAN MIRO-Madrid
- CPEE JUAN XXIII- Fuenlabrada
- CPEE MARIA MONTESORI- Parla
- CPEE MARIA SORIANO- Madrid
- CPEE MIGUEL UNAMUNO- Móstoles
- CPEE MIGUEL HERNANDEZ- Colmenar viejo
- CPEEMONTE ABANTOS- Las Rozas
- CPEE PABLO PICASSO- Alcalá de Henares
- CPEE PEÑALARA- Collado Villalba
- CPEE PRINCESA SOFIA- Madrid
- CPEE SEVERO OCHOA- Alcorcón
- CPEEVALLECAS- Madrid

Colegios públicos de infantil y primaria (Comunidad de Madrid)

Colegios Privados (Comunidad de Madrid)

Centros especiales

b.2) Centros de Ocio

b.3) Urbanizaciones

### **3. Estatutos de Actividades tipo**

Parece necesario acogerse a alguno de los estatutos predefinidos para poder acogerse a

la tramitación telemática.

Tendremos que definir la actividad de la empresa, parece lógico utilizar entre las opciones predefinidas del programa de ayuda del ministerio, por actividades tipo la de **Actividades Profesionales** obligatoriamente cumplimentada con alguna de las opciones que en nuestro caso serían:

- Actividades Profesionales.
- Construcción, instalaciones y mantenimiento.
- Prestación de servicios. Actividades de gestión y administración. Servicios educativos, sanitarios, de ocio y entretenimiento.
- Investigación, desarrollo e innovación.

De la misma forma hay que definir los datos de la actividad y el epígrafe del IAE, en una primera aproximación, después de consultar la página de INE a falta de un epígrafe que se adapte mejor se podría optar por los siguientes:

**SECCIÓN M: ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS**

**70 Actividades de las sedes centrales; actividades de  
Consultoría de gestión empresarial**

...

**70.2 Actividades de consultoría de gestión empresarial**

...

**70.22 Otras actividades de consultoría de gestión  
Empresarial.**

Y en el caso de IAE el epígrafe:

**899 Otros profesionales relacionados con servicios.**

Aún siendo sociedades exentas si están obligadas a presentar la declaración de IAE.

**CAPITAL SOCIAL.**

Respecto al capital social, es necesario que sea menor de 3.100 € para poder optar por

este tipo de tramitación, es también requisito obligado que todos los socios sean personas físicas así como acogerse a estatutos-tipo. Por otra parte las Sociedades Limitadas deben tener un Capital Social superior a 3.000 € aunque parece ser que el Gobierno pretende bajar ese capital mínimo a un euro. En cuyo caso optaríamos por un capital menor, habida cuenta de nuestra intención de empezar como empresa eminentemente de servicios.

### **OTROS DATOS**

Debemos definir el número de trabajadores y la fecha de constitución que en una SLNE será el día de la cita con el notario.

Son necesarios igualmente los datos de todos los socios y de sus cónyuges, como ya se dijo para la tramitación electrónica deben ser personas físicas.

Es necesario definir los datos de los locales si los hubiera, en donde se piensa ejercer la actividad. La plataforma permite iniciar los trámites de licencias municipales inmediatamente en algunos municipios, el de Madrid es uno de ellos.

### **DECLARACIÓN IMPUESTOS DE CONSTITUCIÓN**

Hay que rellenar los datos referentes al ITP/AJD acogiéndonos a la exención del real decreto-ley 13/2010 que declara exento de este impuesto a las S.L.

### **DECLARACIÓN CENSAL**

El siguiente punto es la Declaración Censal, que igualmente es posible realizar desde la plataforma del CIRCE. Además de los datos de tributación se requiere un representante frente a hacienda, lógicamente será un administrador con poderes estatutarios. Con estos datos hacienda dará un N.I.F a la sociedad.

### **DATOS PARA LA SEGURIDAD SOCIAL Y APERTURA DE LA CUENTA DE LA S.S.**

La apertura de cuenta de la Seguridad Social se hace junto con la introducción de los datos de los trabajadores. Aquí habrá que separar los trabajadores por cuenta ajena y

aquellos que tengan funciones de dirección y gerencia pues estos estarán en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

Cuando haya trabajadores por cuenta ajena habrá que abrir una cuenta de la seguridad social.

### **NOTARIO, IMPUESTOS Y OTROS DATOS.**

Se puede conseguir directamente una cita con un notario, que no se podrá anular cuando sea enviado el formulario.

### **FACTURACIÓN DEL REGISTRO MERCANTIL PROVINCIAL Y GENERAL**

Se hace a través de la página del registro y se debe pagar por tarjeta o por transferencia, esta página otorga una referencia que se debe llevar al formulario. También es posible obtener los costes aproximados del notario.

