

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**“PLAN DE MERCADEO QUE CONTRIBUYA AL FORTALECIMIENTO DEL
USO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL FONDO UNIVERSITARIO DE
PROTECCIÓN (FUP) EN LA SEDE CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**ANA CECILIA MÉNDEZ VILLELA
ERICK GEOVANNY SANDOVAL RODRÍGUEZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DICIEMBRE 2018

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: MsC. Roger Armando Arias Alvarado.
Vice - rector Académico: Dr. Manuel de Jesús Joya Ábrego
Vice - rector Administrativo: Ing. Nelson Bernabé Granados Alvarado.
Secretario General: Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez.

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: MsC. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.
Vice – decano: MsC. Mario Wilfredo Crespín Elías.
Secretaria: Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo.
**Director General de procesos
de graduación:** Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

TRIBUNAL CALIFICADOR

Ing. Mauricio Alberto Rivas Romero.
Lic. Esaú Artiga Mejía.
Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez (Docente Asesor).

DICIEMBRE 2018

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por ser mi fortaleza y por brindarme la bendición de finalizar mis estudios. A mi mamá, que siempre ha estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional y paciencia a lo largo de este camino, por motivarme a seguir hacia adelante a pesar de las circunstancias. A mi papá, por todos los consejos que me dejó, por acompañarme al inicio de este camino y por siempre haberme motivado a superarme. A mis hermanos, que me brindaron su ayuda cuando la necesité. Y a mis amigos, que de alguna u otra forma me apoyaron a lo largo de mi carrera.

Ana Cecilia Méndez Villela

Doy gracias a Dios, por darme fortaleza y salud para lograr mis objetivos y culminar con éxito mis estudios académicos, un profundo agradecimiento a mi tío Carlos Ramírez Flores, que fue como un padre, por todos sus consejos, paciencia y el apoyo incondicional que me brindó a lo largo de mi vida, gracias también a mi mamá y a mi abuela, que sin ellas este logro no hubiese sido posible. También agradecer a todos aquellos, que en algún momento de mi carrera me brindaron ánimos para seguir adelante. Puedo decir que los sueños tarde o temprano se cumplen, aunque el camino sea difícil lo importante es nunca darse por vencido.

Erick Geovanny Sandoval Rodríguez

Agradecimientos a nuestro asesor, Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez por su tiempo, dedicación y consejos que fueron de gran beneficio en el desarrollo y culminación de esta investigación.

ÍNDICE

I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO Y GENERALIDADES SOBRE EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP)	1
A. Objetivos	1
1. General:	1
2. Específicos:	1
B. Marco Histórico	2
1. Universidad de El Salvador	2
a. Antecedentes	2
i. Gobierno universitario	2
ii. Oficinas centrales	3
iii. Facultades	4
b. Misión	5
c. Visión	5
d. Organigrama de la Universidad de El Salvador	6
2. Fondo Universitario de Protección (FUP)	7
a. Antecedentes	7
b. Misión	7
c. Visión	8
d. Objetivos del Fondo Universitario de Protección (FUP)	8
e. Organización del Fondo Universitario de Protección (FUP)	8
i. Consejo Directivo	8
ii. Asamblea General de Delegados	9
iii. Gerencia	9
iv. Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP)	10
f. Servicios que proporciona el Fondo Universitario de Protección (FUP)	11
i. Servicios Médicos	11
ii. Despensa Familiar	12
iii. Préstamos de Emergencia	12
iv. Prestación por Defunción	13

v.	Préstamos Personales	13
vi.	Prestaciones Económicas	14
g.	Financiamiento.....	15
C.	Marco Conceptual	16
1.	Plan de Mercadeo	16
a.	Definición de Plan	16
b.	Definición de Mercadeo.....	17
c.	Definición de Plan de Mercadeo.....	17
2.	Contenido de un Plan de Mercadeo	18
a.	Resumen Ejecutivo	18
b.	Análisis de Situación	18
c.	Análisis FODA.....	19
d.	Metas y Objetivos de Mercado.....	22
e.	Estrategias de Mercadeo	23
f.	Implementación del Plan de Mercadeo	23
g.	Evaluación y Control	23
3.	Elementos de un Plan de Mercadeo	24
a.	Producto	24
b.	Precio.....	24
c.	Promoción.....	24
d.	Distribución	25
4.	Mercadeo de Servicios.....	25
a.	Definición de Servicio.....	25
b.	Características de los Servicios	26
i.	Intangibilidad	26
ii.	Inseparabilidad.....	26
iii.	Variabilidad	26
iv.	Caducidad.....	26
c.	Cadena de utilidades del Servicio	26
i.	Calidad de servicio interno	27
ii.	Mayor valor del servicio.....	27

iii.	Clientes leales y satisfechos	27
iv.	Saludables ganancias y crecimiento por el servicio.....	27
d.	Servicios con fines de Mercadeo.....	27
e.	Importancia del Mercadeo de Servicios.....	28
i.	Conocimiento	28
ii.	Exceder las expectativas.....	28
iii.	Recompensar a los clientes	28
5.	Diseños en un Plan de Mercadeo	28
a.	Tipos de diseños a utilizar en un Plan de Mercadeo	29
i.	Diseño publicitario	29
ii.	Diseño Editorial	29
iii.	Diseño de Identidad Corporativa	29
iv.	Diseño Web.....	30
v.	Diseño de ilustración	30
vi.	Diseño Tipográfico	30
vii.	Diseño de envase o Empaque	30
viii.	Diseño de fotografía	31
D.	Marco legal e Institucional.....	31
1.	Constitución de la República de El Salvador	31
2.	Ley del Seguro Social	32
3.	Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones	32
4.	Ley del Impuesto sobre la Renta.....	33
5.	Código de Trabajo.....	33
6.	Reglamento General de la Ley Orgánica de La Universidad de El Salvador.....	33
7.	Reglamento del Fondo Universitario de Protección del personal de la Universidad de El Salvador.....	34
8.	Reglamento especial de prestaciones en salud para los hijos del personal de la Universidad de El Salvador	42
9.	Reglamento especial de compensaciones y bonificación monetaria para el trabajador de La Universidad de El Salvador.....	43
10.	Marco institucional	44

II. DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP) A LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....	46
A. Objetivos.....	46
1. General.....	46
2. Específicos.....	46
B. Importancia de la investigación.....	47
C. Metodología de la Investigación.....	47
1. Métodos de Investigación.....	47
a. Método.....	47
b. Análisis.....	48
c. Síntesis.....	48
d. Deductivo.....	48
2. Tipo de Investigación.....	49
3. Diseño de la Investigación.....	49
4. Fuentes de Información.....	49
a. Primarias.....	49
b. Secundarias.....	49
D. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	50
1. Técnicas.....	50
a. Encuesta.....	50
b. Entrevista.....	50
2. Instrumentos.....	50
a. Cuestionario.....	50
b. Guía de entrevista.....	50
E. Unidades de análisis.....	51
F. Ámbito de la investigación.....	51
G. Determinación del universo y muestra.....	51
1. Universo.....	51
2. Muestra.....	52
a. Determinación de la muestra.....	52

b.	Distribución de encuestas.....	54
H.	Tabulación, análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los trabajadores cotizantes del Fondo Universitario de Protección (FUP).....	55
I.	Resultados de la entrevista dirigida a la Gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP).....	70
J.	Diagnóstico sobre los servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP).....	71
1.	Análisis de la situación.....	71
K.	Identificación del mercado meta.....	73
L.	Alcances y limitaciones.....	74
1.	Alcances.....	74
2.	Limitaciones.....	75
M.	Conclusiones y recomendaciones.....	76
1.	Conclusiones.....	76
2.	Recomendaciones.....	77
III.	PLAN DE MERCADEO QUE CONTRIBUYA AL FORTALECIMIENTO DEL USO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP).....	78
A.	Objetivos.....	78
1.	General.....	78
2.	Específicos.....	78
B.	Importancia.....	79
C.	Filosofía organizacional propuesta.....	79
1.	Misión.....	79
2.	Visión.....	80
3.	Valores.....	80
4.	Estructura organizacional.....	81
a.	Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP).....	81
b.	Funciones principales.....	82
D.	Plan de mercadeo.....	86
1.	Resumen ejecutivo.....	86

2.	Análisis de la situación.....	87
3.	Análisis FODA.....	87
4.	Metas y objetivos de mercadeo.....	90
a.	Proyección de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) para los años 2019 y 2020.	90
b.	Proyección de los ingresos y gastos del Fondo Universitario de Protección (FUP) para los años 2019 y 2020	91
c.	Relación Costo-Beneficio para el Fondo Universitario de Protección (FUP).....	91
d.	Índice de correlación para el Fondo Universitario de Protección (FUP)	93
5.	Estrategias de mercadeo	96
E.	Mezcla de mercadeo.....	97
1.	Producto/ Servicio.....	97
a.	Diseño del logo	97
b.	Diseño del eslogan.....	98
2.	Precio.....	98
3.	Plaza (Canales de distribución).....	99
4.	Promoción.....	101
a.	Creación de brochure.....	101
b.	Rediseño de afiches.....	104
c.	Creación de calendario	109
d.	Elaboración de calendario de bolsillo	110
e.	Creación de tarjeta de información.....	111
f.	Elaboración de cartel	112
F.	Tipos de diseños utilizados en el Plan de Mercadeo.....	113
G.	Plan de implementación	114
1.	Actividades	114
2.	Recursos.....	115
3.	Presupuesto.....	116
4.	Cronograma del plan de implementación	117
	Referencias bibliográficas	118

ÍNDICE DE CUADROS Y DE FIGURAS

CUADROS

Cuadro n°1: Sedes a nivel nacional de la Universidad de El Salvador.	4
Cuadro n°2: Facultades del campus central de la Universidad de El Salvador.	4
Cuadro n°3: Trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador.....	52
Cuadro n°4: Calculo de la muestra	53
Cuadro n°5: Distribución de encuestas.....	54
Cuadro n°6: Cuadro resumen de la entrevista	70
Cuadro n°7: Servicios	74
Cuadro n°8: Análisis FODA	88
Cuadro n°9: Cruce de variables	89
Cuadro n°10: Proyección de servicios.	90
Cuadro n°11: Proyección de ingresos y gastos.....	91
Cuadro n°12: Relación costo - beneficio	92
Cuadro n°13: Relación aportaciones y número de trabajadores proyectados	93
Cuadro n°14: Determinación de valores para el índice de correlación	94
Cuadro n°15: Relación retiro de trabajadores y egresos.....	95
Cuadro n°16: Determinación de valores para el cálculo del índice de correlación.	95
Cuadro n°17: Tasas de interés bancarias	99
Cuadro n°18: Costo de brochures.....	103
Cuadro n°19: Costo de afiches	105
Cuadro n°20: Costo de afiches C.....	106
Cuadro n°21: Costo de afiches D.....	107
Cuadro n°22: Costo de afiches F	108
Cuadro n°23: Costo de calendario	109
Cuadro n°24: Costo de calendario B.....	110
Cuadro n°25: Costo de tarjeta de información.	111
Cuadro n°26: Costo de elaboración de cartel.....	112
Cuadro n°27: presupuesto de gastos.....	116
Cuadro n°28: Cronograma de actividades	117

FIGURAS

Figura n°1: Organigrama de la Universidad de El Salvador	6
Figura n°2: Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP)	10
Figura n°3: Organigrama propuesto al Fondo Universitario de Protección.....	81
Figura n°4: Propuesta de logo	97
Figura n°5: Propuesta de eslogan.....	98
Figura n°6: Propuesta de canal de distribución.....	100
Figura n°7: Creación de broshure	102
Figura n° 8: Afiche de servicios de salud	105
Figura n° 9: Afiche de servicios de créditos	106
Figura n° 10: Afiche de servicios de despensa familiar	107
Figura n° 11: Afiche de prestaciones económicas.....	108
Figura n° 12: Creación de calendario.....	109
Figura n° 13: Elaboración de calendario de bolsillo.....	110
Figura n° 14: Creación de tarjeta de información.....	111
Figura n° 15: Elaboración de cartel.....	112

ANEXOS

1. **Anexo N° 1:** Formato de cuestionario dirigido a los trabajadores cotizantes del Fondo Universitario de Protección (FUP) de la Universidad de El Salvador.
2. **Anexo N° 2:** Formato de entrevista dirigida a la Gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP)

RESUMEN

El tema de investigación, surgió durante una conversación que se sostuvo con la gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP), la Lic. Corina Miranda de Ángel, quien manifestó que existía un desconocimiento por parte de los trabajadores universitarios, hacia los servicios que se ofrecen en el fondo. Es por esta razón, que se decidió conocer sobre dicha problemática y así poder brindar alternativas de solución.

El objetivo primordial que tiene el Fondo Universitario de Protección (FUP), es brindar servicios que proporcionen bienestar tanto al trabajador universitario como a su familia, y así lograr una mayor cobertura mercadológica dentro de la sede central de la Universidad de El Salvador, ya que actualmente carece de los medios publicitarios idóneos que le permitan un acercamiento con el cotizante.

Es por esto, que se elaboró la propuesta de un plan de mercadeo que contribuya al fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) en la sede central de la Universidad de El Salvador.

Se realizó un diagnóstico, para determinar la opinión que tiene el trabajador universitario acerca de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) y a la vez conocer el nivel de utilización de dichos servicios.

Además se utilizó el método deductivo, ya que este implica estudiar la información de manera general identificando todo aquellos factores y elementos particulares. Así mismo se utilizó el tipo de investigación descriptivo, que permitió describir las características de la situación actual, recopilando la información de manera independiente y luego relacionándola para lograr determinar la realidad de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

En esta investigación se utilizó la técnica del cuestionario, y se tomó de referencia a los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador, debido a que es en está, donde se encuentran ubicadas las oficinas administrativas del Fondo Universitario de Protección (FUP).

De acuerdo al diagnóstico realizado, se presentan las principales conclusiones:

- a) Poco conocimiento de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) por parte de los trabajadores universitarios.
- b) Carencia de canales de distribución.
- c) Escasa utilización de medios publicitarios.

Y se recomienda lo siguiente:

- a) Un nuevo diseño de imagen, logotipo y eslogan que generen un grado de identificación en el trabajador universitario.
- b) Implementar nuevos canales de distribución para un mayor acercamiento con el cotizante.
- c) Utilizar medios publicitarios idóneos como: brochure, afiches y carteles que busquen generar una mayor aceptación por parte de los cotizantes.

INTRODUCCIÓN

El Fondo Universitario de Protección (FUP), ejerce un papel muy importante para los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador, ya que su objetivo primordial es el de proteger y brindar bienestar tanto a los cotizantes como a sus familias, a través de servicios de calidad. Sin embargo en la actualidad, no ha logrado una cobertura que le permita llegar a una mayor cantidad de trabajadores universitarios.

Es por esta razón, que se realizó el trabajo de investigación denominado: Plan de mercadeo que contribuya al fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) en la sede central de la Universidad de El Salvador.

En el Capítulo I, se presenta el marco teórico de referencia, dividido en tres partes, el marco histórico relacionado con el Fondo Universitario de Protección (FUP), el cual incluye la historia y su estructura organizacional, el marco conceptual, que contiene la teoría básica necesaria para la elaboración de un plan de mercadeo y por último el marco legal, que regula las actividades de dicho fondo.

En el Capítulo II, se realiza la investigación de campo, se presentan los objetivos de la investigación, la importancia, se detalla la metodología y las técnicas e instrumentos utilizados en la investigación, a la vez que se analiza la situación actual, con la finalidad de hacer un diagnóstico que sirva de base para la creación del plan de mercadeo.

En el Capítulo III, se presenta la propuesta del plan de mercadeo que contribuya al fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), con la finalidad de lograr una mayor cobertura dentro de la sede central de la Universidad de El Salvador.

I. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA PARA EL DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO Y GENERALIDADES SOBRE EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP)

A. Objetivos

1. General:

Desarrollar la base teórica necesaria para la elaboración de un Plan de Mercadeo que contribuya al fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) de la Universidad de El Salvador.

2. Específicos:

- a.** Obtener información sobre los antecedentes del Fondo Universitario de Protección (FUP) para conocer más acerca de la problemática y así poder llevar a cabo un mejor desarrollo de la investigación.
- b.** Determinar los principales elementos y contenido de un Plan de Mercadeo con la finalidad de mejorar los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).
- c.** Conocer acerca de las leyes y reglamentos que rigen el Fondo Universitario de Protección (FUP) y las diferentes áreas de aplicación.

B. Marco Histórico

1. Universidad de El Salvador.

a. Antecedentes

“La Universidad de El Salvador (UES) fue fundada el 16 de febrero de 1841 por medio de un decreto emitido por la Asamblea Constituyente.

La ejecución del decreto de fundación corrió a cargo del jefe de sección encargado del Ministerio de Relaciones y Gobernación, quien dispuso su impresión, publicación y circulación.

La Universidad de El Salvador inició sus actividades hasta 1843 impartiendo matemáticas puras, lógica, moral, metafísica y física general. En 1880, se subdividió en facultades, algunas de las cuales desaparecieron tiempo después, mientras que otras nuevas fueron creadas.

i. Gobierno universitario

El artículo 61 de la Constitución de la República de El Salvador de 1983 establece que la Universidad de El Salvador “goza de autonomía en el aspecto docente, administrativo y económico”.

La Constitución también establece la obligación del Estado de “asignar anualmente una partida de su presupuesto para asegurar y acrecentar el patrimonio” de ésta.

El funcionamiento de los órganos de gobierno de la UES está previsto en la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, aprobada mediante Decreto Legislativo No. 597, del 29 de abril de 1999, publicado en el Diario Oficial No. 96, Tomo No. 343, del 25 de mayo de 1999.

La Rectoría es la máxima autoridad ejecutiva de esta universidad pública y tiene a su cargo ejecutar y hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General Universitaria y del Consejo Superior Universitario”.¹

ii. Oficinas centrales.

La autonomía de la Universidad de El Salvador fue reconocida por primera vez durante el gobierno del presidente Santiago González al ser emitido un Decreto Legislativo de Autonomía Universitaria el 23 de octubre de 1871, la cual fue anulada por el gobierno del presidente Rafael Zaldívar el 30 de enero de 1885.

Aunque resurgiría el 16 de febrero de 1886, bajo el gobierno del presidente Francisco Menéndez; pero al poco tiempo fue suprimida por este mismo mandatario el 26 de diciembre de 1887.

Resurgiendo hasta el 23 de mayo de 1927 por decisión del presidente Pío Romero Bosque; solo para ser abolida de nuevo el 2 de febrero de 1932 por el presidente Maximiliano Hernández Martínez, después de reprimir el levantamiento campesino ocurrido en enero de ese mismo año. Aunque se la devolvería el 2 de mayo de 1933, y si bien esta autonomía universitaria no pasaría de ser puramente teórica, volvería, no obstante, a arrebátarsela una vez más el 20 de enero de 1939.

Recuperándola el 27 de julio de 1944 por medio de un decreto ejecutivo aprobado durante el gobierno provisional del presidente Andrés Ignacio Menéndez; hasta quedar finalmente consolidada la autonomía universitaria el 7 de septiembre de 1950 cuando fue elevada a nivel de norma constitucional con la aprobación de la Carta Magna de esa misma fecha.

¹ Universidad de El Salvador <http://www.ues.edu.sv/nuestra-universidad>

iii. Facultades

La Universidad de El Salvador cuenta con cuatro sedes a nivel nacional.

Cuadro n° 1: Sedes a nivel nacional de la Universidad de El Salvador

SEDES A NIVEL NACIONAL	AÑO DE FUNDACIÓN
Campus Central (San Salvador)	16 Febrero de 1841
Facultad Multidisciplinaria de Occidente (Santa Ana)	16 de Julio de 1965
Facultad Multidisciplinaria Oriental (San Miguel)	17 de Junio de 1966
Facultad Multidisciplinaria Paracentral (San Vicente)	27 de Abril de 1989

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Y en el Campus Central se encuentran nueve facultades detalladas a continuación:

Cuadro n° 2: Facultades del campus central de la Universidad de El Salvador.

FACULTAD	AÑO DE FUNDACIÓN	PRIMERAS CARRERAS
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	1841	Doctorado en Jurisprudencia y Ciencias Sociales
Facultad de Medicina	1847	El estudio de la Anatomía
Facultad de Química y Farmacia	1850	Licenciatura en Ciencias Químicas Licenciatura en Química y Farmacia
Facultad de Odontología	1899	Gabinete dental
Facultad de Ciencias Económicas	1946	Economía y Finanzas
Facultad de Ciencias y Humanidades	1948	Filosofía y Letras Ciencias de la Educación Ciencias Exactas,
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	1961	Mecánica Industrial Eléctrica Industrial
Facultad de Ciencias Agronómicas	1966	Ingeniería Agronómica Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia Ingeniería Agroindustrial
Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas	1991	Física Biología Química Matemática

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

b. Misión

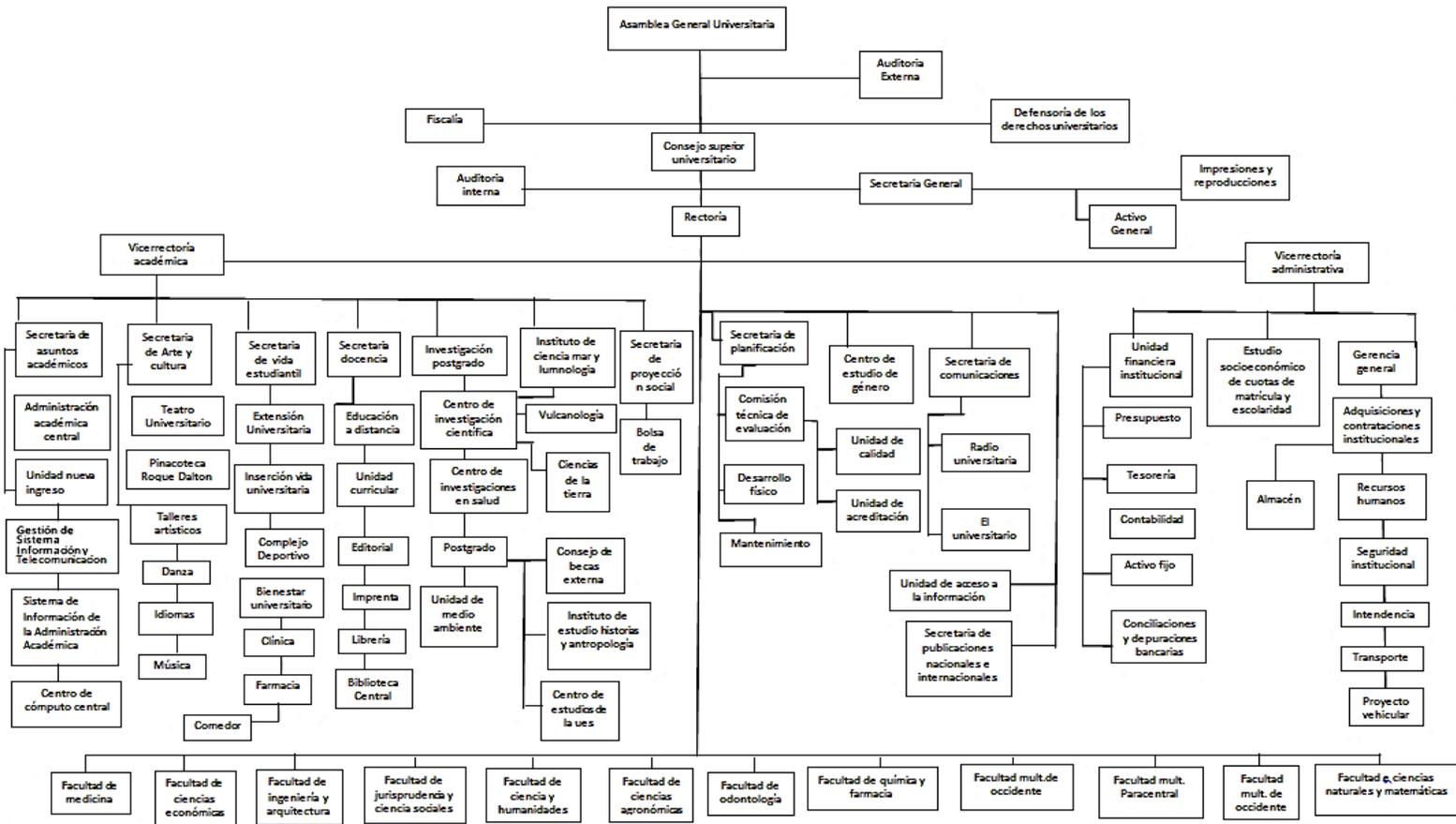
Institución en nuestro país eminentemente académica, rectora de la educación superior, formadora de profesionales con valores éticos firmes, garante del desarrollo, de la ciencia, el arte, la cultura y el deporte. Crítica de la realidad, con capacidad de proponer soluciones a los problemas nacionales a través de la investigación filosófica, científica artística y tecnológica; de carácter universal.

c. Visión

Ser una Universidad transformadora de la educación superior y desempeñar un papel protagónico relevante, en la transformación de la conciencia crítica y prepositiva de la sociedad salvadoreña, con liderazgo en la innovación educativa y excelencia académica, a través de la integración de las funciones básicas de la universidad: la docencia la investigación y la proyección social.

d. Organigrama de la Universidad de El Salvador

Figura n°1: Organigrama de la Universidad de El Salvador



Fuente: Proporcionado por Secretaria de Planificación. Plan estratégico 2013 - 2023.

2. Fondo Universitario de Protección (FUP)

a. Antecedentes

“El Fondo Universitario de Protección (FUP), es una institución de protección social para los trabajadores universitarios, creada por la Asamblea General Universitaria, el 19 de mayo de 1989; su Reglamento fue publicado en el Diario Oficial Nº 146, Tomo 304, del 11 de agosto del año de creación”²

El Fondo Universitario de Protección (FUP) tiene sus oficinas contiguas al comedor universitario. Para su funcionamiento laboran 13 personas contratadas por servicios personales de carácter permanente, distribuidas así: 9 en la Unidad Administrativa, 4 en Clínica Central.

En las Facultades Multidisciplinarias laboran 8 personas contratadas por servicios profesionales no personales brindan servicios médicos y de laboratorio clínico.

b. Misión

Proteger al trabajador universitario prioritariamente y a su grupo familiar, a través de prestaciones económicas, sociales y de salud que produzcan bienestar y no estén contemplados institucionalmente por medio de actividades eficientes y oportunas, las prestaciones son de carácter solidario.

De acuerdo a la misión antes citada, el Fondo Universitario de Protección tiene como finalidad la atención y protección del trabajador y su grupo familiar, por medio de prestaciones económicas, sociales y de salud.

² Fondo Universitario de Protección <http://www2.ues.edu.sv/fup/?q=resenia>

c. Visión

Convertir al Fondo Universitario de Protección (FUP) en el mejor sistema de protección social universitario que garantice una mejor calidad de vida de sus afiliados, propendiendo a cubrir más y mejores prestaciones de acuerdo a las necesidades, a través de políticas de inversión que provoque un crecimiento económico.

De acuerdo a la visión, el propósito es lograr que el Fondo Universitario de Protección, sea un sistema de protección social que permita mejorar la calidad de vida de sus afiliados.

d. Objetivos del Fondo Universitario de Protección (FUP)

Mejorar las condiciones sociales del personal docente y administrativo de la Universidad de El Salvador, además de las establecidas en las respectivas leyes y reglamentos.

1. Garantizar una eficiente y oportuna atención médica y servicios de laboratorio clínico.
2. Proporcionar un eficiente y oportuno servicio de crédito y otras prestaciones económicas.
3. Evaluar las necesidades de los trabajadores universitarios para ofrecer servicios que permitan su satisfacción.

e. Organización del Fondo Universitario de Protección (FUP)

i. Consejo Directivo

Responsable de la administración general, integrado por 1 representante de Asamblea General Universitaria (AGU), 1 del Consejo Superior Universitario (CSU) y 3 de la Asamblea General de Delegados, con sus respectivos suplentes; duran 2 años en sus funciones y pueden ser reelectos sólo una vez.

ii. Asamblea General de Delegados

La Asamblea General de Delegados estará integrada por 3 representantes propietarios y suplentes de los trabajadores de cada Facultad y Oficinas Centrales, haciendo un total de 78 miembros, quienes duran 1 año en sus funciones y pueden ser reelectos. Se reúnen ordinariamente cada tres meses.

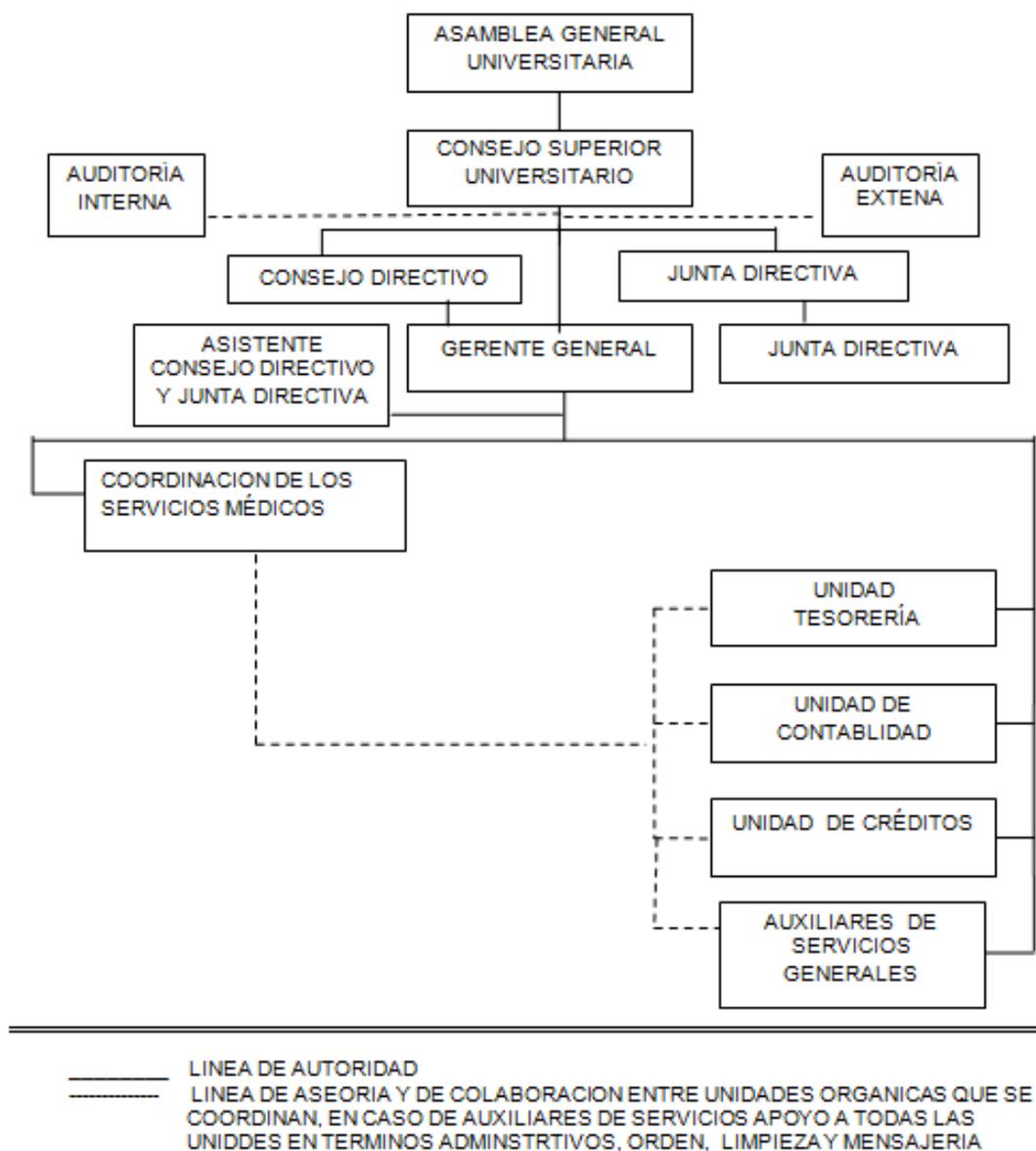
Se elegirá entre ellos una Junta Directiva que estará compuesta por un Presidente, un Secretario y dos Vocales.

iii. Gerencia

Para operativizar la administración del FUP, hay una Gerencia con las diferentes unidades administrativas nombradas por la Rectoría y el Consejo Superior Universitario a propuesta del Consejo Directivo.

iv. Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP)

Figura n°2: Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP)



Fuente: Elaborado por Consejo Directivo del Fondo Universitario de Protección. Año 2014.

f. Servicios que proporciona el Fondo Universitario de Protección (FUP)

i. Servicios Médicos

- Atención médica a los hijos de los trabajadores de 0 a 21 años, en las instalaciones centrales dentro del Campus Universitario, en consultorios privados en la zona Paracentral, Oriental, Occidental y en el Campo de Comalapa.
- Atención médica en consultorios privados de San Salvador, durante las vacaciones y los días sábados.
- Entrega de medicamentos a los beneficiarios, bajo un cuadro básico autorizado por el Consejo Directivo a propuesta de los médicos, proporcionando 3 medicamentos como máximo en cada consulta y tienen derecho a tres consultas en el mes y con una evaluación del médico pueden proporcionar una cuarta consulta.
- Servicios de laboratorio clínico para los beneficiarios hijos de trabajadores.
- Reintegro de gastos médico - hospitalarios.
- Toma de presión arterial, curaciones, inyecciones y terapia respiratoria tanto para los trabajadores universitarios como para beneficiarios.

Para que los hijos hagan uso del servicio médico; el cotizante deberá registrar a sus hijos como beneficiarios ante el Fondo Universitario de Protección (FUP) presentando la siguiente documentación:

- Certificación de partida de nacimiento reciente en original y copia.
- Documento legal que compruebe la paternidad, de cada uno de ellos y fotografía tamaño cédula para que en la Clínica se extienda un carné.

Los hijos de los trabajadores tienen derecho a; participar en Programas preventivos y curativos tales como inmunoterapia, desparasitación intestinal,

control de niño sano, exámenes de laboratorio, entrega de medicamento y otros.

ii. Despensa Familiar

Esta prestación fue creada a partir del año 2000, mediante la cual todo trabajador tendrá derecho a una orden de despensa por la cuantía que dependerá del monto líquido disponible en su última boleta de pago. Canjeables únicamente en Súper Selectos.

Requisitos:

- Presentar la boleta de pago vigente, en caso de contrato presentar el acuerdo o contrato.
- Se otorgarán órdenes de despensa para ser recuperado en un máximo de 2 meses.
- Para otorgar una nueva orden de compra, el usuario podría hacer uso nuevamente del servicio cuando la última cuota se refleje en la boleta de pago del mes vigente.

iii. Préstamos de Emergencia

Los préstamos de emergencia, se concederán para: gastos médicos, funerarios, escolares y otros que requieran atención inmediata; dichos gastos deberán presentarse debidamente documentados, el monto máximo es \$2,000.00 la tasa de interés es del 7% anual y el plazo máximo 24 meses.

Requisitos:

- Presentar documentación probatoria de salario.
- Tener liquidez en el 20% que establece la Ley.
- Firmar orden de descuento.
- Fotocopia de DUI y NIT del deudor y codeudor.

- Estar solvente con el Fondo.
- Cumplir el procedimiento establecido, como enlistarse en la fecha establecida.
- A partir de 1 año de servicio se puede optar a préstamos personales y de emergencia.

iv. Prestación por Defunción

A partir del 15 de abril de 2015, entró en vigencia, la prestación por defunción del trabajador universitario, por Setecientos 00/100 Dólares (\$700.00) que será entregada a los beneficiarios.

Importante: Los trabajadores deberán llenar la hoja de Asignación de Beneficiario ante el FUP para esta prestación. Requisitos a presentar:

- Partida original de defunción.
- Copia de DUI y NIT del trabajador.
- Copia de DUI y NIT de los beneficiarios (En caso que el beneficiario sea menor de edad, presentar copia de Partida de nacimiento y tutor del menor).
- Hoja de Asignación de Beneficiarios.

v. Préstamos Personales

Pueden solicitar préstamos los trabajadores nombrados por Ley de Salarios o Contratos, cotizantes activos del Fondo, que tengan como mínimo un año de trabajo en la institución.

El monto máximo de los préstamos personales es de \$15,000.00 el cual se otorga de acuerdo al tiempo de servicio del cotizante, con una tasa de interés anual del 6.5%.

Documentos a presentar:

- Boleta de pago autorizada por Recursos Humanos para Oficinas Centrales o Administración Financiera en caso de Facultades, tanto deudor como codeudor, según el caso.
- Fotocopia DUI y NIT ampliadas a 150% a una sola cara, tanto deudor como codeudor, según el caso.
- Constancia de saldo firmada y sellada, en caso de cancelar obligaciones con otras instituciones financieras.

vi. Prestaciones Económicas

Prestaciones Económicas por finalización de relación laboral con la UES.

La Prestación Económica del Fondo Universitario de Protección tiene la obligación de hacer efectiva la entrega de la compensación y bonificación monetaria, dentro de los 22 días hábiles después de haber entregado la documentación completa.

Según el Artículo 1 del Reglamento Especial de Compensación y Bonificación Monetaria para el Trabajador de la UES, el trabajador tiene derecho a:

- Reintegro de las aportaciones del trabajador.
- Compensación monetaria por el uso de sus aportes.
- Bonificación por el tiempo de servicio del trabajador en la Universidad de El Salvador.

Requisitos necesarios para el reclamo de la prestación económica; solicitar el reintegro de la prestación económica por medio de formularios proporcionados por el Fondo Universitario de Protección (FUP), anexando a la misma los siguientes documentos:

- Constancia de Tiempo de Servicio y descuento con el último salario devengado, Constancia de Salarios Devengados y Cotizados al FUP, licencias con y/o sin goce de sueldo, Misiones Oficiales, Sanciones, extendidas por el Órgano competente, acuerdos de cambios de salario y sobresueldos y acuerdo que especifique la causa de cesación laboral, dichos documentos se obtienen con la ayuda de la Administración Financiera o Recursos Humanos de las Facultades.
- Copia del DUI y NIT del ex - trabajador legible.
- Solvencias originales de Tesorería UES, Administración Financiera de la Facultad y/o Unidad, Librería Universitaria Central y Local (Multidisciplinarias), Biblioteca Central y Local, Imprenta Universitaria”³

g. Financiamiento

El Fondo Universitario de Protección (FUP) se financiará con el 1% del salario del trabajador que corresponde a la aportación del mismo y el 1.5% del aporte patronal de la Universidad de El Salvador (UES), haciendo un total del 2.5% de aportes.

Los fondos son invertidos en condiciones de seguridad, rendimiento y liquidez en cualquiera de las formas siguientes:

- Depósitos en Cuenta de Ahorro y a Plazo.
- Préstamos personales y de Emergencia a los cotizantes del Fondo Universitario de Protección (FUP).

³ Elaborado por Consejo Directivo del Fondo Universitario de Protección.

- Lo que genera estas inversiones permite al Fondo Universitario de Protección (FUP) su funcionamiento, pagando los salarios, adquisición de mobiliario, equipo y todos los gastos de las prestaciones para los cotizantes del fondo.

C. Marco Conceptual

1. Plan de Mercadeo

a. Definición de Plan

“Un plan no solamente describe un comportamiento deseado, sino que sirve, así mismo, como vehículo formal de comunicación a través de toda la organización”⁴.

“Es el parámetro técnico dentro del cual se enmarcan los proyectos. Y menciona además que un plan hace referencia a las decisiones de carácter general que expresan: lineamientos, prioridades, estrategias, asignación de recursos, conjunto de medios o instrumentos que se han de utilizar para alcanzar las metas y objetivos propuestos”.⁵

Para un mejor desarrollo de la investigación se propone la siguiente definición:

Plan, Es la forma o procedimiento de cómo definir el camino idóneo para llegar a cumplir con los objetivos o metas propuestas que la entidad necesita para obtener el impacto deseado dentro del mercado.

⁴ Emery James C., “Sistema de Planeamiento y Control en la Empresa”, Edición El Ateneo, año 2001 pág. 132

⁵ Ander Exequiel- Egg, “Introducción a la Planificación” Lumen Humanitas 16° Edición Buenos Aires, año 2013 pág. 63

b. Definición de Mercadeo

“Es el proceso mediante el cual las compañías crean valor para sus clientes y establecen relaciones sólidas con ellos para obtener valor de estos”.⁶

De acuerdo a la AMA (American Marketing Association), el mercadeo “es el proceso de planear y ejecutar la concepción, la fijación de precios, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”.⁷

Para lograr tener una mejor comprensión acerca de que es mercadeo se propone la siguiente definición:

Mercadeo, es lograr definir todos los elementos necesarios para que un bien o servicio logre el impacto deseado dentro del mercado, mediante el cumplimiento de los deseos y necesidades del cliente.

c. Definición de Plan de Mercadeo

“El plan de mercadeo sirve para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos de la organización mediante estrategias y tácticas de marketing específicas, partiendo del cliente”.⁸

Según Philip Kotler, el plan de mercadeo es un "Documento escrito que resume lo que el especialista ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadeo".⁹

⁶ Kotler, Armstrong, “Fundamentos de Marketing”, Pearson education, 11° edición, año 2007 México, pág. 5

⁷ Ferrell Michael D. Hartline, “Estrategias de marketing”, 5° edición, año 2012 México, pág. 7

⁸ Kotler Philip, “Plan de marketing”, Pearson, 11° edición, pág. A-1

⁹ Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane, “Dirección de Marketing”, Pearson, 12° edición, pág. 54

Para lograr un mejor entendimiento de lo que es un plan de mercadeo se propone la siguiente definición:

Plan de mercadeo, es definir el camino idóneo mediante los elementos que se necesitan para lograr que el bien o servicio tenga el impacto deseado dentro del mercado y así lograr el cumplimiento de los objetos y metas propuestas.

2. Contenido de un Plan de Mercadeo

a. Resumen Ejecutivo

“El resumen ejecutivo es una sinopsis del plan general de mercadeo, con una descripción que comunica, el impulso principal de la estrategia de mercadeo y su ejecución. Su propósito es proporcionar una perspectiva general del plan para que el lector pueda identificar con rapidez los temas clave o las preocupaciones relacionadas con su rol para implementar dicha estrategia.

b. Análisis de Situación

La siguiente sección del plan de mercadeo es el análisis de la situación, el cual resume toda la información pertinente obtenida de los tres entornos claves: el interno, el del cliente y el externo de la empresa.

El primer análisis, considera temas como la disponibilidad y el despliegue de los recursos humanos, la edad y la capacidad del equipo o la tecnología, la disponibilidad de los recursos financieros y políticas dentro de la estructura de la organización. Además, esta sección resume los objetivos y el desempeño del mercadeo actual.

El segundo análisis, examina la situación actual en relación con las necesidades del mercado meta (de consumo o de negocios), los cambios

anticipados en las necesidades y qué tan bien satisfacen los productos de la empresa esas necesidades en la actualidad.

El tercer análisis, incluye varios factores pertinentes (competitivos, económicos, sociales, político/ legales y tecnológicos) que pueden ejercer presiones directas e indirectas sobre las actividades de mercadeo de la empresa.

c. Análisis FODA

Este análisis se enfoca en los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas).

Este análisis ayuda a la empresa a determinar lo que hace bien y dónde necesita mejorar. El análisis FODA ha ganado una aceptación generalizada porque es un marco de referencia sencillo para organizar y evaluar una posición estratégica de la empresa al desarrollar un plan de mercadeo”.¹⁰

¿Qué es el FODA?

“El FODA o DOFA, es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc.

Esta técnica permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras:

¹⁰ ob.cit, (cita 6, pág. 42)

1. Fortalezas
2. Oportunidades
3. Debilidades
4. Amenazas

Importancia del FODA

Este análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del negocio y el entorno en el cual éste compete.

El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la institución y en las diferentes funciones o departamentos (unidades de análisis) tales como producto, mercado, empresa, fabricación, divisiones, sucursales, distribución, administración, finanzas y otros.

Con este análisis, los empresarios pueden obtener muchas conclusiones de una gran utilidad para estar al tanto de la situación de su propia institución y del mercado en el que ésta se desenvuelve, lo que mejorará la competitividad de las estrategias de mercadeo.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar los aspectos favorables y desfavorables, comparándolos de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Áreas de acción del FODA

El análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

- Parte Interna: La parte interna tiene que ver con las Fortalezas y las Debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales el empresario tiene o debe tener algún grado de control.