### **LUGARES DE ACTIVIDAD**

Si se ejerce fuera de local se señala la provincia y es posible consignar un local de uso parcial o indirecto.

### **SOLICITUD DE COMUNICACIÓN A LA AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS.**

Como nuestro de datos tendrá que darse de alta en la Agencia de protección de datos, en donde hay que decir si se van a manejar datos especialmente protegidos, las medidas e seguridad de los ficheros y si se van a ceder dichos datos. En el caso de esta empresa no parece necesaria la utilización de datos especialmente sensibles.

### **ALTA DE DOMINIO EN INTERNET**

Solo se puede acceder a dos proveedores de dominio en la plataforma del CIRCE. Directamente estos proveedores comprueban si son dominios no ocupados, es necesario que sea un dominio .es, aunque será conveniente reservar al menos los .com y puede que .eu y en nuestro caso .org.

## OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS.

Opcionalmente de puede proteger la marca de producto y servicio, se puede comprobar directamente en la página de de la OEPM si existe dicha marca, se debe asociar la Marca a un tipo de servicio. Si debe pagar las tasas que no serán devueltas si se rechaza la inscripción.

## 4. Cuota de Mercado:

Conforme a los datos del INE la prevalencia de niños con discapacidad, menores de 15 años, es del 5,6% de los habitantes de todas las edades (2,2% para niños menores de 6 años; 1,9% hasta 9 años y 1,5% hasta 15 años).

La aplicación de estos porcentajes sobre la base de población infantil por comunidades obtenemos un estudio de mercado que nos permite dimensionar el volumen de demandantes del servicio que ofertamos.

<b>POBLACION con discapacidad</b>	<b>De 0 a 4 años 2,20%</b>	<b>De 5 a 9 años 1,90%</b>	<b>De 10 a 14 años 1,50%</b>	<b>De 0 a 14 años 1,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>54.352</b>	<b>44.771</b>	<b>32.809</b>	<b>131.932</b>
Andalucía	10.448	8.743	6.571	25.762
Aragón	1.438	1.171	865	3.474
Asturias, Principado de	879	728	547	2.155
Balears, Illes	1.312	1.086	790	3.187
Canarias	2.164	2.043	1.582	5.788
Cantabria	617	503	356	1.475
Castilla y León	2.264	1.948	1.516	5.728
Castilla-La Mancha	2.462	2.055	1.585	6.102
Cataluña	9.398	7.443	5.234	22.075
Comunitat Valenciana	5.885	4.909	3.584	14.379
Extremadura	1.143	1.007	823	2.973
Galicia	2.457	2.062	1.558	6.078
Madrid, Comunidad de	8.121	6.375	4.425	18.921
Murcia, Región de	2.025	1.658	1.197	4.880
Navarra, Comunidad Foral de	768	634	462	1.864

País Vasco	2.325	1.890	1.338	5.553
Rioja, La	372	301	218	892
Ceuta	136	107	76	320
Melilla	138	107	81	326

### Muestreo de parques existentes en la Comunidad de Madrid:

<b>Comunidad de Madrid</b>	<b>Población por municipios (*)</b>	<b>Estimación parques infantiles (**)</b>
	<b>6.498.560</b>	<b>2.782</b>
Acebeda (La)	65	0
Ajalvir	4.203	2
Alameda del Valle	243	0
Álamo (El)	8.701	4
Alcalá de Henares	203.924	87
Alcobendas	111.040	48
Alcorcón	169.308	73
Aldea del Fresno	2.559	1
Algete	20.585	9
Alpedrete	13.480	6
Ambite	591	0
Anchuelo	1.188	1
Aranjuez	56.877	24
Arganda del Rey	55.506	24
Arroyomolinos	22.476	10
Atazar (El)	102	0
Batres	1.552	1
Becerril de la Sierra	5.355	2
Belmonte de Tajo	1.580	1
Berrueco (El)	606	0
Berzosa del Lozoya	227	0
Boadilla del Monte	47.037	20
Boalo (El)	7.037	3
Braojos	204	0
Brea de Tajo	572	0
Brunete	10.064	4
Buitrago del Lozoya	2.031	1
Bustarviejo	2.266	1
Cabanillas de la Sierra	751	0
Cabrera (La)	2.565	1
Cadalso de los Vidrios	2.944	1
Camarma de Esteruelas	6.808	3