- Parte externa: Esta parte se refiere a las Oportunidades que ofrece el mercado y las Amenazas que la empresa o institución debe enfrentar para permanecer compitiendo en el sector. Aquí se tendrá que aprovechar esas oportunidades y minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales por lo general se tiene poco o ningún control directo”.¹¹

“FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización”.¹²

Mercadeo

El FODA es especialmente importante para el área de mercadeo, debido al análisis externo ya que se considera el mercado, su potencial y los aspectos

¹¹ <https://www.emprendices.co/que-es-el-foda/>

¹² <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

sobre los cuales se podría ejercer influencia con el fin de producir recompensas para nuestras iniciativas.

El poder tener una visión en el futuro, nos ayudará a diseñar estrategias para marcar la diferencia con dicha competencia. El pensar seriamente en el presente y evaluarlo, pensar en el Futuro y proyectar el presente hacia él, puede ser una de las respuestas estratégicas para marcar diferencias inalcanzables mañana.

d. Metas y Objetivos de Mercado

“Son las declaraciones formales de los resultados deseados y esperados del plan de mercadeo. Las metas son declaraciones amplias y simples de lo que se logrará por medio de la estrategia de mercadeo.

Su principal función es guiar el desarrollo de los objetivos y proporcionar dirección para las decisiones de asignación de recursos. Los objetivos de mercadeo son más específicos y esenciales para la planeación y deben expresarse en términos cuantitativos para permitir una medición razonablemente precisa. La naturaleza cuantitativa de estos objetivos facilita su implementación después del desarrollo de la estrategia.

Esta sección del plan de mercadeo tiene dos propósitos importantes. Primero, establece las metas de desempeño que la empresa busca alcanzar al dar vida a su enfoque estratégico mediante su estrategia de mercadeo; por ejemplo, lo que la empresa espera lograr. Segundo, define los parámetros con los cuales la empresa medirá el desempeño real en la fase de evaluación y control del plan de mercadeo; por ejemplo, cómo se medirá en realidad el desempeño.

En este punto es importante recordar que ninguna meta u objetivo se puede desarrollar sin una declaración de misión definida con claridad. Las metas de

mercadeo deben ser consistentes con la misión de la empresa, mientras que los objetivos deben fluir de manera natural de dichas metas.

e. Estrategias de Mercadeo

En esta sección del plan de mercadeo se describe la forma en que la empresa logrará sus objetivos de mercado. En este nivel la empresa detallará cómo obtendrá una ventaja competitiva al hacer algo mejor que la competencia: sus productos deben ser de mayor calidad que las ofertas de sus competidores sus precios deben ser consistentes con el nivel de calidad (valor); sus métodos de distribución deben ser tan eficientes como sea posible, y sus promociones deben ser más eficaces para comunicarse con los clientes meta.

f. Implementación del Plan de Mercadeo

La sección de implementación del plan, describe la forma como se ejecutará el programa de mercadeo. Es tan importante como la fase de la estrategia.

g. Evaluación y Control

La sección final del plan de mercadeo detalla cómo se evaluarán y controlarán los resultados del programa. El control de mercadeo incluye establecer estándares de desempeño, evaluar el desempeño real al compararlo con estos estándares y, en caso de ser necesario, emprender acciones correctivas para reducir las diferencias entre el desempeño deseado y el real.

Los estándares de desempeño deben unirse con los objetivos que se expresaron antes en el plan. Estos parámetros se pueden basar en los incrementos en el volumen de ventas, la participación de mercado o la rentabilidad, o incluso en estándares publicitarios como reconocimiento o recuerdo de marca. Sin importar cuál se elija, todos los estándares de

desempeño deben ser acordados antes de que los resultados del plan sean evaluados”.¹³

3. Elementos de un Plan de Mercadeo

a. Producto

El producto es todo aquello tangible (bienes u objetos) como intangible (servicios o ideas) que ofrece una empresa al consumidor para satisfacer sus necesidades. Por su parte, el producto también depende de una serie de variables: la marca, la calidad, el diseño, el envase, las características, etc.

b. Precio

El precio hace referencia a la cantidad de dinero que el consumidor tiene que pagar por la adquisición del producto. Se trata del único elemento del mercadeo que produce ingresos para la empresa, ya que el resto solo ocasiona gastos.

Para fijar un precio se deben tener en cuenta diversos aspectos e iniciar previamente un estudio de mercado para valorar cómo opera la competencia. En esta línea, uno de los principales factores a considerar es el costo que supone el producto, incluyendo partidas como la distribución o promoción. En otras palabras, hay que identificar cuál es el mínimo precio al que es posible comercializarlo sin perder nada.

c. Promoción

Informar, comunicar y persuadir al consumidor son algunas de las características de la promoción. Por tanto, se refiere al flujo de comunicación que existe entre la empresa y el cliente. El papel de la compañía no podía ser otro que motivar e incitar a la compra valiéndose de poderosas herramientas como la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas, etc.

¹³ ob.cit, (cita 6, pág. 42)

d. Distribución

Un canal de distribución podría definirse como el camino que recorre el producto desde la empresa hasta que llega al consumidor; es la vía que conecta a ambos actores. La mayoría de compañías no vende sus productos directamente al cliente, sino que están separados por numerosos intermediarios.

4. Mercadeo de Servicios

a. Definición de Servicio

“Actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece por una venta, que básicamente es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo”.¹⁴

“Es comúnmente intangible y a menudo elusivo, puede ser visto, escuchado y experimentado por los clientes. En razón de esto, la calidad de un servicio sólo puede ser entendida desde el punto de vista del cliente”.¹⁵

Para el desarrollo de la investigación se propone la siguiente definición:

Servicio, es el beneficio que se presta con el fin de lograr un propósito determinado además de ser un bien no tangible por cual solo puede ser medido mediante la satisfacción absoluta del cliente.

¹⁴ Kotler Philip/Armstrong Gary, “Marketing”, Always Learning Person, 14° Edición 2012, pág. 224

¹⁵ González Fernando Edmundo, “Mercadotecnia Estratégica”, Universidad Nacional Autónoma de México, Primera Edición 2014, Pág. 34

b. Características de los Servicios

“Las cuatro características que diferencian los servicios de los bienes son:

i. Intangibilidad

Concepto de que los servicios no pueden ser vistos, probados, sentidos, escuchados u olfateados antes de ser comprados.

ii. Inseparabilidad

Concepto de que los servicios producen y consumen al mismo tiempo y no pueden ser separados de sus proveedores.

iii. Variabilidad

Concepto de que la calidad de los servicios podría variar en gran medida dependiendo de quién provea y cuando, donde y como son provistos.

iv. Caducidad

Concepto de que los servicios no pueden ser almacenados para su uso o venta posterior”¹⁶.

c. Cadena de utilidades del Servicio

“Esta vincula las ganancias de la empresa de servicio con la satisfacción del empleado y el cliente. Esta cadena se compone de elementos muy importantes los cuales son:

¹⁶ ob.cit. (cita 5, pág. 209)

i. Calidad de servicio interno

Selección y formación superior del empleado, un entorno de trabajo de calidad y firme apoyo a lo relacionado con el cliente.

ii. Mayor valor del servicio

Creación de valor para el cliente y prestación de servicio más eficaz y eficiente

iii. Clientes leales y satisfechos

Los clientes satisfechos que siguen siendo leales, hacen uso repetido del servicio y refieren a otros clientes.

iv. Saludables ganancias y crecimiento por el servicio

Desempeño superior de la empresa de servicio”¹⁷.

d. Servicios con fines de Mercadeo.

“Es útil distinguir a los servicios en dos categorías para fines de mercadeo. En la primera están los servicios que son el propósito u objeto fundamental de una transacción. En la segunda categoría, se ubican los servicios que apoyan o facilitan la venta de un bien u otro servicio (servicio de apoyo o complementario).

Considerando estas distinciones, para fines de mercadeo se define a los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.¹⁸

¹⁷ ob.cit. (cita 5, pág. 210)

¹⁸ Stanton William J., “Fundamentos del marketing” 11° edición editorial ed. Mc Graw Hill año 2007, pág. 334

e. Importancia del Mercadeo de Servicios

Es importante que el representante de una empresa de servicios, se centre en proporcionar a los clientes un valor excepcional.

i. Conocimiento

Ya sea para promocionar o brindar un servicio común, los clientes buscan empresas o entidades basadas en servicios para resolver un problema o satisfacer un deseo. Teniendo en cuenta esto, es importante que los representantes de estas empresas sean expertos en su profesión.

ii. Exceder las expectativas

Los clientes tienen expectativas, ya sea directamente expresada o implícita, con cualquier persona con la que hacen negocios. Las empresas que ofrecen servicios deben luchar por alcanzar o superar esas expectativas.

iii. Recompensar a los clientes

Los clientes tienen opciones a la hora de decidir con qué entidad hacen negocios. Con este conocimiento, una empresa puede añadir valor al servicio excepcional que proporcionan en la forma de un descuento o beneficios por servicios futuros para recompensar a los clientes.

5. Diseños en un Plan de Mercadeo

Para el mercadeo, el diseño es importante para presentar su oferta, gráficamente, físicamente y comunicacionalmente. Así, el diseño es una herramienta esencial del mercadeo, la cual contribuye a alcanzar los objetivos y metas que se propone la entidad.

a. Tipos de diseños a utilizar en un Plan de Mercadeo

i. Diseño publicitario

“El diseño publicitario emite mensajes para un determinado fin: la compra del producto o servicio requerido en donde el receptor debe de recibir este mensaje de una manera rápida y clara.

Hay diferentes medios que se pueden visualizar y escuchar como el medio impreso, radial y televisivo.

ii. Diseño Editorial

Es la creación y diseño de publicaciones impresas, digitales y radiales, mediante parámetros establecidos que debe de ser clara interpretación por el usuario.

Antes de realizar un diseño publicitario se debe de tener en cuenta cuatro puntos esenciales:

- El producto a diseñar
- El mercado meta que se va a dirigir.
- Los medios por los cuales se va a realizar la publicidad.
- La competencia.

iii. Diseño de Identidad Corporativa

Parte de la creación de un logo único, el cual es para identificar empresas, compañías, personas, marcas y productos para diferenciarse del resto, cuando una marca es asociada con colores, formas e imágenes esta con una identidad corporativa determinada.

iv. Diseño Web

Mediante el internet se pueden observar innumerables páginas web todos los días, hay nuevas cosas que buscar, a la vez que se actualiza cierta información necesaria para el desempeño de las actividades.

El diseño web de personas, empresas, productos, promociones, servicios etc. Trata de la visualización virtual de lo que se quiere transmitir y lograr que el usuario este atraído a ella, satisfaciendo sus principales necesidades.

v. Diseño de ilustración

No solo se trata de buscar imágenes por internet o escanear fotos para alguna publicación, sino de tener una nueva, algo propio que identifique a una persona o empresa que necesite publicarla, para este caso hay ilustradores que manejan el arte físico y virtual de cada ámbito.

vi. Diseño Tipográfico

Para crear un diseño se tienen como herramientas fundamentales: textos e imágenes.

La tipografía puede hacer que las letras sean más importantes que las imágenes que se utilizan, pasarían a hacer el elemento fundamental de la publicidad, por lo que la fuente debe de tener equilibrio con la imagen que se utilice o simplemente puede ser un fondo plano.

vii. Diseño de envase o Empaque

Trata de diseños creativos y técnicos de empaque y/o envase para los productos. Esto debe de mantener en buenas condiciones al producto, debe ser fácil de usar para su conservación y su transporte.

Existen varios tipos de envase para conservar el producto, desde la envoltura que cubre al producto, hasta la caja que transporta a varios de estos.

viii. Diseño de fotografía

También llamado “foto diseño” está relacionado con la creación de imágenes mediante medios fílmicos principalmente fotografía y cine.

La fotografía está conectada con el diseño, la publicidad y la comunicación visual mediante ámbitos destacados como los siguientes:

- Fotografía de productos para publicidad y catálogos.
- Foto publicitaria con conceptos de mercadeo y mensajes de venta.
- Foto de comunicación visual imagen de empresa, compañías y publicaciones de apoyo web”¹⁹

D. Marco legal e Institucional

1. Constitución de la República de El Salvador

De conformidad con el artículo 37 de la Constitución de El Salvador, es deber del Estado asegurar a los trabajadores y a sus familias las condiciones económicas de una existencia digna.

Artículo. 37.- El trabajo es una función social, goza de la protección del Estado, y no se considera artículo de comercio. El Estado empleará todos los recursos que estén a su alcance para proporcionar ocupación al trabajador, manual o intelectual, y para asegurar a él y a su familia las condiciones económicas de una existencia digna. De igual forma promoverá el trabajo y empleo de las personas con limitaciones o incapacidades físicas, mentales o sociales.

¹⁹ <http://marketingup.com/tipos-de-diseno-en-marketing/>

2. Ley del Seguro Social

Esta ley establece las cuotas que aportarán el trabajador, el patrono y el Estado para financiar las prestaciones de salud que brinda el Seguro Social.

Artículo 29.- Las cuotas que aportarán los patronos, los trabajadores y el estado, destinadas a financiar el costo de las prestaciones y de la administración, se determinarán con base a la remuneración.

Para la cobertura de los seguros de invalidez, vejez y muerte, el régimen financiero será el denominado de primas escalonadas. Las cuotas iniciales a pagar son del tres punto cincuenta por ciento (3.50%) distribuidos así: patronos, el dos por ciento (2%); trabajadores, el uno por ciento (1%); y el estado, el medio del uno por ciento (0.50%).

3. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones

Con esta ley, se administran los fondos de pensiones de los trabajadores.

Artículo 1.- Créase el Sistema de Ahorro para Pensiones para los trabajadores del sector privado, público y municipal, que en adelante se denominará el Sistema, el cual estará sujeto a la regulación, coordinación y control del Estado, de conformidad a las disposiciones de esta Ley.

El Sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados, para cubrir los riesgos de Invalidez Común, Vejez, Longevidad y Muerte de acuerdo con esta Ley.

Artículo 16.- Los empleadores y trabajadores contribuirán al pago de las cotizaciones dentro del Sistema en las proporciones establecidas en esta ley.

La tasa de cotización será de quince por ciento del ingreso base de cotización respectiva. Esta tasa se distribuirá así:

- a) Siete punto veinticinco por ciento (7.25%) del ingreso base de cotización, a cargo del trabajador, la cual se destinará íntegramente a su cuenta individual de ahorro para pensiones; y,
- b) Siete punto setenta y cinco por ciento (7.75%) del ingreso base de cotización, a cargo del empleador.

4. Ley del Impuesto sobre la Renta

Artículo 34.- las personas naturales domiciliadas, calcularan el impuesto aplicado a la renta neta o imponible que resulte del artículo 37.

Artículo 37.- el impuesto sobre la renta para las personas naturales, sucesiones y fideicomisos domiciliados, se calculará de acuerdo a lo siguiente: las personas naturales, sucesiones o fideicomisos no domiciliados, calcularán su impuesto aplicando el treinta por ciento (30%) sobre su renta neta o imponible

5. Código de Trabajo

El objetivo del Código de Trabajo se detalla en el siguiente artículo:

Artículo 1.- El presente Código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores.

6. Reglamento General de la Ley Orgánica de La Universidad de El Salvador.

La creación del Fondo Universitario de Protección (FUP) se encuentra ratificada en el artículo. 93 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.

Fondo Universitario de Protección

Artículo. 93.- Se ratifica la existencia del Fondo Universitario de Protección para el trabajador de la UES creado por acuerdo de la AGU de fecha 19 de Mayo de 1989, publicado en el Diario Oficial N° 146 Tomo 304, de fecha 11 de Agosto del mismo año. La finalidad del fondo es propender por el bienestar de sus afiliados y su grupo familiar en los aspectos sociales y económicos. Para el cumplimiento de su finalidad éste fondo se formará con el actual patrimonio, con el aporte del 1 % del salario de cada afiliado, con el 1.5% del monto de la planilla mensual de la UES, siempre que exista la asignación presupuestaria correspondiente, y con los productos que genere de su gestión. Su organización y funcionamiento se regirá por un reglamento específico.

7. Reglamento del Fondo Universitario de Protección del personal de la Universidad de El Salvador.

La organización y funcionamiento del Fondo Universitario de Protección (FUP) se regirá por el Reglamento del Fondo Universitario de Protección del Personal de la Universidad de El Salvador.

La creación, objeto, fines y alcance del Fondo Universitario de Protección se encuentran en los siguientes artículos.

Artículo. 1. – Créase el Fondo Universitario de Protección del Personal de la Universidad de El Salvador, que en este Reglamento se denominará el Fondo. La Universidad de El Salvador en el curso de este Reglamento se denominará la Universidad. El presente Reglamento tiene por objeto normar la constitución del Fondo, la administración del mismo y la responsabilidad deducible a los encargados de su gestión. Así mismo, determinará las prestaciones a las que exclusivamente se destinare dicho Fondo, el derecho a gozar de aquellas y la procedencia y forma de su otorgamiento.

Artículo. 2. – Son fines de este Reglamento garantizar el ejercicio del derecho a las prestaciones en él establecidas, el pleno y oportuno goce de éstas y la efectividad de la aplicación del mismo.

Artículo. 3. – Gozarán de las prestaciones financiadas con el Fondo, los trabajadores de la Universidad cuya vinculación con ésta sea por nombramiento, contrato o sistema de jornal, inclusive los trabajadores del Fondo. Se hará extensivo el goce de las prestaciones los miembros del núcleo familiar en los términos que al efecto se prescriban.

En este reglamento se destacan los siguientes artículos sobre la administración del Fondo Universitario de Protección.

Artículo. 5.- Para la administración general del Fondo créase el organismo denominado Consejo Directivo del Fondo de Protección del Personal de la Universidad de El Salvador y que en el curso de éste Reglamento se denominará Consejo Directivo; que tendrá las atribuciones que le establezcan el presente Reglamento y otros instrumentos legales y reglamentarios que fueren aplicables.

Artículo. 6. – El Consejo Directivo, estará integrado por un representante de la Asamblea General Universitaria, un representante del Consejo Superior Universitario y tres representantes de los trabajadores universitarios. Habrá igual número de suplentes que tendrán las mismas atribuciones y deberes cuando sustituyan a los propietarios. Los representantes durarán en sus funciones dos años y podrán ser reelectos solamente una vez.

Artículo. 10. – Habrá una Asamblea General de Delegados, con las atribuciones que en este Reglamento se determinan. Integrada por tres representantes de los trabajadores universitarios de cada una de las Facultades, tres representantes de cada uno de los Centros Regionales y tres

representantes de las Oficinas Centrales. Habrá igual número de suplentes. Los representantes durarán en sus funciones un año y podrán ser reelectos.

Artículo. 12. – Los representantes de cada Unidad ante la Asamblea General de Delegados, tomarán posesión de sus cargos en la última quincena del mes de noviembre de cada año y elegirán entre ellos una Junta Directiva que estará compuesta por un Presidente, un Secretario y dos Vocales.

Las atribuciones de los diferentes organismos del Fondo Universitario de Protección, se encuentran en los siguientes artículos.

Artículo. 27. – La Asamblea General de Delegados tendrá las atribuciones siguientes:

1. Proponer al Consejo Directivo políticas y alcances de las prestaciones.
2. Elegir y remover a sus representantes ante el Consejo Directivo.
3. Hacer observaciones a los proyectos de reglamentos o reformas a los mismos, aplicables al Fondo.

Artículo. 28. – El Consejo Directivo del Fondo tendrá las atribuciones siguientes:

1. Administrar el Fondo de acuerdo con el presente reglamento y demás disposiciones reglamentarias y legales que fueren aplicables.
2. Velar por la vigencia y desarrollo de los fines y objetivos del Fondo.
3. Emitir su reglamento interno, y elaborar los proyectos de reglamentos especiales para la implementación del sistema de prestaciones a que se refiere el presente Reglamento y presentarlos al Consejo Superior Universitario para su aprobación.

4. Dictar las políticas administrativas y de ejecución para la consecución de los fines del Fondo.
5. Aprobar el plan de trabajo anual presentado por el Gerente.
6. Presentar la memoria anual de su gestión al 31 de diciembre de cada año ante el Consejo Superior Universitario, para su aprobación y remitir un ejemplar de la misma a la Asamblea General de Delegados.
7. Presentar un Balance General trimestral debidamente legalizado, para ser divulgado a todos cotizantes del Fondo, acompañado del respectivo informe sobre la gestión administrativo-financiera del Fondo.
8. Crear la infraestructura necesaria para el funcionamiento adecuado del fondo.
9. Proponer al señor Rector de la Universidad y al Consejo Superior Universitario la ratificación del nombramiento o contratación del personal necesario para el buen funcionamiento del Fondo.
10. Proponer al Consejo Superior Universitario para su aprobación, la modificación del aporte o cotización para el Fondo de la parte institucional y de los trabajadores, de conformidad con los estudios actuariales.
11. Acordar las inversiones del Fondo, en valores realizables que reúnan condiciones suficientes de rentabilidad, seguridad y liquidez y la compra de bienes esenciales que sean necesarios para la infraestructura del Fondo; y someter dicha inversión o compra a la respectiva aprobación del Consejo Superior Universitario.
12. Acordar la concesión de los beneficios o prestaciones conforme este Reglamento y reglamentos especiales aplicables.

13. Aprobar la contratación de créditos y someterla a la respectiva aprobación del Consejo Superior Universitario.

14. Presentar al Consejo Superior Universitario los proyectos de reformas o adiciones al presente Reglamento para que, a propuesta de dicho organismo, sean aprobados posteriormente en la Asamblea General Universitaria.

15. Elaborar y presentar al Consejo Superior Universitario, el anteproyecto de presupuesto y sistema de salarios del personal que trabaje para el Fondo.

16. Rendir cuenta de sus actividades a la Asamblea General Universitaria y al Consejo Superior Universitario cada seis meses y cuantas veces se lo soliciten dichos organismos.