Campo Real	5.668	2
Canencia	484	0
Carabaña	2.052	1
Casarrubuelos	3.279	1
Cenicientos	2.110	1
Cercedilla	6.986	3
Cervera de Buitrago	183	0
Chapinería	2.145	1
Chinchón	5.404	2
Ciempozuelos	23.716	10
Cobeña	6.823	3
Collado Mediano	6.697	3
Collado Villalba	61.955	27
Colmenar de Oreja	8.432	4
Colmenar del Arroyo	1.565	1
Colmenar Viejo	46.321	20
Colmenarejo	8.753	4
Corpa	643	0
Coslada	91.832	39
Cubas de la Sagra	5.332	2
Daganzo de Arriba	9.560	4
Escorial (El)	15.161	6
Estremera	1.486	1
Fresnedillas de la Oliva	1.592	1
Fresno de Torote	2.089	1
Fuenlabrada	198.132	85
Fuente el Saz de Jarama	6.379	3
Fuentidueña de Tajo	2.077	1
Galapagar	32.930	14
Garganta de los Montes	396	0
Gargantilla del Lozoya y Pinilla de Buitrago	369	0
Gascones	184	0
Getafe	171.280	73
Griñón	9.752	4
Guadalix de la Sierra	6.100	3
Guadarrama	15.534	7
Hiruela (La)	56	0
Horcajo de la Sierra-Aoslos	167	0
Horcajuelo de la Sierra	95	0
Hoyo de Manzanares	7.812	3
Humanes de Madrid	18.870	8
Leganés	187.125	80
Loeches	7.990	3



Lozoya	635	0
Lozoyuela-Navas-Sieteiglesias	1.200	1
Madarcos	53	0
Madrid	3.233.527	1386
Majadahonda	70.198	30
Manzanares el Real	7.949	3
Meco	12.797	5
Mejorada del Campo	22.902	10
Miraflores de la Sierra	5.979	3
Molar (El)	8.226	4
Molinos (Los)	4.590	2
Montejo de la Sierra	354	0
Moraleja de Enmedio	4.984	2
Moralzarzal	12.126	5
Morata de Tajuña	7.515	3
Móstoles	206.031	88
Navacerrada	2.793	1
Navalafuente	1.220	1
Navalagamella	2.392	1
Navalcarnero	25.453	11
Navarredonda y San Mamés	141	0
Navas del Rey	2.666	1
Nuevo Baztán	6.239	3
Olmeda de las Fuentes	338	0
Orusco de Tajuña	1.300	1
Paracuellos de Jarama	19.882	9
Parla	124.208	53
Patones	521	0
Pedrezuela	5.020	2
Pelayos de la Presa	2.572	1
Perales de Tajuña	2.877	1
Pezuela de las Torres	796	0
Pinilla del Valle	215	0
Pinto	46.763	20
Piñuécar-Gandullas	168	0
Pozuelo de Alarcón	83.844	36
Pozuelo del Rey	1.019	0
Prádena del Rincón	127	0
Puebla de la Sierra	99	0
Puentes Viejas	667	0
Quijorna	3.130	1
Rascafría	1.956	1
Redueña	291	0

Ribatejada	664	0
Rivas-Vaciamadrid	75.444	32
Robledillo de la Jara	106	0
Robledo de Chavela	4.058	2
Robregordo	65	0
Rozas de Madrid (Las)	90.390	39
Rozas de Puerto Real	469	0
San Agustín de Guadalix	12.770	5
San Fernando de Henares	41.376	18
San Lorenzo del Escorial	18.545	8
San Martín de la Vega	19.615	8
San Martín de Valdeiglesias	8.365	4
San Sebastián de los Reyes	81.466	35
Santa María de la Alameda	1.245	1
Santorcaz	816	0
Santos de la Humosa (Los)	2.367	1
Serna del Monte (La)	104	0
Serranillos del Valle	3.631	2
Sevilla la Nueva	8.887	4
Somosierra	92	0
Soto del Real	8.480	4
Talamanca de Jarama	3.178	1
Tielmes	2.616	1
Titulcia	1.206	1
Torrejón de Ardoz	125.331	54
Torrejón de la Calzada	7.666	3
Torrejón de Velasco	4.161	2
Torrelaguna	4.860	2
Torrelodones	22.680	10
Torremocha de Jarama	877	0
Torres de la Alameda	7.906	3
Tres Cantos	41.302	18
Valdaracete	665	0
Valdeavero	1.411	1
Valdelaguna	863	0
Valdemanco	949	0
Valdemaqueda	859	0
Valdemorillo	11.762	5
Valdemoro	70.315	30
Valdeolmos-Alalpardo	3.576	2
Valdepiélagos	571	0
Valdetorres de Jarama	4.170	2
Valdilecha	2.816	1