17. Las demás atribuciones establecidas en este Reglamento y en los reglamentos especiales.

Artículo. 34. – El Gerente será el principal auxiliar del Consejo Directivo en cuanto a la administración del Fondo y tendrá las siguientes atribuciones:

1. Ejercer la jefatura inmediata del personal del Fondo.
2. Preparar los programas de trabajo y hacer los estudios e investigaciones especiales de carácter técnico y administrativo, tanto en lo que se refiere a las aportaciones como a las prestaciones.
3. Formular normas y procedimientos a seguirse en la organización y desarrollo del trabajo y hacer las recomendaciones esenciales al Consejo Directivo.
4. Recomendar métodos prácticos para que las prestaciones o beneficios del Fondo den su mayor rendimiento en calidad y economía.
5. Dirigir, orientar y coordinar las labores del personal y vigilar su eficacia.

6. Evaluar semestralmente los resultados obtenidos por el Fondo e informar al Consejo Directivo.
7. Presentar mensualmente al Consejo Directivo los Estados Financieros del Fondo.
8. Presentar al Consejo Directivo al final de cada ejercicio un proyecto anual de presupuesto.
9. Asistir a las reuniones del Consejo Directivo e intervenir con derecho a voz.
10. Autorizar los Estados Financieros y otros informes que deben someterse oportunamente al Consejo directivo.
11. Atender la gestión administrativa del Fondo de conformidad con el presente Reglamento, los reglamentos especiales y demás disposiciones legales que fueren aplicables; y las disposiciones del Consejo Directivo.
12. Presentar al Consejo Directivo el plan anual operativo correspondiente, en el último trimestre del año anterior a su aplicación.
13. Cuidar que se lleven al día los libros de contabilidad y otros registros financieros del Fondo.
14. Ejercer las demás atribuciones que le correspondan de conformidad con las disposiciones pertinentes.

Artículo. 38. – El Fondo estará en todo momento sujeto a la fiscalización y auditoría de la Universidad, por la fiscalía General y la Auditoría Interna y Externa respectivamente.

Las diferentes prestaciones que ofrece el Fondo Universitario de Protección se encuentran en los siguientes artículos

Artículo. 52. – Las prestaciones establecidas en el presente Reglamento constituyen mejora a las preceptuadas para el trabajador de la Universidad en otras regulaciones legales o reglamentarias del país; y son las siguientes:

- a) Prestaciones en Salud.
- b) Compensaciones monetarias al trabajador de la Universidad, en caso de retiro involuntario y a sus familiares en caso de desaparecimiento forzado previa declaratoria del Consejo Superior Universitario o fallecimiento de aquel.
- c) Bonificación al trabajador en caso de retiro legal.
- d) Préstamos al trabajador en condiciones favorables.
- e) Uso de la despensa familiar creada por el fondo.
- f) Recreación.
- g) Otras prestaciones que se establezcan de acuerdo con las necesidades de los trabajadores y posibilidades financieras del Fondo.

Artículo. 53. – El Consejo Directivo propondrá al Consejo Superior Universitario los Reglamentos especiales de las prestaciones del Fondo, que ameriten ser reglamentadas.

Artículo. 54. – Se establecerán los siguientes servicios de apoyo al área de prestaciones médicas:

- a) Farmacia Universitaria.
- b) Servicio de Análisis clínico.

Artículo. 55. – En su oportunidad y cuando las posibilidades financieras del Fondo lo permitan; acorde con los estudios actuariales, el Consejo Superior Universitario, a propuesta del Consejo Directivo, acordará un beneficio de

defunción consistente en una cantidad de dinero; para gastos de sepelio de los trabajadores que fallezcan.

Artículo. 56. – La cantidad por entregar a que se refiere el artículo anterior, deberá ser cancelada por el Fondo dentro de las veinticuatro horas después de recibir la respectiva certificación de la partida de defunción del trabajador.

Artículo. 57. – Para los efectos del goce de las prestaciones se entenderá por grupo familiar, el constituido por:

- a) Cónyuge o compañero(a) de vida.
- b) Hijos menores de 21 años.
- c) Los hijos mayores de 21 años que fueren declarados inválidos o incapacitados para el trabajo por el organismo competente.
- d) Los padres del trabajador.

El financiamiento del Fondo Universitario de Protección se realizara de acuerdo al siguiente artículo.

Artículo. 61. – El Fondo de protección se financiará con una prima de 2.5% del total de salarios del personal afiliado. La Universidad aportará el 1.5% del monto de la planilla y los trabajadores aportarán el 1% de su salario.

Artículo. 62. – Las aportaciones a cargo de los cotizantes serán deducidas de los salarios nominales que perciban mensualmente.

Artículo. 63. – El monto de las aportaciones a cargo de la Universidad deberá ser consignado en el respectivo presupuesto de egresos. Las aportaciones de la Universidad deberán ser abonadas al Fondo junto con las aportaciones a cargo de los cotizantes.

8. Reglamento especial de prestaciones en salud para los hijos del personal de la Universidad de El Salvador

En el Reglamento Especial de Prestaciones en Salud para los hijos del personal de la Universidad de El Salvador, se establecen las prestaciones para los hijos de los trabajadores.

La creación, objeto, fines y alcance del Reglamento especial de prestaciones para los hijos del personal, se encuentran en los siguientes artículos.

Artículo. 1.- Crease las prestaciones en salud para los hijos de los trabajadores de la Universidad de El Salvador.

El presente Reglamento tiene como objeto normar la administración de las prestaciones en salud que el fondo Universitario de Protección brindara a los hijos de los trabajadores de la Universidad de El Salvador. Del mismo modo determinará:

- a) El derecho a gozar de ellas,
- b) las prestaciones que serán financiadas por el Fondo Universitario de Protección; y
- c) su forma de cobertura, de acuerdo a la disponibilidad financiera.

Artículo. 2.- Son fines de este Reglamento garantizar el ejercicio del derecho a las prestaciones en el establecidas, el pleno y oportuno goce de estas y la efectividad de la aplicación de los mismos.

Artículo. 3.- Gozaran de las prestaciones en salud financiadas o destinadas por el Fondo, los hijos de dos a veintiún años de edad de los trabajadores de la Universidad, cuya vinculación con esta sea por ley de salarios, contratos o

sistema de jornal; asimismo, los hijos de las personas que trabajan para el fondo.

9. Reglamento especial de compensaciones y bonificación monetaria para el trabajador de La Universidad de El Salvador

En el Reglamento Especial de compensaciones y bonificación monetaria para el trabajador de la Universidad de el Salvador, se establecen otros tipos de servicios que ofrece FUP.

Artículo. 1.- El presente Reglamento tiene por objeto establecer los requisitos y procedimientos necesarios para la concesión de las prestaciones económicas del Fondo Universitario de Protección del Personal

De la Universidad de el Salvador al trabajador universitario, sus beneficiarios o sus herederos en los casos de retiro, desaparecimiento, fallecimiento o incapacidad total o permanente.

Las prestaciones económicas a que se refiere el inciso anterior son las siguientes:

- a) reintegro de las aportaciones del trabajador,
- b) compensación monetaria por el uso de sus aportes,
- c) bonificación por el tiempo de servicio del trabajador en la Universidad de el Salvador.

Artículo. 2.- El propósito de este Reglamento es normar dichas prestaciones, para viabilizar y hacer efectivo su goce al trabajador universitario.

Artículo.3.- Tienen el derecho a gozar de las prestaciones financiadas por el Fondo Universitario de Protección, los trabajadores de la Universidad de El salvador, cuya vinculación con esta, haya sido por nombramiento con base en

la ley de salarios, contrato o sistema de jornal, inclusive los trabajadores del fondo Universitario de protección.

10. Marco institucional

a. Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)

Ente encargado de velar por la salud de los derechohabientes públicos, privados y municipales a través de servicios clínicos, brindando atención y prestaciones médicas, ofreciendo los medios y recursos necesarios para garantizar el bienestar de la fuerza laboral de las empresas.

b. Administradoras de Fondos para Pensiones - AFP'S

Entidades que tienen como objetivo administrar los fondos de pensiones, generados de los aportes realizados por los trabajadores, con el propósito de que el contribuyente reciba una compensación monetaria en la jubilación, entre otros tipos de prestaciones que establece la ley.

c. Ministerio de Hacienda

Institución que dirige y conduce la recaudación fiscal mediante la administración tributaria de los impuestos al valor agregado y sobre la renta, así mismo vigila el cumplimiento en todo tipo de empresas de estas normas legales combatiendo la evasión, el contrabando y la corrupción por medio de auditorías de los estados financieros del periodo contable.

d. Ministerio de Trabajo y Previsión Social

Institución rectora en materia de Trabajo y Previsión Social, encargada fundamentalmente de potenciar las relaciones laborales sustentables en el diálogo, la concertación de la sociedad y la participación de los diversos sectores, teniendo como fin principal el mejoramiento del salario real, las

condiciones laborales y la calidad de vida de los empleados, así como la mejora de la productividad en un marco de equidad y justicia.

e. Consejo Superior Universitario (CSU) y la Asamblea General Universitaria (AGU)

Las leyes y reglamentos aplicados al Fondo Universitario de Protección (FUP) están regidos por el Consejo Superior Universitario (CSU) y la Asamblea General Universitaria (AGU).

En el art. 38 del mismo reglamento, se establece que el Fondo de Protección Universitario (FUP) está fiscalizado por la auditoría interna y la Fiscalía General de la Universidad de El Salvador. Y es el Rector el representante legal, ya que es él la máxima autoridad universitaria.

II. DIAGNÓSTICO DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP) A LOS TRABAJADORES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

A. Objetivos

1. General

Conocer la situación actual acerca de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) a los trabajadores de la Universidad de El Salvador.

2. Específicos

- a. Realizar un análisis de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección FUP mediante los diferentes métodos de investigación.
- b. Recopilar información por medio de los instrumentos de investigación que permita conocer la situación actual de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) al trabajador de la Universidad de El Salvador.
- c. Determinar conclusiones y recomendaciones en relación a los resultados obtenidos que contribuyan a la mejora de los en los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) a los trabajadores la Universidad de El Salvador.

B. Importancia de la investigación

El Fondo Universitario de Protección (FUP) ofrece una variedad de servicios, que son de gran beneficio tanto para el trabajador como para su familia, pero actualmente muchos trabajadores desconocen de estos, es por ello que es necesario llevar a cabo un estudio de campo que permita recopilar la información necesaria para elaborar un adecuado diagnóstico, con el fin de lograr un mayor acercamiento y mayores beneficios al trabajador y a su familia.

Con el diseño de un plan de mercadeo se pretende contribuir a alcanzar los objetivos que el Fondo Universitario de Protección (FUP) presenta en cuanto a la prestación de servicios. Y a la vez acercar a los trabajadores, para que conozcan y puedan hacer uso de los servicios que se prestan en el fondo.

C. Metodología de la Investigación

1. Métodos de Investigación

Para llevar a cabo la investigación se utilizó un conjunto de procedimientos lógicos los cuales permitieron recopilar todos los datos necesarios para la realización del estudio. Y que contribuyeron a la elaboración de un plan de mercadeo para el fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) de la sede central de la Universidad de El Salvador. A continuación se detallan los instrumentos utilizados:

a. Método

Para llevar a cabo la investigación se utilizó el método científico, el cual sirvió para conocer el verdadero problema sobre el porqué del desconocimiento de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) y a la vez la obtención de resultados que reflejen cierto grado de objetividad.

b. Análisis

Este método permitió la recopilación de información de manera objetiva, con el propósito de lograr conocer el objeto de estudio, en este caso el Fondo Universitario de Protección (FUP), ya que se investigó sobre los diferentes servicios que brinda y los beneficios y dificultades que presenta cada uno de ellos.

c. Síntesis

Se utilizó dicho método, con el propósito de agrupar y relacionar los elementos indagados, de tal forma que permitan una mejor interpretación y conocimiento sobre la problemática actual de los servicios que brinda el Fondo universitario de Protección (FUP).

Se logró extraer ideas, definiciones, e información de importancia para el desarrollo de la investigación, lo cual sirvió para la elaboración de un Plan de Mercadeo con el propósito de fortalecer los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), ya que actualmente no se tiene una cobertura mercadológica dentro de la comunidad trabajadora de la sede central de la Universidad de El Salvador

d. Deductivo

Otro método utilizado fue el método deductivo, lo que permitió estudiar el objeto de estudio de manera general, además de identificar todos aquellos factores y elementos particulares que afectan los servicios que se brindan en el Fondo Universitario de Protección (FUP).

2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizó fue el descriptivo ya que este permitió describir las características de la situación actual, recopilando la información de manera independiente y luego relacionándola para lograr determinar la realidad de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

3. Diseño de la Investigación

El tipo de diseño utilizado fue el no experimental, ya que se identificaron todos los aspectos que afectan el objeto de estudio sin manipular ninguna variable, es decir que se logró observar el fenómeno en su ambiente natural, sin intervenir en el desarrollo de los datos obtenidos.

4. Fuentes de Información

a. Primarias

A través de estas fuentes, se obtuvo la información de las personas directamente relacionadas con la investigación, como son los trabajadores de la Universidad de El Salvador (UES), así como también del personal administrativo del Fondo Universitario de Protección (FUP).

Dicha información fue recopilada por medio de las técnicas de investigación, de la encuesta y la entrevista.

b. Secundarias

Las fuentes de información utilizadas fueron todas aquellas proporcionadas por instituciones y entidades que se encuentran dentro de la Universidad de El Salvador.

También toda la información bibliográfica que se obtuvo de libros, leyes, documentos, consultas de internet etc.

D. Técnicas e instrumentos de recolección de información

1. Técnicas

a. Encuesta

Para realizar la investigación, se utilizó la técnica de la encuesta en la cual se formuló una serie de preguntas de tipo cerradas y mixtas, con el fin de conocer la opinión de los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador acerca de los servicios que se prestan en el Fondo Universitario de Protección (FUP) y de esta manera lograr reflejarla mediante estadísticas. La encuesta es la técnica más utilizada para la recolección de información en una investigación.

b. Entrevista

Esta técnica fue utilizada con la gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP) la entrevista contenía preguntas estructuradas con el propósito de lograr determinar las causas de la problemática y a la vez dar soluciones concretas a la misma.

2. Instrumentos

a. Cuestionario

El cuestionario se utilizó como instrumento de recolección de datos, para reflejar la opinión de los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador, respecto a los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección (FUP). El cuestionario consta de 15 preguntas.

b. Guía de entrevista

La guía de entrevista, estuvo dirigida a la gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP), consistió en un dialogo para conocer más sobre las

necesidades y causas del desconocimiento por parte del trabajador, hacia los servicios que ahí se ofrecen y así poder brindar una posible solución.

E. Unidades de análisis

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron las siguientes unidades de análisis:

Trabajador universitario: Es la persona que desempeña funciones relacionadas a su cargo. Como también hace uso de los servicios y beneficios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Gerente: Es la responsable del desarrollo y funcionamiento de los diferentes procesos que posee el Fondo Universitario de Protección (FUP).

F. Ámbito de la investigación

La población sujeto de estudio, son los empleados de la Sede Central de la Universidad de El Salvador, dado que son ellos los beneficiados con los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Para realizar la investigación se determinó una muestra representativa del total de la población en estudio.

G. Determinación del universo y muestra

1. Universo

Para el desarrollo de la investigación, se tomaron en cuenta las características de las personas que serían las beneficiadas de los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección (FUP), es por esta razón que se tomó como universo a los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador.

Cuadro n° 3: Trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador.

FACULTAD	CANTIDAD DE TRABAJADORES
Medicina	701
Ciencias Económicas	296
Ingeniería y Arquitectura	282
Jurisprudencia y Ciencias Sociales	191
Ciencias y Humanidades	327
Ciencias Agronómicas	175
Odontología	130
Química y Farmacia	139
Ciencias Naturales y Matemática	195
Oficinas Centrales	710
TOTAL	3146

Fuente: Proporcionado por el Fondo Universitario de Protección (FUP). (Junio 2018).

2. Muestra

a. Determinación de la muestra

Se utilizó el muestreo probabilístico, ya que es un procedimiento de selección, donde cada uno de los elementos de la población, tiene igual probabilidad de ser elegido para formar parte de una muestra.

De esta manera, para calcular la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finitas siguiente:

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

Dónde:

z = Nivel de confianza: La cual representa la confianza de que la opinión de la población respecto a la investigación se encuentre en la muestra.

- N =** Población: El total de personas que laboran en la Universidad de El Salvador.
- p =** Probabilidad de éxito: Este representa la probabilidad de que la investigación cumpla con las expectativas de la población.
- q =** Probabilidad de fracaso: Este representa la probabilidad de que la investigación no cumpla con las expectativas de la población.
- e =** Porcentaje de error: Representa el error en los resultados del estudio, por no utilizar para este toda la población, pero debido a que las poblaciones objeto de estudio son numerosas no es posible incluir en este la opinión la de toda la población, ya que esto generaría una alta inversión de recurso financiero en comparación a que si se usa una muestra, recurso que cómo grupo investigador no se tiene.
- n =** Muestra obtenida: Cantidad de personas a encuestar.

Cuadro n° 4: Calculo de la muestra

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR
N	Tamaño de la población en estudio	3,146 Trabajadores universitarios
z	Nivel de confianza. Certeza.	95% \approx 1.96
e	Nivel de error.	0.08
p	Valor en que las unidades poseen las mismas características de estudio	0.80
q	Valor en que las unidades no poseen las mismas características de estudio	0.20
n	Tamaño de la muestra	¿?

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

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

$$n = \frac{1.96^2 (3,146)(0.80) (0.20)}{0.08^2 (3,146 - 1) + 1.96^2 (0.80) (0.20)}$$

$$n = \frac{1,933.70}{20.74}$$

$$n = 93.23$$

n = 93 trabajadores

b. Distribución de encuestas.

Cuadro n°5: Distribución de encuestas.

FACULTAD	CANTIDAD DE TRABAJADORES	% DE LA POBLACIÓN	ENCUESTAS
Medicina	701	22.28%	20
Ciencias Económicas	296	9.41%	9
Ingeniería y Arquitectura	282	8.96%	8
Jurisprudencia y Ciencias Sociales	191	6.07%	6
Ciencias y Humanidades	327	10.40%	10
Ciencias Agronómicas	175	5.56%	5
Odontología	130	4.13%	4
Química y Farmacia	139	4.42%	4
Ciencias Naturales y Matemática	195	6.20%	6
Oficinas Centrales	710	22.57%	21
TOTAL	3146	100.00%	93

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

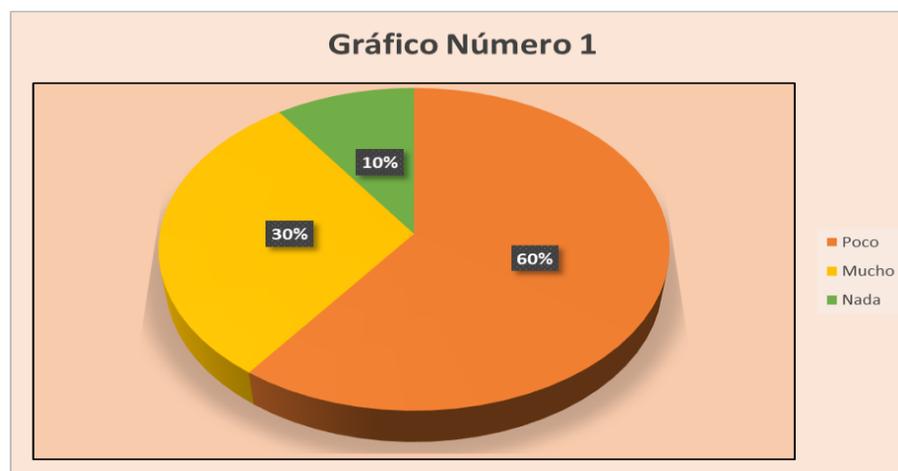
Para la distribución de las encuestas, se utilizó el tipo de muestreo aleatorio simple, ya que se visitó el área administrativa y docente, de cada una de las facultades del Campus Central y para formar parte de la muestra, se seleccionó al azar a cada uno de los trabajadores universitarios debidamente identificados.

H. Tabulación, análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los trabajadores cotizantes del Fondo Universitario de Protección (FUP)

1. ¿Cuánto conoce usted sobre los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) hacia los trabajadores de la Universidad de El Salvador?

Objetivo. Determinar el nivel de conocimiento que tiene el trabajador de la Universidad de El Salvador respecto a los servicios que ofrece el Fondo de Protección FUP.

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Poco	56	60%
Mucho	28	30%
Nada	9	10%
Total	93	100%

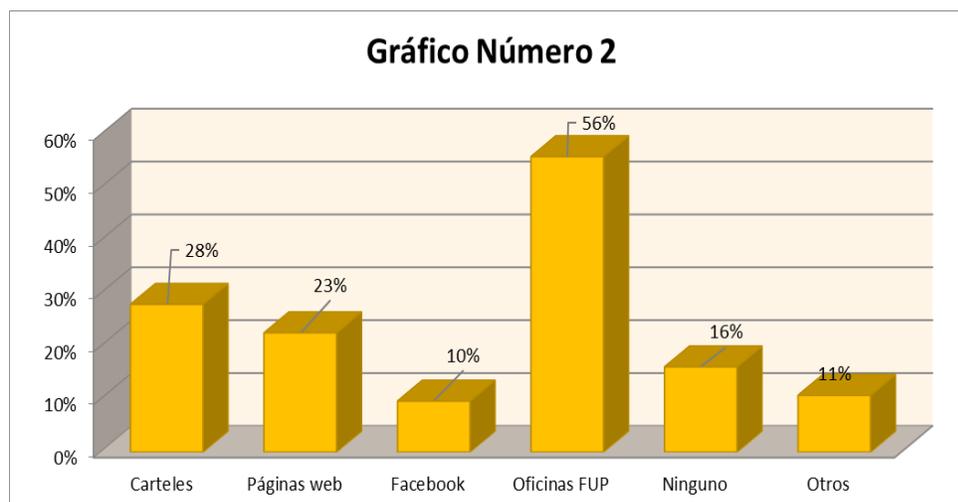


Interpretación: La información recopilada muestra que la mayoría de los trabajadores de la Universidad de El Salvador conocen poco acerca de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) lo cual indica que no existe una cobertura mercadológica efectiva que permita un mayor acercamiento a cada trabajador.

2. ¿A través de qué medios conoció sobre los diferentes servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP)? (Múltiple opción)

Objetivo. Establecer por cuales medios son más conocidos los diferentes servicios que ofrece Fondo Universitario de Protección (FUP).

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Carteles	26	28%
	Páginas web	21	23%
	Facebook	9	10%
	Oficinas FUP	52	56%
	Ninguno	15	16%
	Otros	10	11%

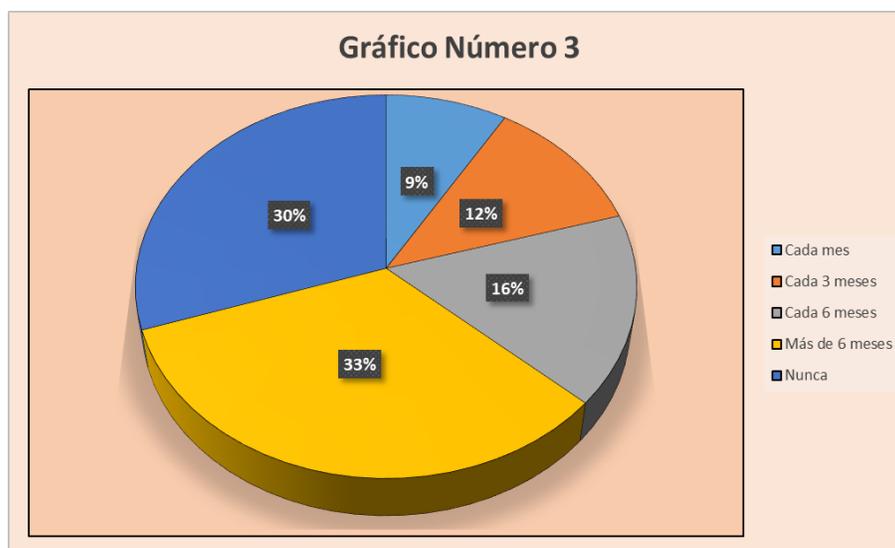


Interpretación: Mediante los datos obtenidos se refleja que los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección carecen de ser promocionados por medios informativos ya que la mayoría conoce de dichos servicios por medio de sus oficinas, lo que quiere decir, que se necesita una mayor cobertura de cada servicio ante la demanda de los cotizantes. Además los encuestados expresaron haber conocido los servicios por medio de comentarios de compañeros de trabajo.

3. ¿Con qué frecuencia visita el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

Objetivo. Conocer la frecuencia de visitas que realiza el trabajador universitario a las oficinas del Fondo Universitario de Protección (FUP).

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Cada mes	8	9%
Cada 3 meses	11	12%
Cada 6 meses	15	16%
Más de 6 meses	31	33%
Nunca	28	30%
Total	93	100%

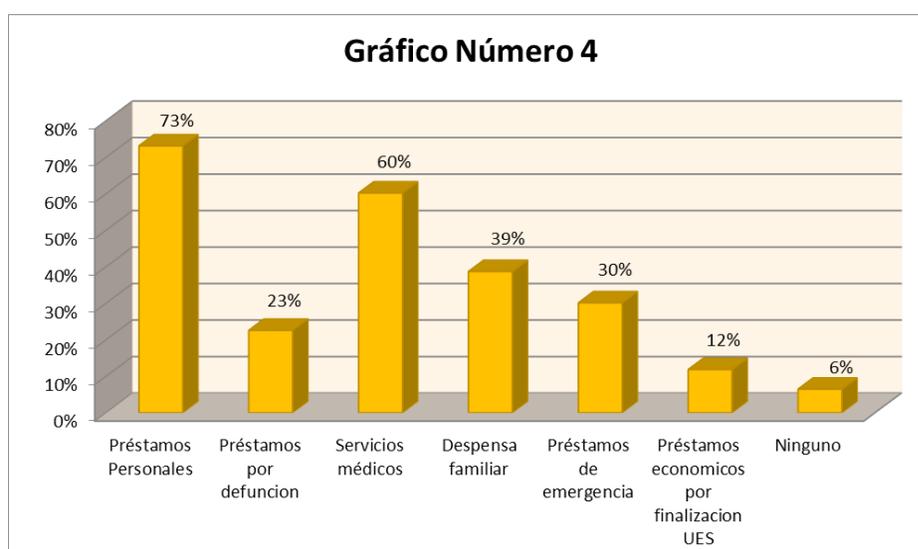


Interpretación: Según los datos obtenidos la frecuencia de visitas que realiza el trabajador al Fondo Universitario de Protección (FUP) son demasiado pocas durante el año y en algunos casos no se realiza ninguna visita, lo que indica que el trabajador muestra poco interés o desconocimiento hacia los servicios.

4. De la siguiente lista de servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP) ¿Cuáles conoce? (Múltiple opción).

Objetivo: Establecer el grado de conocimiento que posee el trabajador universitario para cada uno de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección FUP.

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Préstamos Personales	68	73%
	Préstamos por defuncion	21	23%
	Servicios médicos	56	60%
	Despensa familiar	36	39%
	Préstamos de emergencia	28	30%
	Préstamos economicos por finalizacion UES	11	12%
	Ninguno	6	6%

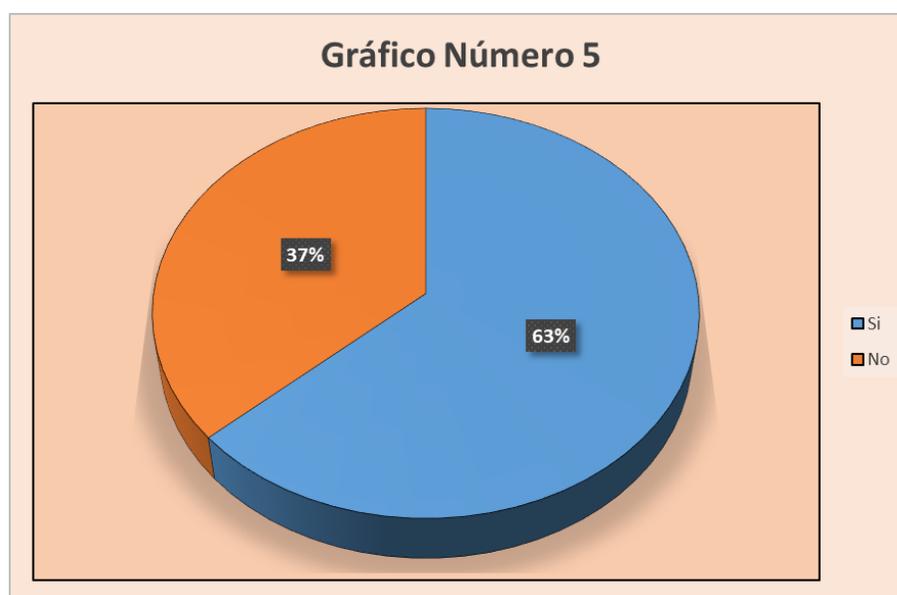


Interpretación: Mediante el grafico anterior se puede determinar que los servicios más conocidos, son los préstamos personales y los servicios médicos, indicando que los demás servicios carecen de cobertura mercadológica que les permita un acercamiento a los trabajadores universitarios.

5. Actualmente ha utilizado alguno de los servicios anteriormente expuestos:

Objetivo. Determinar si los servicios son utilizados actualmente por el trabajador de la Universidad de El Salvador.

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Si	59	63%
No	34	37%
Total	93	100%

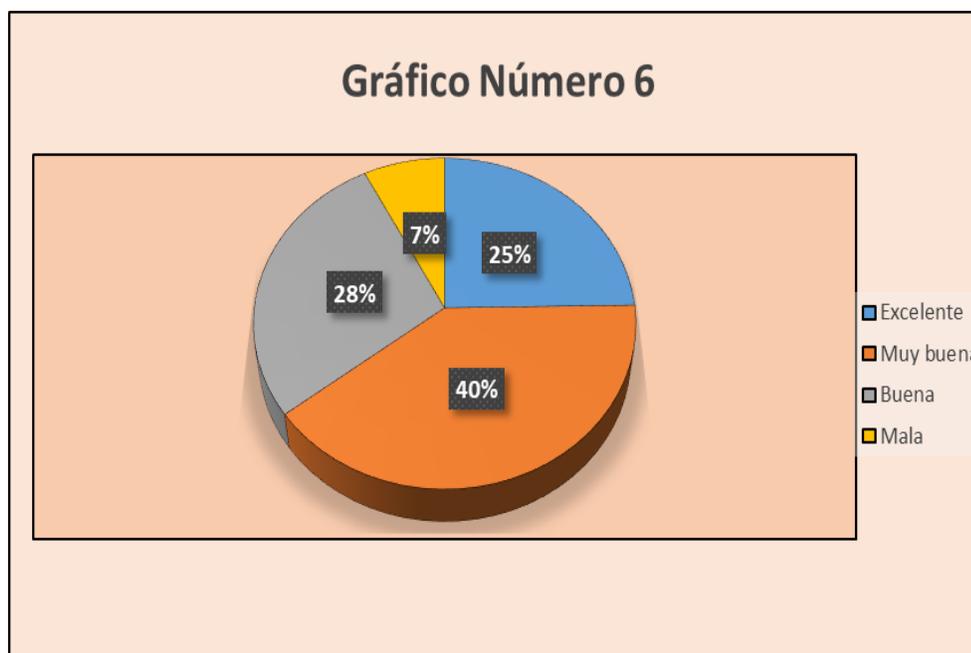


Interpretación: Dado los resultados obtenidos se puede establecer que la mayoría de los trabajadores de la Universidad de El Salvador, han utilizado actualmente alguno de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) lo cual quiere decir que existe una pequeña cantidad de cotizantes que aún desconocen de dichos servicios.

6. ¿Cómo considera la calidad de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) hacia el trabajador universitario?

Objetivo. Conocer la opinión que tiene el trabajador de la Universidad de El Salvador sobre la calidad de los servicios que ofrece el FUP.

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Excelente	23	25%
Muy buena	37	40%
Buena	26	28%
Mala	7	8%
Total	93	100%

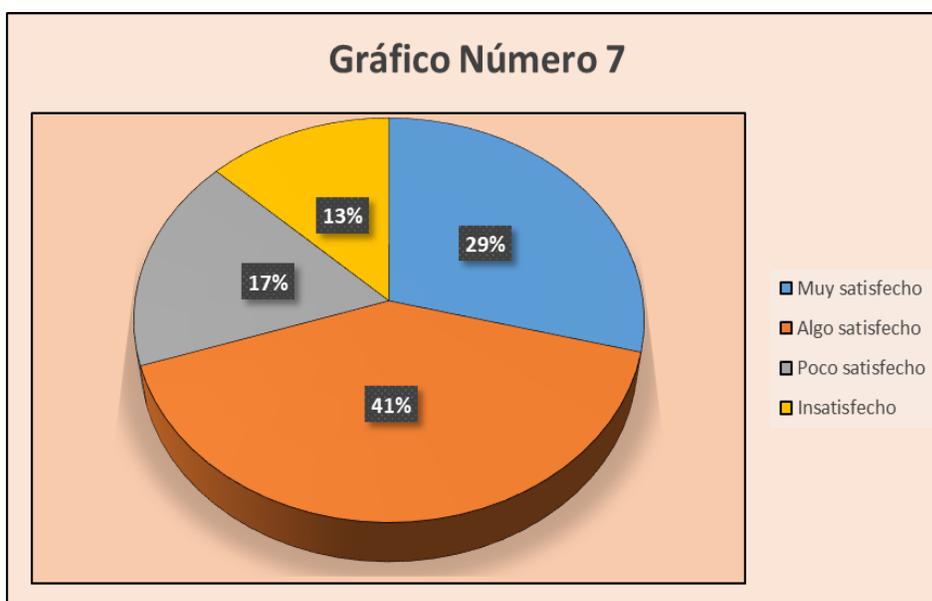


Interpretación: Se observa que la mayor parte de los encuestados, considera que la calidad de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección, es aceptable, ya que logra cumplir con las exigencias a sus necesidades básicas.

7. ¿Qué tan satisfecho(a) está con los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección?

Objetivo. Analizar el grado de satisfacción que el trabajador universitario tiene sobre los servicios que ofrece el FUP.

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Muy satisfecho	27	29%
Algo satisfecho	38	41%
Poco satisfecho	16	17%
Insatisfecho	12	13%
Total	93	100%

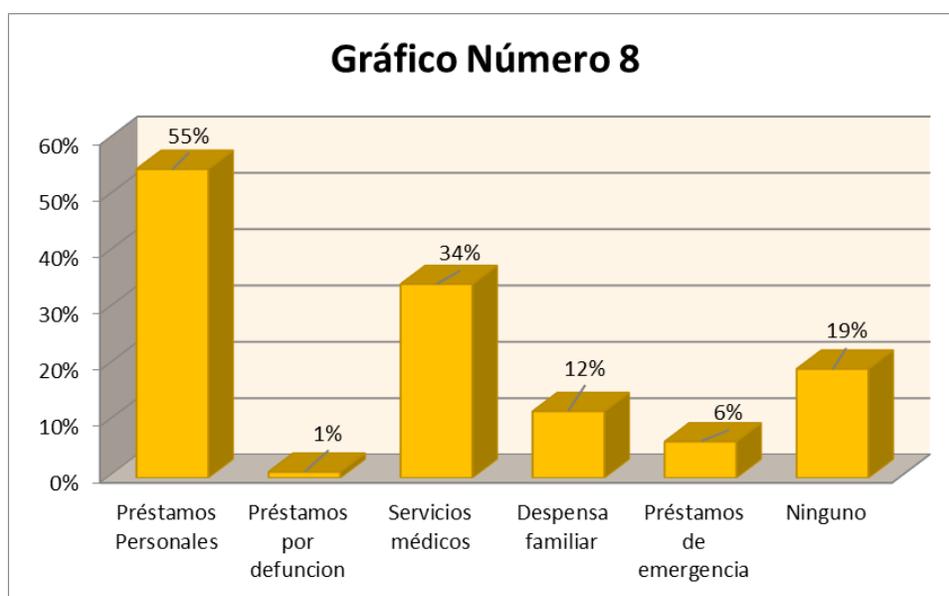


Interpretación: Mediante los datos anteriores, se logra determinar que la mayoría de los cotizantes se sienten satisfechos con los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) mientras que para una pequeña parte de los encuestados no logra satisfacer sus necesidades.

8. ¿Cuál de los siguientes servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP) utiliza más? (Múltiple opción)

Objetivo. Determinar qué servicios son los más utilizados por el trabajador universitario.

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Préstamos Personales	51	55%
	Préstamos por defuncion	1	1%
	Servicios médicos	32	34%
	Despensa familiar	11	12%
	Préstamos de emergencia	6	6%
	Ninguno	18	19%

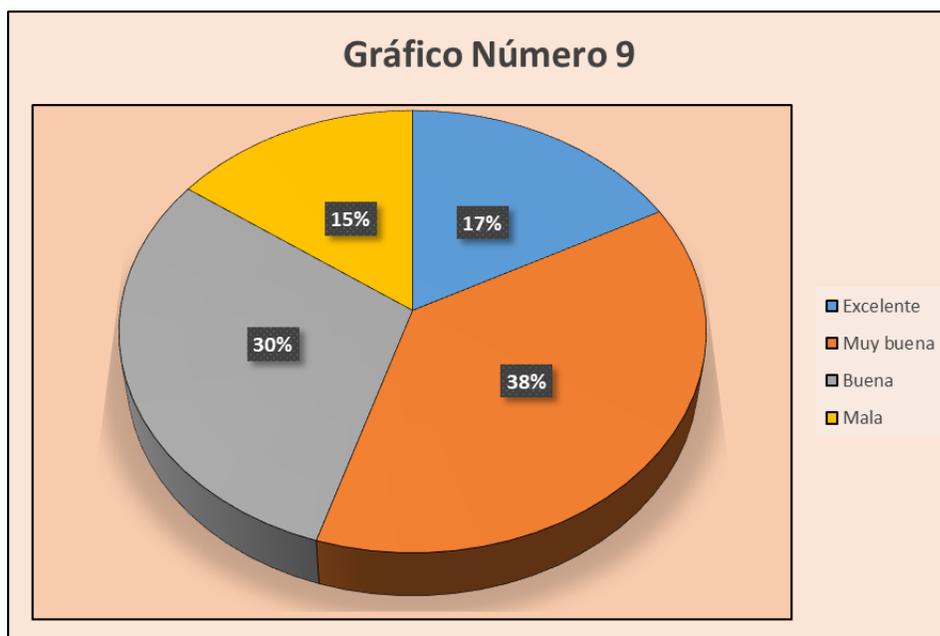


Interpretación: Por medio del análisis, se puede observar que los préstamos personales, son los más utilizados por los trabajadores universitarios, ya que estos ofrecen tasas de interés más accesibles y permiten satisfacer cualquier tipo de necesidad que se le presente al usuario.

9. ¿Cómo calificaría el tiempo de respuesta y la atención de los servicios que ofrecen en el Fondo Universitario de Protección (FUP) hacia el trabajador universitario?

Objetivo. Conocer la opinión que tiene el trabajador universitario acerca del tiempo de respuesta y atención en los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Excelente	16	17%
Muy buena	35	38%
Buena	28	30%
Mala	14	15%
Total	93	100%

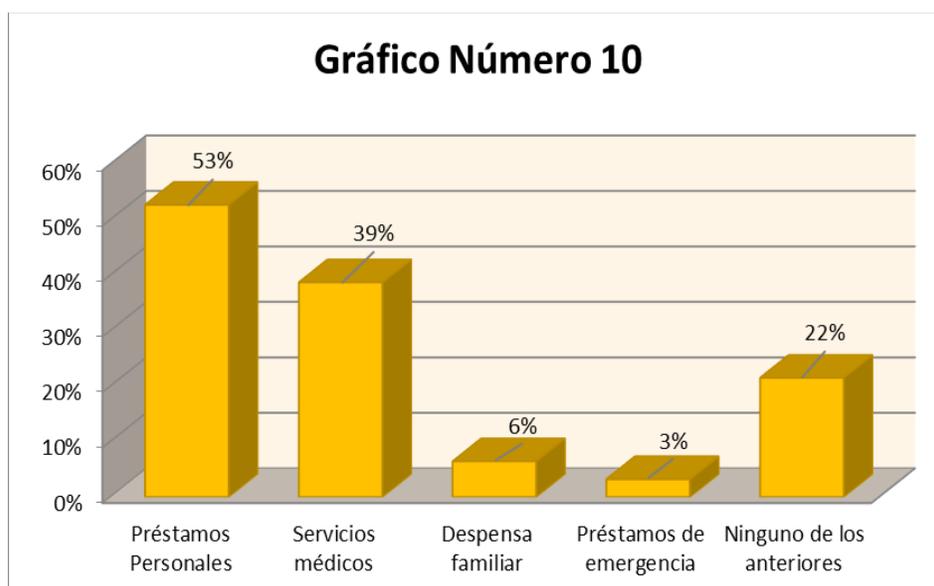


Interpretación: A través del gráfico anterior se concluye que el trabajador universitario califica el tiempo de respuesta y atención, en cuanto a los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección de una manera favorable, lo cual indica que se está brindando un servicio oportuno para el cotizante.

10. ¿Cuál de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección, ha logrado satisfacer sus necesidades? (Múltiple opción)

Objetivo: Establecer que servicios son los que han logrado de alguna manera satisfacer las necesidades que presentan los trabajadores de la Universidad de El Salvador.

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Préstamos Personales	49	53%
	Servicios médicos	36	39%
	Despensa familiar	6	6%
	Préstamos de emergencia	3	3%
	Ninguno de los anteriores	20	22%

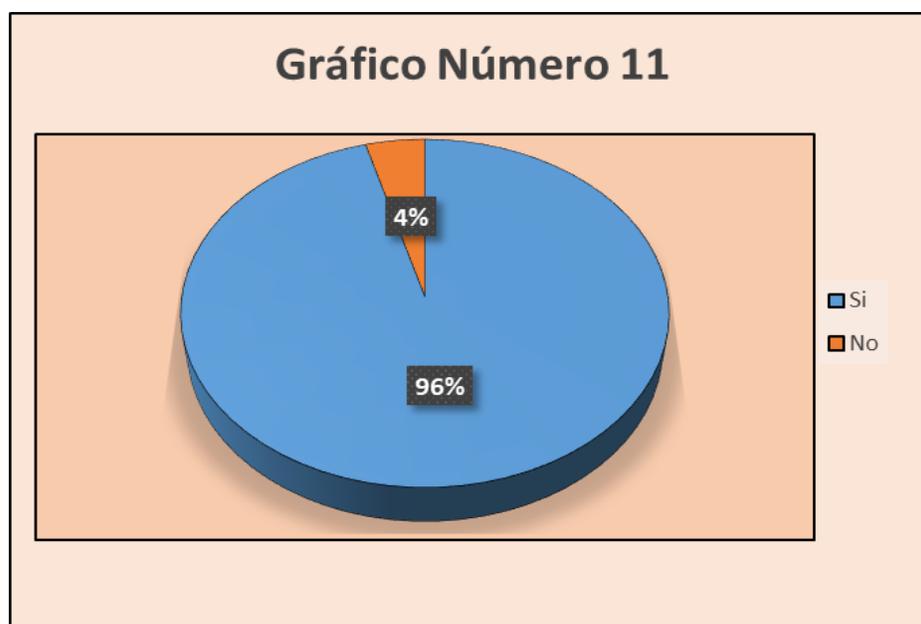


Interpretación: Los resultados anteriores indican que el servicio que más ha logrado satisfacer las necesidades que presenta el trabajador universitario, es el de préstamos personales, ya que a través de este puede solventar cualquier necesidad monetaria, así también los servicios médicos, debido a que estos cumplen con el bienestar del cotizante y su familia.

11. ¿Considera de beneficio para los trabajadores, los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

Objetivo. Identificar si los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) son considerados como un beneficio para los trabajadores.