Valverde de Alcalá	464	0
Velilla de San Antonio	12.037	5
Vellón (El)	1.764	1
Venturada	1.897	1
Villa del Prado	6.495	3
Villaconejos	3.484	1
Villalbilla	11.010	5
Villamanrique de Tajo	795	0
Villamanta	2.505	1
Villamantilla	1.183	1
Villanueva de la Cañada	18.425	8
Villanueva de Perales	1.486	1
Villanueva del Pardillo	16.509	7
Villar del Olmo	2.135	1
Villarejo de Salvanés	7.452	3
Villaviciosa de Odón	26.708	11
Villavieja del Lozoya	273	0
Zarzalejo	1.517	1

Fuente: INE

(\*) Fecha de referencia 1 enero 2012

(\*\*) Extrapolación al total de municipios en base al muestreo de número de parques en varias poblaciones.

## 5. Ficha cliente municipio

Cuestionario:

- De cuántos parques públicos disponen en el municipio de .....
- Existe dotación presupuestaria para los parques
- Cómo realizan el mantenimiento de los parques-
- Existe alguno accesible
- Considera importante la propuesta
- Qué población infantil posee el municipio
- Conoce el número de niños discapacitados del municipio
- Cuántos motora, sensorial y psíquica
- Tiene pensado en el próximo programa electoral introducir el tema
- Considera que a la población del municipio le interesaría el tema

## XX. REFERENCIAS

### Organizaciones:

- Parques Infantiles Accesibles <http://parquesinfantilesaccesibles.blogspot.com.es/>
- Asociación Nora: <http://www.asociacionnora.com/>
- Grupo TÜV <http://www.tuv.com/>
- Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad  
<http://www.cermi.es>
- Via Libre <http://www.vialibre.es/>
- Fundación aprocor <http://www.fundacionaprocor.com/>
- Technosite <http://www.technosite.es/>
- Medialab-Prado <http://www.medialab-prado.es>
- Juegaterapia <http://www.juegaterapia.org/>
- Confederación Autismo España <http://www.autismo.org.es>

### Sitios web fuente de información:

- Instituto Nacional de Estadística <http://www.ine.es/>
- Urbadep <http://www.urbadep.com/>
- Barreras Arquitectónicas: <http://www.mldm.es/>
- Eneso Blog:  
<http://www.enso.es/blog/salas-de-estimulacion-sensorial-o-snoezelen/>
- Centro Tecnológico del Juguete <http://www.aiju.info/>
- Innovación Social. Internet y tecnología al servicio de la solidaridad.  
<http://www.innovasocial.com>

## Artículos:

- Tatiana Molina, Luisa F. Banguero. Diseño de un espacio sensorial para la estimulación temprana de niños con multidéficit. Revista Ingeniería Biomédica ISSN 1909-9762, volumen 2, número 3, enero-junio 2008, págs. 40-47.  
<http://revistabme.eia.edu.co/numeros/3/art/40-47.pdf>
- José Martínez Ledesma y Andrés del Toro. Nuevos Horizontes en Estimulación Sensorial.  
[http://www.terapia-ocupacional.com/articulos/Estimulacion\\_sensorial\\_JMtnez\\_Ledesma.shtml](http://www.terapia-ocupacional.com/articulos/Estimulacion_sensorial_JMtnez_Ledesma.shtml)
- Juego, juguetes y discapacidad. La importancia del diseño universal. AIJU. Ibi (Alicante) 2007  
<http://www.ceapat.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/juegojuguetesydiscapacidadlaim.pdf>
- “En España ya hay más de 19 millones de usuarios de internet, según Ymedia”  
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/en-espana-ya-hay-mas-de-19-millones-de-usuarios-de-internet-segun-ymedia/>
- IMSERSO “Pregúntame sobre accesibilidad y ayudas técnicas!” en línea:  
<http://imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/preguntame.pdf>
- CEAPAT. Catálogo de pulsadores, soportes y otras adaptaciones  
[http://www.ceapat.es/ceapat\\_01/centro\\_documental/productos\\_apoyo/IM\\_034108](http://www.ceapat.es/ceapat_01/centro_documental/productos_apoyo/IM_034108)
- M. José Alonso Parreño. *Los derechos del niño con discapacidad en España*, CERMI 2008.  
<http://www.cermi.es/es-ES/ColeccionesCermi/Cermi.es/Lists/Coleccion/Attachments/75/3901Derechosdelnio.pdf>
- Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid. Lunes 9/09/2013  
<http://www.ipyme.org/es-ES/noticias/Documents/AgDesarrolloEconomicoMadridEmprende.pdf>