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Si	89	96%
No	4	4%
Total	93	100%

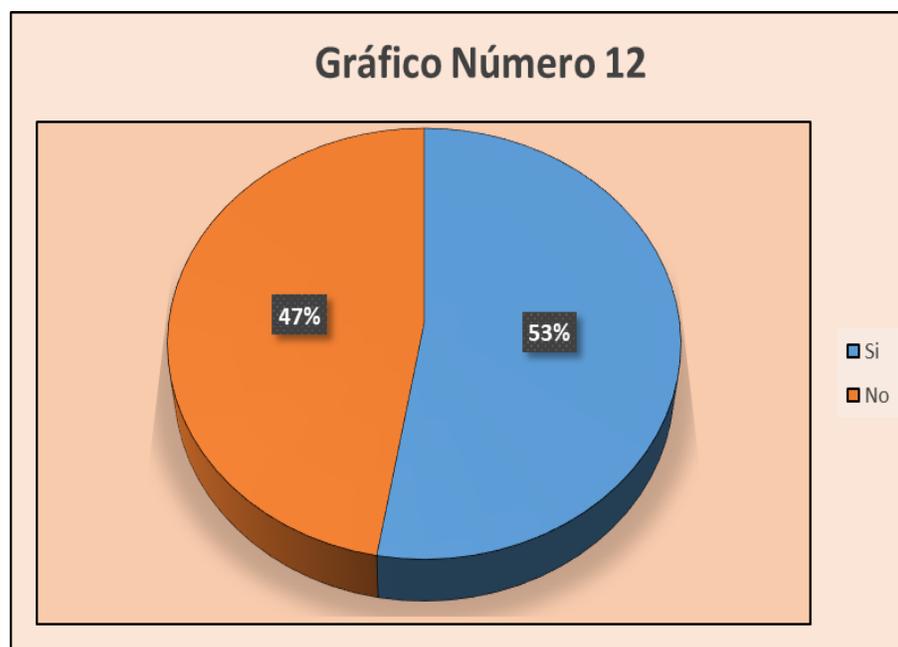


Interpretación: A través del análisis, se puede apreciar que casi el total de encuestados, considera que los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección son beneficiosos, ya que muchos de estos logran cubrir con sus necesidades básicas representando un apoyo económico y de bienestar para el trabajador y su familia.

12. ¿Su grupo familiar también se beneficia de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección?

Objetivo. Conocer si el núcleo familiar del trabajador también utiliza los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Si	49	53%
No	44	47%
Total	93	100%

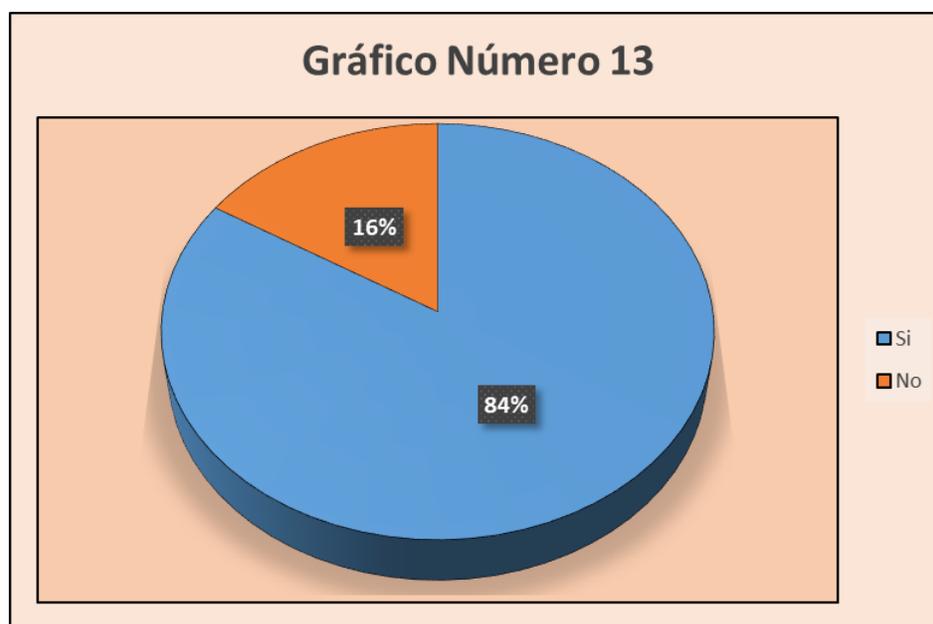


Interpretación: Por medio del gráfico anterior, se puede observar que un poco más de la mitad de los encuestados, manifiesta que su grupo familiar está siendo beneficiado con los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), representando un importante apoyo al bienestar de la familia de cada trabajador.

13. ¿Considera necesario innovar algunos servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

Objetivo. Analizar por medio del criterio de cada trabajador si es necesaria la innovación de algunos servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
Si	78	84%
No	15	16%
Total	93	100%

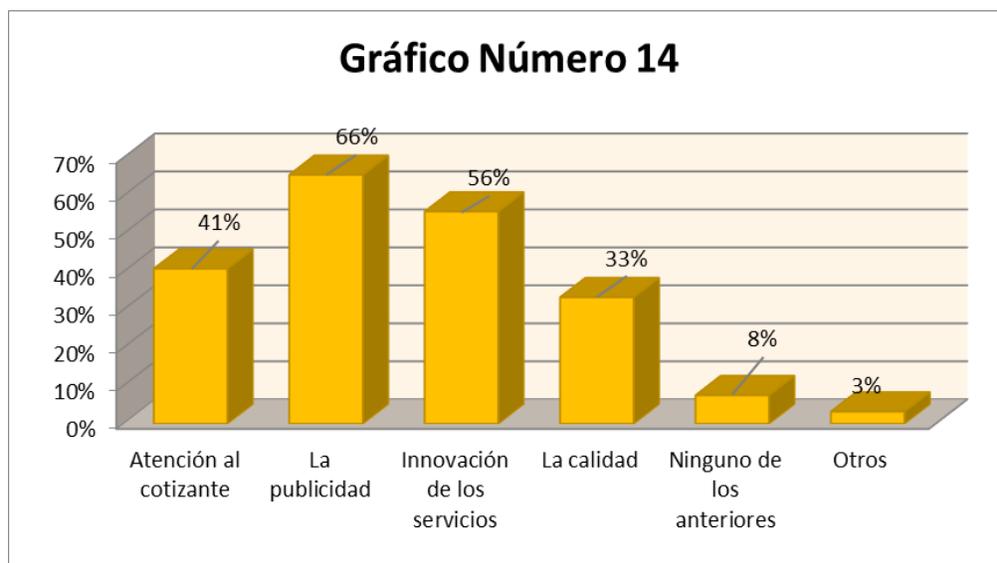


Interpretación: La mayoría de los encuestados, considera que es necesario realizar mejoras en los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), que permitan una mayor cobertura, debido a que estos no logran cumplir en su totalidad con las exigencias que presenta cada trabajador universitario en cuanto a sus necesidades.

14. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar el Fondo Universitario de Protección (FUP)? (Múltiple opción).

Objetivo. Determinar qué aspectos deberían ser mejorados dentro del Fondo Universitario de Protección (FUP).

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Atención al cotizante	38	41%
	La publicidad	61	66%
	Innovación de los servicios	52	56%
	La calidad	31	33%
	Ninguno de los anteriores	7	8%
	Otros	3	3%

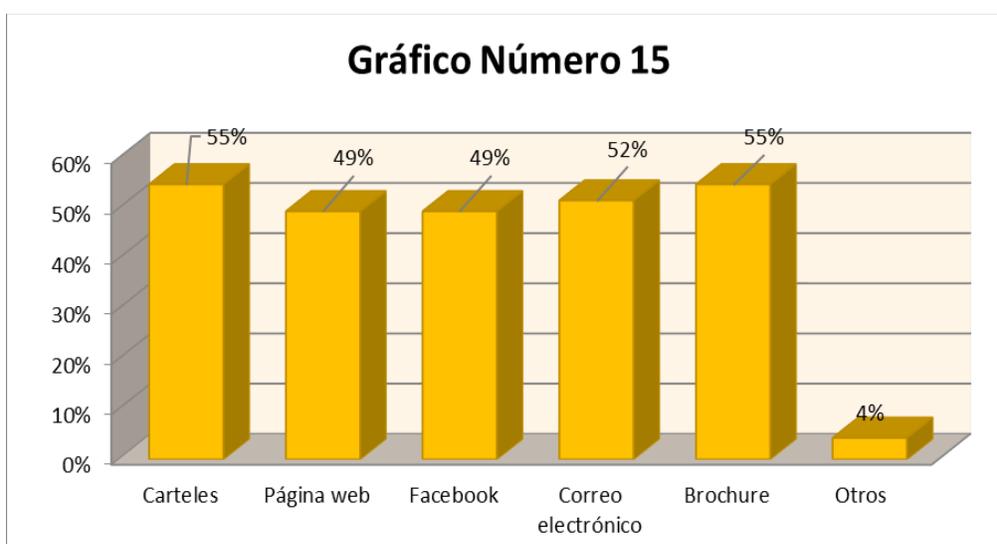


Interpretación: Con la gráfica anterior, se determina que uno de los aspectos que debe mejorar el Fondo Universitario de Protección (FUP) es su publicidad debido a que no es percibida en su totalidad por el trabajador universitario, ya que carece de presencia mercadológica, así como también la innovación que le permita ofrecer mejores servicios.

15. ¿A través de qué medios desearía conocer sobre los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP)? Múltiple opción.

Objetivo. Establecer por que medios de información el trabajador desearía que se dieran a conocer los diferentes servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Boletas Válidas	Alternativa	Número de Respuestas	Frecuencia porcentual
93	Carteles	51	55%
	Página web	46	49%
	Facebook	46	49%
	Correo electrónico	48	52%
	Brochure	51	55%
	Otros	4	4%



Interpretación: De acuerdo a los datos anteriores, la mayoría de trabajadores universitarios considera que los medios por los cuales debe dar a conocer sus servicios el Fondo Universitario de Protección (FUP) son a través de carteles y brochure, debido a que estos son de fácil difusión y generan un mayor acercamiento con el usuario, además según la opinión de los encuestados es necesario la utilización de otros medios como sistema web y visitas personalizadas.

I. Resultados de la entrevista dirigida a la Gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP).

Entrevista realizada a la Gerente Lic. Corina de Ángel.

Cuadro n°6: Cuadro resumen de la entrevista

PREGUNTA	RESPUESTAS
1. ¿Considera la necesidad de realizar un plan de mercadeo que contribuya a mejorar y a fortalecer el uso de los servicios que ofrece el FUP?	Sí, porque es importante que la comunidad universitaria esté informada sobre cada servicio y también es importante tener un plan.
2. ¿Qué aspectos considera necesario mejorar dentro del FUP a través del Plan de Mercadeo?	La comunicación efectiva y retroactiva para que exista una respuesta de parte de los usuarios
3. ¿Cuáles son los servicios que necesitan una mayor cobertura?	Los servicios de salud, servicios de retiro de trabajadores, servicios de inclusión de beneficiarios.
4. ¿Estaría de acuerdo a la innovación de algunos servicios, mediante el Plan de mercadeo?	Sí, a todo lo que sea para la mejora de la institución.
5. A su criterio, ¿En qué aspectos contribuiría el plan de mercadeo, en cuanto a los servicios?	Contribuiría a promover los servicios, a darse a conocer a los usuarios y que le den más valor e importancia y también al cumplimiento del reglamento de mantener informado a los cotizantes.
6. ¿Cuáles son los servicios que ofrece el FUP con mayor demanda?	Los préstamos personales, prestamos de emergencia, despensa y servicios de salud.
7. ¿Cómo calificaría la atención a los cotizantes que hacen uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección?	En la parte administrativa excelente, entre el 8 -10 con equipo preparado para atender a los usuarios.
8. ¿Cree que es necesario mejorar el tiempo de respuesta de atención que recibe cada empleado cotizante del FUP?	Si es necesario acortar tiempos mediante la modernización de sistemas informáticos. Acortar los tiempos de respuesta, en los saldos de créditos y en cuentas individuales.

9. ¿Para usted el FUP cubre con la mayoría de necesidades que el trabajador presenta durante su estancia laboral?	Realmente cubre un buen porcentaje, pero no todo. Ya que existe un déficit financiero en los aportes. Pero cubre con la parte de salud, el retiro de la universidad, los gastos funerarios y la ayuda a los beneficiarios entre otros.
10. ¿Cuáles son los servicios que necesitan de mayor atención, en cuanto al tiempo de espera que tiene para cada trabajador?	El servicio de prestación económica de retiro, ya que se lleva más tiempo en la creación del expediente del trabajador y puede tardar de 3 a 4 meses. Y en algunos casos llegar hasta los 6 meses
11. ¿Cuáles aspectos considera que deba contener un plan de mercadeo?	Retroalimentación, alternativas y estrategias, conocer los cambios administrativos y técnicos respecto a la atención al usuario.

Fuente: información proporcionada por la gerencia del Fondo Universitario de Protección.

J. Diagnóstico sobre los servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP).

1. Análisis de la situación

a. Necesidad de implementar un plan de mercadeo.

Para la gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP) es necesario la implementación de un plan de mercadeo ya que actualmente no existe una cobertura mercadológica de los servicios y por ende la comunidad de trabajadores universitarios se encuentra poco informada. (Ver pregunta 1 de la entrevista).

b. Percepción de los servicios.

En su mayoría los trabajadores de la Universidad de El Salvador, mantienen una aprobación sobre la calidad brindada en los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), dado que cumplen con las expectativas generadas. (Ver pregunta 6, gráfico 6).

c. Grado de satisfacción.

Mediante los resultados obtenidos se determinó que el trabajador universitario, mantiene una aceptación hacia los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), pero a la vez debe mantener un nivel constante de satisfacción, ofreciendo servicios que generen bienestar al cotizante durante su estancia laboral. (Ver pregunta 7, gráfico 7).

d. Prestación de servicios

En la prestación de servicios se puede analizar que el trabajador universitario tiene una mayor inclinación hacia los servicios de prestaciones económicas, como son los préstamos personales, ya que son los más utilizados por el usuario, por lo tanto es necesario que el Fondo Universitario de Protección (FUP) haga énfasis en los demás servicios para que también generen un mayor grado de satisfacción y utilización. (Ver pregunta 8, gráfico 8)

e. Tiempo de respuesta y atención

En los resultados obtenidos el trabajador universitario califica de una manera favorable la atención y respuesta de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección, es decir que han logrado cubrir con sus necesidades. Sin embargo al realizar mejoras generaría una mayor agilidad en los servicios y fidelidad por parte de la comunidad trabajadora universitaria. (Ver pregunta 9, gráfico 9).

f. Implementación de los servicios

Muchos de los trabajadores de la Universidad de El Salvador consideran de gran beneficio que existan y se implementen servicios de índole económico y de salud que protejan la integridad cada usuario y su familia. (Ver pregunta 11, gráfico 11).

g. Innovación.

Dado los resultados es necesario que el Fondo Universitario de Protección (FUP) realice innovaciones brindando mayor variedad de servicios que busquen una mejor aceptación de los trabajadores de la Universidad de El Salvador. (Ver pregunta 13 gráfico 13).

h. Medios publicitarios.

Es necesario llevar una a cabo una publicidad más focalizada y efectiva que alcance el impacto deseado dentro del mercado y los medios más adecuados para lograrlo son los carteles y brochure ya que el trabajador considera que son los medios más adecuados para difundir los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección. (Ver pregunta 14,15, gráfico 14,15)

i. Cobertura de los servicios ante las necesidades de cada trabajador universitario.

De acuerdo a la gerente los servicios que brinda el fondo Universitario de Protección (FUP) logran cubrir un cierto porcentaje a las necesidades de cada trabajador universitario pero no en su totalidad, ya que existe un cierto déficit en los aportes que dificulta expandir a uno más los beneficios de cada servicio dentro de la comunidad de trabajadores universitarios. (Ver pregunta 9 de la entrevista).

K. Identificación del mercado meta

Los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), están dirigido a los trabajadores de la sede central de la Universidad de El Salvador, quienes representan el mercado meta de la investigación.

Actualmente, la cobertura que mantiene el fondo es del 40% del total de trabajadores universitarios, esto equivale a 1,258 cotizantes que hacen uso de los servicios.

La cobertura de los servicios que posee actualmente es la siguiente:

Cuadro n°7: Servicios

Servicios	Años		
	2016	2017	2018
Préstamos personales (personas)	469	476	483
Préstamos de emergencia (personas)	177	184	191
Servicios médicos (visitas)	512	598	684
Despensa familiar (ordenes emitidas)	284	301	318
Préstacion por retiro (personas)	253	150	84
Préstacion por defunción (personas)	18	30	24

Fuente: Proporcionado por la gerencia del Fondo Universitario de Protección.

L. Alcances y limitaciones

1. Alcances

La investigación sobre el plan de mercadeo a los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) se llevó a cabo en las diferentes facultades y oficinas centrales de la Universidad de El Salvador sede Central.

En cuanto a los trabajadores universitarios se logró pasar un cuestionario a 93 se tuvo la ventaja que la ubicación geográfica fue accesible.

La información recopilada de cada trabajador engloba gran parte de las diferentes Facultades de la Universidad de El Salvador sede Central.

Con la información obtenida se pretende lograr mejorar los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección en cuanto a innovación y cobertura mercadológica.

Durante el desarrollo de la investigación se contó con el apoyo de la gerencia del Fondo Universitario de Protección (FUP) para conocer sobre los procesos que engloban cada servicio que brindan, colaborando a gran parte de la investigación.

2. Limitaciones

El acceso a la información histórica se encuentra limitada, ya que se encontraron pocos antecedentes respecto al Fondo universitario de Protección (FUP). Además algunos datos se encontraban desactualizados lo cual permitió un mayor tiempo en busca de resultados actuales y reales.

El procesamiento de la información genero más tiempo de respuesta dado que algunas encuestas las entregaban al siguiente día por lo cual hacia más difícil su procesamiento a parte que presentaba más gastos económicos de lo presupuestado.

El tiempo laboral de los encuestados generaba dificultades al momento de entregar las encuestas puesto que algunos trabajadores se encontraban en sus horas laborales y no lograban hacer el llenado correspondiente de cada encuesta, muchos de ellos la realizaron en sus horas libres pero acortando su tiempo de descanso.

M. Conclusiones y recomendaciones

1. Conclusiones

- a. En los trabajadores universitarios, no existe un reconocimiento acerca de los servicios que brinda el Fondo universitario de Protección (FUP), debido a que hay una parte significativa de cotizantes que aún desconoce de dichos servicios.
- b. Los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) requieren de mejoras publicitarias, que le permitan ofrecer mayores beneficios y acercamiento a los cotizantes.
- c. En relación a los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), los más conocidos y utilizados son las de prestaciones de créditos, ya que estos son los que logra satisfacer las necesidades económicas del trabajador universitario.
- d. La mayoría de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) se conocen a través de sus oficinas, indicando el poco uso de canales de distribución y la dificultad para acceder a estos.
- e. Los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), carecen de la publicidad necesaria, que les permita un acercamiento y mayor utilización por parte de los usuarios.

2. Recomendaciones

- a. Se propone el diseño de un logotipo y eslogan que permitan facilitar la identificación del cotizante con el Fondo universitario de Protección (FUP), para generar un mayor acercamiento y fidelidad hacia sus servicios.
- b. Se recomienda innovar en los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP), de acuerdo a la propuesta en el capítulo 3 de este trabajo de graduación, para lograr una mayor cobertura y satisfacción de parte de los trabajadores universitarios.
- c. Se sugiere al Fondo Universitario de Protección (FUP) brindar tasas de interés accesibles y contar con los recursos financieros necesarios para poder satisfacer la demanda de cotizantes que solicitan los servicios de créditos.
- d. Se recomienda al Fondo Universitario de Protección (FUP) la creación de un servicio en línea el cual beneficie al trabajador universitario en cuanto a tener un mayor acceso a los servicios y generar una mayor cobertura de los mismos
- e. Se propone la ejecución de medios publicitarios adecuados como: afiches, brochure, y carteles, para que los servicios logren una mayor cobertura y acercamiento con el trabajador universitario.

III. PLAN DE MERCADEO QUE CONTRIBUYA AL FORTALECIMIENTO DEL USO DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN (FUP)

A. Objetivos

1. General

Proponer un plan de mercadeo que contribuya al fortalecimiento de los servicios que ofrece el fondo Universitario de Protección (FUP) en la sede central de la Universidad de El Salvador.

2. Específicos

- a. Determinar estrategias mercadológicas que permitan al Fondo Universitario de Protección (FUP) el cumplimiento de sus objetivos y metas.
- b. Diseñar medios publicitarios idóneos, para los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) permitiendo así un mayor acercamiento con el trabajador universitario.
- c. Implementar la mezcla de mercadeo en los servicios que brinda el Fondo Universitario de protección (FUP), para una mayor cobertura de los trabajadores universitarios.

B. Importancia

El presente trabajo de investigación fortalecerá cada uno de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), con el propósito de ampliar la cobertura de cada servicio.

Es necesario innovar para mejorar e incrementar la cantidad de usuarios, ya que al contar con una amplia cobertura mercadológica, se generará una mayor utilización de los servicios

Además es importante utilizar medios publicitarios creativos con el fin de atraer la atención del trabajador universitario, creando un mayor interés en la utilización de los servicios que brinda el Fondo universitario de Protección (FUP) dentro de la sede central de la Universidad de El Salvador.

C. Filosofía organizacional propuesta

Se hace una propuesta de una filosofía organizacional con el propósito de actualizar la gestión y enfoque que tiene el Fondo Universitario de Protección (FUP) de cara a las necesidades y exigencias que presenta cada trabajador de la Universidad de El Salvador.

1. Misión

Somos una institución de protección social universitaria, orientada a brindar a los afiliados y grupo familiar un bienestar de calidad, mediante servicios de carácter económico y de salud acorde a sus necesidades.

Con esta propuesta de misión, se considera de manera completa la razón de ser y los fines del Fondo Universitario de Protección (FUP).

2. Visión

Ser el mejor sistema de protección social universitario, comprometido a brindar servicios de calidad a sus afiliados.

La presente propuesta de visión, se considera adecuada a los objetivos futuros que pretende alcanzar el Fondo Universitario de Protección (FUP).

3. Valores

Para el Fondo Universitario de Protección (FUP) se proponen los siguientes:

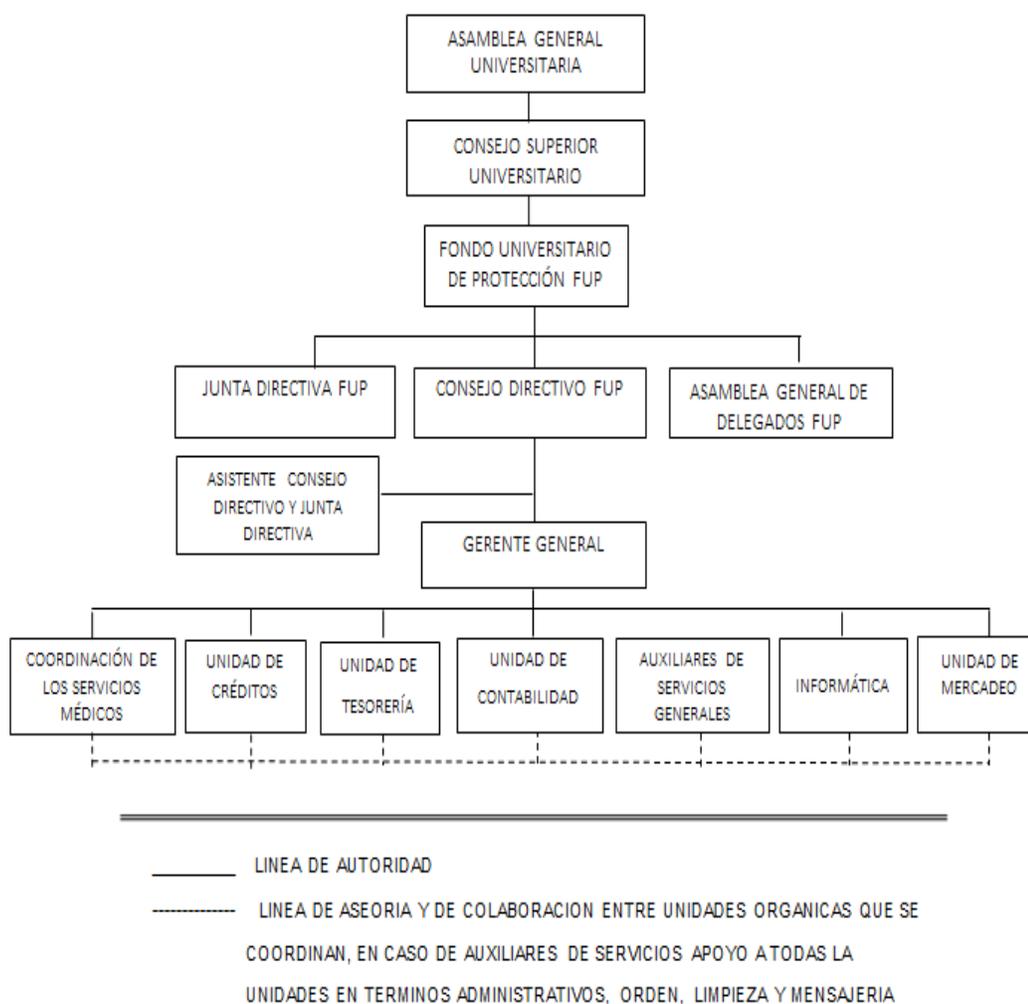
- a. **Amabilidad:** Mantener un ambiente ameno del personal y hacia los trabajadores universitarios, demostrando un trato cordial y servicial para lograr los objetivos y metas del Fondo Universitario de Protección (FUP).
- b. **Confianza:** Generar un entorno de seguridad hacia el trabajador universitario en cuanto a sus procesos administrativos y los servicios que ofrece el Fondo universitario de Protección (FUP).
- c. **Honradez:** Obrar con rectitud siendo fiel a sus objetivos, generando credibilidad y confianza en el trabajador universitario.
- d. **Responsabilidad:** Es deber ser para el Fondo Universitario de Protección (FUP) brindar servicios que garanticen una mejor calidad de vida al trabajador universitario.
- e. **Solidaridad:** Es un compromiso para el Fondo Universitario de Protección (FUP) apoyar al trabajador universitario en su bienestar, además de comprometerse a lograr la satisfacción de sus necesidades.

4. Estructura organizacional

Se realiza una propuesta de estructura organizacional, con el fin de mejorar el funcionamiento de Fondo Universitario de Protección (FUP) en el que se establezca la dependencia jerárquica de las diferentes áreas que lo conforman así como también la actualización de algunos departamentos.

a. Organigrama del Fondo Universitario de Protección (FUP)

Figura n°3: Organigrama propuesto al Fondo Universitario de Protección.



Fuente: Propuesto por el grupo investigador.

NOTA: Se agregó el departamento de informática, ya que el Fondo Universitario de Protección (FUP) actualmente cuenta con ese departamento pero no había sido detallado dentro de su organigrama.

b. Funciones principales.

i. Consejo directivo.

- Emitir su reglamento interno, y elaborar los proyectos de reglamentos especiales para la implementación del sistema de prestaciones a que se refiere el presente Reglamento y presentarlos al Consejo Superior Universitario para su aprobación.
- Dictar las políticas administrativas y de ejecución para la consecución de los fines del Fondo.
- Aprobar el plan de trabajo anual presentado por el Gerente.
- Crear la infraestructura necesaria para el funcionamiento adecuado del fondo.
- Aprobar la contratación de créditos y someterla a la respectiva aprobación del Consejo Superior Universitario.
- Presentar al Consejo Superior Universitario los proyectos de reformas o adiciones al presente Reglamento para que, a propuesta de dicho organismo, sean aprobados posteriormente en la Asamblea General Universitaria.

ii. Junta directiva.

- Proponer al Consejo Directivo políticas y alcances de las prestaciones.
- Elegir y remover a sus representantes ante el Consejo Directivo.
- Hacer observaciones a los proyectos de reglamentos o reformas a los mismos, aplicables al Fondo.

iii. Gerente general.

- Ejercer la jefatura inmediata del personal del FUP-UES.
- Administrar y coordinar las unidades que conforman el FUP-UES
- Dirigir, orientar, y coordinar las labores del personal y vigilar su eficacia
- Proponer métodos prácticos para que las prestaciones o beneficios del FUP-UES den su mayor rendimiento en calidad y economía.
- Gestionar con el recurso humano operativo en casos de incapacidad, cubrir las áreas en atención al usuario.
- Verificar que se lleven al día los registros contables y financieros del FUP-UES.

iv. Asistente ejecutiva del consejo directivo y junta directiva.

- Brindar apoyo secretarial a los organismos de dirección del FUP.
- Preparar y diseñar formularios para efectos de control interno en su puesto de trabajo.
- Todas las demás en las que se requiera su colaboración, para el buen funcionamiento de la institución.

v. Informática

- Velar por el buen funcionamiento de las aplicaciones informáticas que requiera el Fondo Universitario de Protección (FUP).
- Dirigir y programar las principales actividades en relación a las aplicaciones de la cuenta individual.
- Preparar las condiciones necesarias para poner en marcha la página web denominada FUP en línea.
- Evaluar y dar mantenimiento a la página web, FUP en línea.
- Administración de las bases de datos que son utilizadas por las aplicaciones de la cuenta individual.

- Brindar mantenimiento preventivo y correctivo al equipo informático del Fondo Universitario de Protección.
- Administración de las redes que son utilizadas en el área administrativa de la clínica.

vi. Coordinación de los servicios.

- Controlar el funcionamiento de los servicios en salud en la unidad central y las facultades multidisciplinarias.
- Elaborar las agendas de trabajo de la comisión de salud, de acuerdo a necesidades de trabajo existentes, de forma semanal y estar presente en cada reunión.
- Verificar y autorizar los dictámenes sobre solicitudes de reintegro de gastos médicos a beneficiarios del FUP, de acuerdo a normas establecidas en el manual de procedimientos respectivos y trasladar a la unidad de salud.

vii. Tesorería.

- Depositar los fondos recaudados en los bancos que el consejo directivo designe.
- Llevar cuenta apropiada de las recaudaciones efectuadas, así como de las erogaciones que el FUP realice.
- Suscribir conjuntamente con el presidente del consejo directivo, o con las firmas autorizadas por dicho organismo, los cheques y transferencias electrónicas de las erogaciones autorizadas por el consejo directivo.
- Brindar los informes que solicite el consejo directivo o del gerente; y de manera especial informar diariamente al gerente del movimiento de caja realizado en el día hábil anterior.

viii. Contabilidad.

- Llevar el registro y control de todas las operaciones financieras contables generadas en las actividades económicas que se ejecutan en el FUP.
- Controlar el ingreso y entrega de papelería y artículos de oficina al personal del FUP que lo solicite.
- Elaboración de informes sobre el activo fijo de manera trimestral o semestral según las necesidades.
- Apoyar a la gerencia, en la presentación de informes financieros, para las asambleas generales de delegados.
- Ejercer supervisión sobre las actividades realizadas en el área de tesorería y créditos del FUP, de lo cual deberá dar informe a la gerencia del FUP, sobre observaciones o sugerencias realizadas.
- Ejercer la contraloría interna del FUP, en los diferentes puestos relacionados al área financiera de la institución.

ix. Unidad de créditos.

- Encargada de administrar las diferentes carteras de créditos que el FUP ofrece.
- Control de cuentas por cobrar.
- Control de cuentas morosas.
- Colaborar con la gerencia en la elaboración de informe trimestral de actividades para ser presentado ante la asamblea general de delegados o en el momento que sea requerido por alguna otra autoridad.
- Colaborar con la gerencia y comité de créditos en la elaboración de propuestas de mejoras a los proyectos existentes o nuevos.

x. Auxiliares de servicios generales.

- Realización de orden y limpieza en las oficinas administrativas del FUP, así como la distribución de correspondencia en las diferentes unidades.
- Colaborar con la realización de orden y limpieza en las oficinas de los servicios de salud del FUP, así como la distribución de correspondencia en las diferentes unidades.
- Todas las demás en la que se requiera su colaboración. Para el buen funcionamiento de la institución.

xi. Unidad de mercadeo.

- Revisión periódica de la página web propuesta, FUP en línea.
- Encargarse de manejar y coordinar estrategias de mercadeo, que contribuyan a una mejor cobertura de los servicios que proporciona el Fondo Universitario de Protección.
- Desarrollar campañas, donde se implementen todos los medios publicitarios propuestos dentro del plan de mercadeo, para dar a conocer los beneficios de los servicios que ofrece el fondo.

D. Plan de mercadeo**1. Resumen ejecutivo**

Los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), presenta poca demanda por parte de la comunidad trabajadora universitaria, por lo que es importante ampliar su cobertura mercadológica proponiendo estrategias y medios publicitarios que le contribuyan a lograr sus objetivos y metas.

Los medios publicitarios utilizados para el desarrollo del plan de mercadeo, son brochure, carteles y afiches, ya que estos permiten mayor alcance y son de fácil difusión, logrando un mayor acercamiento con el usuario.

Además la implementación de la innovación, permitirá la creación del servicio en línea, el cual tiene como propósito beneficiar a más trabajadores facilitando la accesibilidad a los servicios, y a la vez ampliando su cobertura.

También es importante incentivar al cotizante por medio de regalías significativas, como brindarle un calendario de bolsillo que le genere un sentido de identidad y pertenencia.

El costo para la ejecución del plan de mercadeo asciende a \$ 1,470.50, rubro que se encuentra destinado dentro del presupuesto del Fondo Universitario de Protección (FUP). Además el tiempo de ejecución es de 1 año.

2. Análisis de la situación

Actualmente el Fondo Universitario de Protección (FUP), posee una pequeña cobertura de mercado, ya que del total de trabajadores solo el 40% de los afiliados hace uso de los servicios, lo que indica que no cuenta con estrategias y medios publicitarios adecuados que le permitan tener un mejor alcance mercadológico.

A través del diagnóstico se determinó que para los usuarios los medios publicitarios adecuados o de mayor difusión son los carteles y brochure ya que estos contribuyen a un mejor acercamiento con el trabajador universitario, además es necesario innovar, con el fin de facilitar el acceso a los servicios.

3. Análisis FODA

Este análisis estudiará los factores internos y externos del Fondo Universitario de Protección (FUP), lo que permitirá conocer sus puntos débiles y el aprovechamiento de sus oportunidades.

a. Matriz FODA

Cuadro n°8: Análisis FODA

	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de convenios.(Para lograr una mayor inversión proporcionando servicios de mejor calidad) Expandir mercado.(Mediante los medios publicitarios idóneos se puede lograr una mayor cobertura mercadológica) 	<ul style="list-style-type: none"> Competencia. (Instituciones financieras, de salud y la creación de un nuevo FUP). Variación en los costos de insumos médicos.
	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> Buena atención al cliente.(El fondo cuenta con una aprobación en atención y servicio al usuario) Excelente ubicación.(Ya que el Fondo Universitario se encuentra dentro de la Universidad de El Salvador) Personal capacitado(Se cuenta con personal Competente en cada área que cuenta el Fondo universitario de Protección) Buen ambiente laboral.(Dentro del Fondo Universitario prevalece las buenas relaciones laborales con cada compañero de trabajo) 	<ul style="list-style-type: none"> Poca inversión en publicidad y promoción.(El Fondo Universitario de Protección carece de más presupuesto para su publicidad) Falta de cobertura de mercado.(No se logra cubrir ni la mitad de los trabajadores universitario) Falta de innovación.(Dado que no se presentan mejoras y cambios en los servicios) Carece de canales de distribución en sus servicios)

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

b. Cruce de Variables

Cuadro n°9: Cruce de variables

Factores Internos Factores Externos	Lista de Fortalezas	Lista de Debilidades
	F1 Excelente Imagen. F2. Adecuada Ubicación F3. Personal capacitado.	D1. Poco presupuesto para publicidad. D2. Escasa cobertura mercadológica. D3. No existen mejoras y cambios en los servicios. D4. Falta de canales de Distribución.
Lista de Oportunidades O1. Alianzas Estratégicas O2. Cobertura Mercadológica	FO. (Max-Max) Estrategia para maximizar tanto las F como las O. Brindar servicios de calidad dentro de la comunidad trabajadora universitaria. (F1,O1,O2)	DO. (Min-Max) Estrategias para minimizar las D y maximizar las O. Proponer mejoras en los servicios para lograr una mayor cobertura mercadológica. (D3, O2).
Lista de Amenazas A1. Competencia A2. Variación en los costos de insumos médicos.	FA. (Max. Min) Estrategia para maximizar las F como minimizar las A. Aprovechar la ubicación generando un mayor acercamiento con el trabajador. (F2,A1)	DA. (Min-Min) Estrategia para minimizar las D como minimizar las A. Lograr una mejor distribución de medios publicitarios. (D2,A1,)

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

4. Metas y objetivos de mercadeo

Se propone al Fondo Universitario de Protección (FUP) la implementación de estrategias, que le permita generar un mayor impacto de los servicios en los trabajadores universitarios. Ya que actualmente solo cubren el 40% de cotizantes.

Por lo que se consideró de base los años 2016 y 2017 y el primer semestre de 2018 para un mejor análisis y proyección de los años 2019 y 2020 en los cuales se espera que con la implementación del plan de mercadeo, la cobertura aumente en un 5% para los servicios de préstamos personales, prestamos de emergencia, servicios médicos y despensa familiar.

Los datos para las prestaciones por retiro laboral y defunción, son difíciles de pronosticar debido a que son situaciones ajenas al Fondo Universitario de Protección (FUP), pero sin embargo se ha realizado un estimado con el fin de conocer las variaciones que se tendrán por cada año con la implementación del plan.

a. Proyección de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) para los años 2019 y 2020.

Cuadro n°10: Proyección de servicios.

Servicios	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
Préstamos Personales (personas)	469	476	483	515	522
Préstamos de Emergencia (personas)	177	184	191	198	205
Servicios Médicos (visitas)	512	598	684	770	856
Despensa Familiar (ordenes emitidas)	284	301	318	335	352
Prestación por Retiro (personas)	253	150	84	260	123
Prestación por Defunción (personas)	18	30	24	30	33

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

b. Proyección de los ingresos y gastos del Fondo Universitario de Protección (FUP) para los años 2019 y 2020

Cuadro n°11: Proyección de ingresos y gastos

Ingresos / Gastos		AÑOS				
		2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	Productos financieros	\$ 794,612.11	\$ 824,432.51	\$ 896,965.56	\$ 988,074.68	\$ 1,091,213.97
	Total Ingresos	\$ 794,612.11	\$ 824,432.51	\$ 896,965.56	\$ 988,074.68	\$ 1,091,213.97
Gastos	Gastos de clinica médica	\$ 136,595.49	\$ 139,319.21	\$ 149,145.08	\$ 161,947.99	\$ 176,633.92
	Gastos de administración	\$ 269,216.30	\$ 204,171.93	\$ 146,083.94	\$ 87,526.28	\$ 27,258.10
	Gastos financieros	\$ 250.00	\$ 300.00	\$ 367.50	\$ 444.50	\$ 528.41
	Reserva técnica	\$ 72,181.95	\$ 72,659.64	\$ 76,794.20	\$ 82,415.38	\$ 88,957.58
	Reserva de emergencia	\$ 15,719.92	\$ 13,305.04	\$ 11,434.67	\$ 9,661.36	\$ 7,894.67
	Total Gastos	\$ 493,963.66	\$ 429,755.82	\$ 383,825.38	\$ 341,995.51	\$ 301,272.68
Excedente para cada año		2016	2017	2018	2019	2020
		\$ 300,648.45	\$ 394,676.69	\$ 513,140.18	\$ 646,079.17	\$ 789,941.29

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

c. Relación Costo-Beneficio para el Fondo Universitario de Protección (FUP)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios. A través de la formula siguiente:

$$B/C = \frac{\text{Valor ingresos}}{\text{Valor egresos}} \quad B/C > 1 \rightarrow \text{el proyecto es aceptable.}$$

Para el desarrollo del plan de mercadeo es necesario determinar la relacion costo beneficio, con la cual se pretende determinar si el proyecto es aceptable, comparando los ingresos que percibe el Fondo Universitario de Proteccion con sus respectivos gastos.

Aplicando la formula Costo-Beneficio

$$B/C = \frac{\text{Valor ingresos}}{\text{Valor egresos}}$$

Cuadro n°12: Relación costo - beneficio

Años	Valor ingresos / valor egresos	B/C
2016	\$ 794,612.11 / \$493,963.66	1.61
2017	\$ 824,432.51 / \$429,755.82	1.92
2018	\$ 896,965.56 / \$383,825.38	2.34
2019	\$ 988,074.68 / \$341,995.51	2.89
2020	\$ 1,091,213.97 / \$301,272.68	3.62

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

El Fondo Universitario de Protección (FUP) percibe sus ingresos por medio de los productos financieros, los cuales abarcan el interés de los respectivos créditos, así como también los gastos que se generan, como medicamentos para clínica, gastos de administración y financieros, etc. Para ello se ha realizado un análisis que permita determinar cuál de las dos variables (ingresos) o (gastos) es mayor con el fin de determinar si el proyecto es aceptable o no.

Al llevar a cabo la relación costo beneficio, los resultados para cada año son mayores a 1, es decir que los beneficios que percibe el fondo superan a sus costos lo cual indica que el proyecto es aceptable aportando un beneficio social.

Llegando a establecer, que el Fondo Universitario de Protección (FUP) aporta beneficios al trabajador universitario, en cuanto a cubrir las necesidades de cada cotizante y las de su familia, ayudando a mejorar su calidad de vida.

d. Índice de correlación para el Fondo Universitario de Protección (FUP)

Se determina a través de la siguiente fórmula:

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} * \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Es un número real comprendido entre -1 y 1.

Si $r = -1$:	Correlacion inversa perfecta
Si $-1 < r < 0$:	Correlacion inversa
Si $r = 0$:	No hay correlacion
Si $0 < r < 1$:	Correlacion directa
Si $r = 1$:	Correlacion directa perfecta

i. Relación entre las aportaciones y el número de trabajadores universitarios.

Para el Fondo Universitario de Protección (FUP), se desea determinar si existe una relación entre las aportaciones de cada trabajador universitario, respecto a las nuevas contrataciones de personal, con el objetivo de determinar los ingresos a base de nuevos empleados.

Cuadro n°13: Relación aportaciones y número de trabajadores proyectados.

Años	Aportaciones del 1% de cada trabajador	Número de trabajadores proyectados
2016	\$6,206,257.27	3,823
2017	\$6,584,825.60	4,056
2018	\$6,963,393.93	4,058
2019	\$7,341,962.26	4,214
2020	\$7,720,530.59	4,332

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Variable Dependiente (y): Aportaciones del 1% de cada empleado

Variable Independiente (x): Número de Empleados.

Cuadro n°14: Determinación de valores para el índice de correlación

Años	X	Y	X.Y	X 2	Y 2
2016	3,823	\$6,206,257.27	\$23,726,521,543.21	14,615,329	\$38,517,629,301,427.80
2017	4,056	\$6,584,825.60	\$26,708,052,633.60	16,451,136	\$43,359,928,182,415.40
2018	4,058	\$6,963,393.93	\$28,257,452,567.94	16,467,364	\$48,488,855,024,360.10
2019	4,214	\$7,341,962.26	\$30,939,028,963.64	17,757,796	\$53,904,409,827,264.20
2020	4,332	\$7,720,530.59	\$33,441,478,250.58	18,761,892	\$59,606,592,591,124.40
Total	20,483	\$34,816,969.65	\$143,072,533,958.97	84,053,517	\$243,877,414,926,592.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Aplicando la fórmula:

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} * \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r = \frac{5(143,072,533,958.97) - (20,483)(34,816,969.65)}{\sqrt{5(84,053,517) - (20,483)^2} * \sqrt{5(243,877,414,926,592.00) - (34,816,969.65)^2}}$$

$$r = 0.98$$

Lo que indica que existe una correlación directa entre las variables, es decir al aumentar los trabajadores universitarios, las aportaciones al Fondo Universitario de Protección (FUP) aumentarán de igual manera.

ii. **Relación entre el retiro del trabajador universitario y los egresos que realiza el Fondo Universitario de Protección (FUP).**

Cuadro n°15: Relación retiro de trabajadores y egresos

Años	Pago por retiro del trabajador universitario	Número de trabajadores retirados
2016	\$237,998.81	253
2017	\$167,987.56	150
2018	\$97,976.31	84
2019	\$247,965.06	260
2020	\$117,953.81	123

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Variable Dependiente (Y): Pago por retiro de cada empleado universitario

Variable Independiente (X): Número de Empleados Retirados.

Cuadro n°16: Determinación de valores para el cálculo del índice de correlación.

Años	X	Y	X.Y	X 2	Y 2
2016	253	\$237,998.81	\$60213,698.93	64,009	\$56643433,561.42
2017	150	\$167,987.56	\$25198,134.00	22,500	\$28219820,314.75
2018	84	\$97,976.31	\$8230,010.04	7,056	\$9599357,321.22
2019	260	\$247,965.06	\$64470,915.60	67,600	\$61486670,980.80
2020	123	\$117,953.81	\$14508,318.63	15,129	\$13913101,293.52
Total	870	\$869,881.55	\$172,621,077.20	176,294	\$169,862,383,471.71

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Aplicando la fórmula:

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} * \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r = \frac{5(\$172,621,077.20) - (870)(869,881.55)}{\sqrt{5(1,740) - (870)^2} * \sqrt{5(1,739,763.10) - (\$869,881.55)^2}}$$

$$r = 0.83$$

Lo que indica que existe una correlación directa entre las variables, es decir al aumentar el retiro de los trabajadores universitarios, aumentaran las salidas de dinero del Fondo Universitario de Protección (FUP) para llevar a cabo el pago correspondiente al tiempo de servicio

5. Estrategias de mercadeo

- a. Brindar servicios de mayor calidad, que logren cubrir con las exigencias y necesidades de cada trabajador universitario, a fin de lograr una mayor cobertura mercadológica y acercamiento con el cotizante.
- b. Distribuir medios publicitarios como afiches, carteles, y brochure, en lugares estratégicos como: en las carteleras de cada facultad así como también en alrededores de oficinas administrativas y área docente que permitan un mayor acercamiento al trabajador universitario.
- c. Proporcionar cambios y mejoras en los servicios que ofrece el Fondo universitario de Protección (FUP) con el propósito de brindar una mejor accesibilidad facilitando la utilización de los mismos.
- d. Realizar jornadas para cada servicio que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), donde el trabajador tenga la opción de acceder al uso de dichos servicios.

E. Mezcla de mercadeo

Está constituida por un conjunto de variables, las cuales han sido incluidas dentro del plan de mercadeo, y está compuesto por los elementos de producto, precio, plaza y promoción, que el Fondo Universitario de Protección (FUP) debe considerar con el propósito de fortalecer la cobertura mercadológica de sus servicios.

1. Producto/ Servicio

Para mejorar la cobertura mercadológica de los servicios se propone:

a. Diseño del logo

Generar un valor intangible mediante un logotipo, es de suma importancia para el Fondo Universitario de Protección (FUP), y se propone una gama de colores que da un significado y valor al cotizante, lo que logrará un mayor impacto en la cobertura y en el uso que el trabajador universitario realice de los servicios.

Figura n°4: Propuesta de logo



Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Significado del logotipo:

Corazón: Símbolo de vida, plenitud y amor, de color rojo que le aporta confianza, coraje, valentía y una actitud optimista ante la vida.

Familia: Se refiere a la unidad social, representada por la figura del padre de familia con un color azul el cual da un significado de utilidad, fuerza y fidelidad. Además la figura de la madre con un color morado el cual expresa la lealtad, sabiduría y éxito, y el hijo/a con un color amarillo el cual representa la felicidad, la alegría y el optimismo.

b. Diseño del eslogan.

Se propone un eslogan, que permita que el trabajador universitario se sienta más identificado e interesado en utilizar los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Figura n°5: Propuesta de eslogan



Fuente: Elaborado por el grupo investigador

2. Precio

Es importante tomar en cuenta la competencia que existe con otras instituciones financieras, manteniendo tasas de interés accesibles que permitan que el trabajador universitario haga uso de los servicios de créditos que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).

a. Tasas de interés bancarias.

Cuadro n°17: Tasas de interés bancarias

Años	Sep. 2017	Oct. 2017	Nov. 2017	Dic. 2017	Ene. 2018	Febr. 2018	Mar. 2018	Abr. 2018	May. 2018	Jun. 2018	Jul. 2018	Ago. 2018
Tasas de depósitos												
30 días	3.81	3.83	3.76	3.80	3.71	3.58	3.59	3.46	3.54	3.44	3.46	3.45
60 días	3.51	3.59	3.46	3.53	3.59	3.29	3.24	3.26	3.37	3.43	3.45	3.66
90 días	4.16	4.06	4.04	4.19	4.05	3.99	4.14	3.95	3.92	3.87	3.76	3.88
120 días	3.67	3.76	3.76	4.03	3.53	3.68	3.88	3.72	3.66	3.66	3.55	3.73
150 días	4.34	3.43	3.93	4.37	4.22	3.96	3.96	4.25	3.78	3.84	3.84	3.45
180 días	4.43	4.38	4.31	4.39	4.31	4.29	4.29	4.18	4.14	4.22	4.24	4.21
360 días	4.66	4.65	4.69	4.63	4.65	4.58	4.58	4.59	4.55	4.54	4.51	4.58
Tasas de préstamos												
Hasta un año plazo	6.41	6.51	6.66	6.65	6.53	6.54	6.55	6.42	6.53	6.57	6.59	6.68
A particulares	9.64	9.75	9.51	9.19	9.89	9.37	9.84	9.47	8.87	9.45	9.42	10.60
A empresas	6.36	6.39	6.44	6.55	6.40	6.44	6.56	6.37	6.52	6.56	6.59	6.61
A más de un año plazo	10.33	10.26	9.98	9.96	10.40	10.06	9.93	10.20	10.12	9.95	10.23	10.21
A particulares	11.48	11.43	11.22	11.37	11.37	11.32	11.35	11.26	11.20	11.22	11.28	11.12
A empresas	8.71	9.10	8.09	8.26	8.58	8.40	8.33	8.31	8.58	8.64	8.77	9.17
Para adquisición de vivienda	7.56	7.55	7.55	7.56	7.59	7.50	7.53	7.57	7.66	7.49	7.57	7.47
Préstamos interbancarios	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT	NT
Tasa de rendimiento de repartos (1-7 días plazo)	2.38	1.93	1.68	3.44	2.37	1.98	2.20	2.10	2.31	2.93	2.98	3.17

Fuente: Banco Central de Reserva. Tasa de interés mensual hasta agosto 2018.

3. Plaza (Canales de distribución)

El Fondo Universitario de Protección (FUP) utiliza el canal de distribución directo, el cual no requiere de intermediarios, ya que el servicio llega directamente al usuario, lo que le genera menos costos para su implementación.

Se propone la creación de una página web, con el fin de dar a conocer los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP), además de

poder tener acceso a ellos, ya que el cotizante podrá solicitar créditos desde la web, lo que beneficiara una mayor cantidad de trabajadores universitarios.

También se incluirá información sobre sus actividades, como calendarización de las diferentes campañas a realizar, fechas de préstamos, entre otra información de beneficio al trabajador.

La página web, puede ser creada por un colaborador del área de informática, lo que no generaría ningún costo de creación.

Figura n°6: Propuesta de canal de distribución

FUP EN LINEA

FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCION

PROTECCION Y BIENESTAR A TU ALCANCE



MISION

Somos una institución de protección social universitaria, orientada a brindar a los afiliados y grupo familiar un bienestar de calidad, mediante servicios de caracter economicos y de salud acorde a sus necesidades.

VISION

Ser el mejor sistema de protección social universitario, comprometido a brindar servicios de calidad a sus afiliados.

Todos nuestros servicios a tu alcance

- SERVICIOS MEDICOS
- SERVICIOS DE CREDITOS
- SERVICIOS DE DESPENSA FAMILIAR
- SERVICIO POR FINALIZACION LABORAL

Compartir esta página

- [Compartir en Facebook](#)
- [Compartir en Twitter](#)
- [Compartir en Google+](#)

Tu sitio web es gratuito.

Vamos a utilizar este espacio para un pequeño anuncio de SimpleSite. Así tu sitio web puede seguir siendo completamente gratuito.

Elimina anuncios con PRO

www.fupenlinea/ues.com

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

4. Promoción

Es necesario que el Fondo Universitario de Protección (FUP) haga uso de medios publicitarios atractivos con el propósito de influenciar en las decisiones del trabajador universitario en cuanto la utilización de los servicios.

Para lo cual proponemos los siguientes medios publicitarios:

a. Creación de brochure

El brochure servirá en primera instancia para identificar al Fondo Universitario de Protección (FUP). Los elementos gráficos, diseño, dimensiones y el concepto en general seleccionado para el brochure, permitirán reconocer al fondo y le otorgarán prestigio ante quienes reciban información mediante el empleo de este recurso.

Asimismo, el brochure tendrá funciones publicitarias e informativas puesto que permite promover los servicios de una manera elegante y creativa e igualmente brinda la oportunidad de informar sobre aspectos relevantes que quieren darse a conocer sobre la prestación de los servicios.

Se propone un broshure atractivo para los servicios que brinda el Fondo Universitario Protección (FUP), en el cual se visualice toda la información necesaria para que el trabajador universitario este enterado y conozca los requerimientos para el uso de dichos servicios.

Figura n°7: Creación de broshure



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FUP SERVICIOS 2019

Misión

Somos una institución de protección social universitaria, orientada a brindar a sus afiliados y grupo familiar un bienestar de calidad, mediante servicios de carácter económico y de salud acordes a sus necesidades.

Visión

Ser el mejor sistema de protección social universitario, comprometido a brindar servicios de calidad a sus afiliados.

Los servicios en despensa familiar que ofrece son:

- Que todo trabajador tendrá derecho a una orden de despensa por la cuantía que dependerá del monto líquido disponible en su última boleta de pago según los datos siguientes:

VALOR LIQUIDO	MONTO DEL VALE	VALOR CUOTA
•De \$140.00 a \$200.00	Hasta \$90.00	entre 2 \$45.00
•De \$201.00 a \$400.00	Hasta \$120.00	entre 2 \$60.00
•De \$401.00 a \$500.00	Hasta \$150.00	entre 2 \$75.00
•De \$501.00 a \$600.00	Hasta \$180.00	entre 2 \$90.00

Contáctenos:

Teléfonos: fax 2226-1905 y al 2511-2037

Ext: 2037 - 3060 (Clínica)

Correo electrónico: fup@ues.edu.sv

Página web: www.ues.edu.sv/fup

Facebook: www.facebook.com/FUPUES/



Los servicios en créditos que ofrece son:

- Prestaciones monetarias por trabajadores nombrados por Ley de Salarios o Contratos permanente, desde el primer año de laborar en la institución.
- Prestaciones monetaria a trabajadores de contratos eventuales, que tengan como mínimo dos año de trabajar en la institución.
- Prestamos de crédito de acuerdo al tiempo de servicio del cotizante.



Los servicios de salud que se ofrecen son:

- Atención médica especializada para los hijos de los trabajadores en las edades que comprenden de 0 a 21 años.
- Control infantil y consultas por enfermedad
- Exámenes de laboratorio realizados en bienestar universitario sin ningún costo
- Otorgamiento de medicamentos de calidad según necesidad posterior a la consulta
- Reintegro medico hospitalarios si en la institución pública



Los servicios en Prestaciones Económicas por finalización de relación laboral que ofrece son:

- Reintegro de las aportaciones del trabajador .
- Bonificación por el tiempo de servicio del trabajador en la Universidad de El Salvador.
- Compensación monetaria por el uso de sus aportes

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°18: Costo de brochure

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Brochure	1,600	\$0.35	\$560.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

b. Rediseño de afiches

Los afiches propuestos, contienen un texto relevante e interesante, con un lenguaje sencillo y preciso, lo que los hace de fácil lectura y a la vez ayudará a informar a los cotizantes sobre los diferentes requisitos y servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP). Se ha utilizado un color más vistoso, que mantendrá la atención de los cotizantes, e imágenes acordes a cada servicio, de manera que resulten más atractivos a la vista del trabajador universitario.

Figura n° 8: Afiche de servicios de salud

Universidad de El Salvador

Fondo Universitario de Protección

Informa

Que los servicios en Salud que ofrece son:

- Atención médica especializada para los hijos de los trabajadores en las edades que comprenden de 0 a 21 años.
- Control infantil y consultas por enfermedad
- Exámenes de laboratorio realizados en bienestar universitario sin ningún costo
- Otorgamiento de medicamentos de calidad según necesidad posterior a la consulta
- Reintegro medico hospitalarios si en la institución pública donde consulta lo requiere.



FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN



PROTECCIÓN Y BIENESTAR A TU ALCANCE

¡LOS ESPERAMOS!

REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN

- Boleta de pago reciente del trabajador universitario.
- Fotocopia de la partida de nacimiento del beneficiario.
- Foto reciente de estudio, si el paciente es mayor de 6 meses de vida.

HORARIOS DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES:
De 8:00 a.m. a 12:00 m.d
De 1:00 a 4:00 p.m.

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°19: Costo de afiches

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Afiches S	500	\$0.20	\$100.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Figura n° 9: Afiche de servicios de créditos

Universidad de El Salvador

Fondo Universitario de Protección

Informa

Que los servicios en CRÉDITOS en los cuales puede acceder son:

- Gastos de Emergencia: los cuales se concederán para gastos médicos, funerarios, escolares y otros que requieran atención inmediata.
- Prestación por Defunción: La prestación por defunción del trabajador universitario, por (\$700.00) que será entregada a los beneficiarios.
- Prestamos Personales: Pueden solicitar préstamos los trabajadores nombrados por Ley de Salarios o Contratos, cotizantes activos del Fondo, que tengan como mínimo un año de trabajo en la institución.



FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN



PROTECCIÓN Y BIENESTAR A TU ALCANCE

HORARIOS DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES:
De 8:00 a.m. a 12:00 m.d
De 1:00 a 4:00 p.m.

REQUISITOS PARA CRÉDITOS:

- Boleta de pago autorizada por Recursos Humanos para Oficinas Centrales o Administración Financiera en caso de Facultades, tanto deudor como codeudor, según el caso.
- Fotocopia DUI y NIT ampliadas a 150% a una sola cara, tanto deudor como codeudor, según el caso.
- Constancia de saldo firmada y sellada, en caso de cancelar obligaciones con otras instituciones financieras

¡LOS ESPERAMOS!

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°20: Costo de afiches C

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Afiches C	500	\$0.20	\$100.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Figura n° 10: Afiche de servicios de despensa familiar

Universidad de El Salvador

Fondo Universitario de Protección

Informa

Que los servicios en DESPENSA FAMILIAR que ofrece son:

- Que todo trabajador tendrá derecho a una orden de despensa por la cuantía que dependerá del monto líquido disponible en su última boleta de pago según los datos siguientes:

VALOR LIQUIDO	MONTO DEL VALE	VALOR CUOTA
De \$140.00 a \$200.00	Hasta \$90.00 entre 2	\$45.00
De \$201.00 a \$400.00	Hasta \$120.00 entre 2	\$60.00
De \$401.00 a \$500.00	Hasta \$150.00 entre 2	\$75.00
De \$501.00 a \$600.00	Hasta \$180.00 entre 2	\$90.00
De \$601.00 a más	Hasta \$210.00 entre 2	\$105.00



FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN



PROTECCIÓN Y BIENESTAR A TU ALCANCE

HORARIOS DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES:
De 8:00 a.m. a 12:00 m.d
De 1:00 a 4:00 p.m.

REQUISITOS PARA DESPENSA FAMILIAR

- Presentar la boleta de pago vigente, en caso de contrato presentar el acuerdo o contrato.
- Se otorgarán órdenes de despensa para ser recuperado en un máximo de 2 meses.
- Para otorgar una nueva orden de compra, el usuario podría hacer uso nuevamente del servicio cuando la última cuota se refleje en la boleta de pago del mes vigente

¡LOS ESPERAMOS!

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°21: Costo de afiches D

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Afiche D	500	\$0.20	\$100.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Figura n° 11: Afiche de prestaciones económicas

Universidad de El Salvador

Fondo Universitario de Protección

Informa

Que los servicios en Prestaciones Económicas por finalización de relación laboral que ofrece son:

- Reintegro de las aportaciones del trabajador .
- Bonificación por el tiempo de servicio del trabajador en la Universidad de El Salvador.
- Compensación monetaria por el uso de sus aportes



FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN



PROTECCIÓN Y BIENESTAR A TU ALCANCE

HORARIOS DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES:
De 8:00 a.m. a 12:00 m.d
De 1:00 a 4:00 p.m.

REQUISITOS PARA RECLAMO DE PRESTACIÓN ECONOMICA:

- Constancia de Tiempo de Servicio y descuento con el último salario devengado, Constancia de Salarios Devengados y Cotizados al FUP, licencias con y/o sin goce de sueldo, Misiones Oficiales, Sanciones, acuerdos de cambios de salario y sobresueldos y acuerdo que especifique la causa de cesación laboral, dichos documentos se obtienen con la ayuda de la Administración Financiera o RRHH de las Facultades.
- Copia del DUI y NIT del ex - trabajador legible.
- Solvencias originales de Tesorería UES, Administración Financiera de la Facultad y/o Unidad, Librería Universitaria Central y Local (Multidisciplinarias), Biblioteca Central y Local, Imprenta Universitaria.

¡LOS ESPERAMOS!

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°22: Costo de afiches F

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Afiches F	500	\$0.20	\$100.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

c. Creación de calendario.

La propuesta de un calendario para el Fondo Universitario de Protección (FUP) nace con la idea de lograr una mayor identidad del fondo con sus cotizantes. El uso de colores vistosos e imágenes que representan los diferentes servicios lograrán que sea más atractivo y más influyente en la percepción de los trabajadores universitarios.

Figura n° 12: Creación de calendario



Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°23: Costo de calendario

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Calendario	15	\$0.70	\$10.50

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

d. Elaboración de calendario de bolsillo

Con el propósito de lograr un mayor acercamiento con el trabajador universitario, se propone un calendario de bolsillo que resulte más práctico y que además este identificado con los colores y logo de Fondo Universitario de Protección (FUP) para generar un sentido de pertenencia e identificación en sus cotizantes.

Figura n° 13: Elaboración de calendario de bolsillo



Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°24: Costo de calendario B

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Calendario B	1,000	\$0.50	\$500.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

e. Creación de tarjeta de información.

Se propone una nueva forma de contacto, con el que los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) puedan llegar de una mejor manera al trabajador universitario, para ello se ha elaborado una tarjeta de información con la que se pretende un mayor impacto en la cobertura mercadológica.

Figura n° 14: Creación de tarjeta de información.



Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°25: Costo de tarjeta de información.

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Tarjeta	500	\$0.40	\$200.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

f. Elaboración de cartel

Se ha elaborado un cartel publicitario para el Fondo Universitario de Protección (FUP), en el cual se han colocado los diferentes servicios que ofrecen e información de gran importancia para los cotizantes. Además al contar con un tamaño de grandes dimensiones podrá ser apreciado por una mayor cantidad de trabajadores universitarios lo que generará un mejor alcance de los servicios y mayor interés por parte de los cotizantes.

Figura n° 15: Elaboración de cartel.

FONDO UNIVERSITARIO DE PROTECCIÓN
PROTECCIÓN Y BIENESTAR A TU ALCANCE

SERVICIOS DE SALUD

- Atención médica.
- Control infantil.
- Exámenes de laboratorio.
- Otorgamiento de medicamentos.

SERVICIO DE CRÉDITOS

Los créditos a los que puede acceder son:

- Préstamos de Emergencia.
- Préstamos Personales.
- Prestación por Defunción.

SERVICIO DE DESPENSA FAMILIAR

- La orden de despensa dependerá del monto líquido disponible en su última boleta de pago.

SERVICIO POR RETIRO LABORAL

- Reintegro de aportaciones.
- Bonificación por tiempo de servicio.
- Compensación monetaria por el uso de los aportes.

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

Cuadro n°26: Costo de elaboración de cartel.

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Cartel	50	\$0.60	\$30.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador.

F. Tipos de diseños utilizados en el Plan de Mercadeo.

Los tipos de diseños utilizados fueron:

1. Tipográfico:

Para crear un diseño se tienen como herramientas fundamentales: textos e imágenes.

Se ha propuesto imágenes y texto acorde para cada servicio que brinda el Fondo Universitario de protección (FUP), con el fin de que se logre un mayor impacto mercadológico en los trabajadores universitarios.

2. Publicitario:

Existen diferentes medios publicitarios que se pueden visualizar mediante diseños atractivos. Por ello se han propuestos afiches, brochure y carteles con colores e imágenes que logren captar la atención de los trabajadores universitarios, con la finalidad de lograr un mayor acercamiento y uso de los servicios que brinda el Fondo universitario de Protección (FUP).

3. Identidad corporativa:

El logotipo y eslogan son importantes para fortalecer la identidad de toda empresa, por lo cual se ha propuesto un nuevo diseño para cada uno de ellos, identificando la finalidad del Fondo Universitario de Protección (FUP) y que además resulte atractivo y simbólico a la percepción del trabajador universitario.

G. Plan de implementación

1. Actividades

Dentro de las actividades que se llevarán a cabo para la implementación del plan tenemos las siguientes:

a. Presentación del documento al gerente general del Fondo Universitario de Protección (FUP):

El grupo investigador elaborará un informe en el cual se presentará la importancia y utilidad del plan de mercadeo, así como también las actividades promocionales a desempeñar para llevar a cabo la ejecución del mismo.

b. Revisión y estudio del documento:

En esta fase, la gerencia hará las observaciones que considere convenientes sobre el documento, para luego ser corregidas.

c. Aprobación y autorización:

Después de haber revisado y realizado las correcciones respectivas, el Consejo Directivo aprobará la propuesta con la finalidad de dar continuidad al plan.

d. Ejecución del plan de mercadeo:

En esta etapa se pondrá en marcha el plan de mercadeo, el cual será ejecutado por la gerencia del Fondo Universitario de Protección (FUP), con el propósito de fortalecer cada uno de los servicios que brinda al trabajador universitario.

e. Evaluación y seguimiento:

Se efectuará una revisión semestral del plan de mercadeo y en el caso de que lo requiera, se realizarán las respectivas correcciones, para contribuir al logro de los objetivos establecidos.

2. Recursos

Es importante detallar los insumos principales para la implementación de la propuesta, entre los cuales se encuentran:

- a. Humanos:** Es necesario que se destine el personal idóneo para promocionar los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP) a través de los diferentes medios publicitarios, como los son: los brochure, afiches y las tarjetas de presentación.
- b. Tecnológicos:** Es recomendable el uso de sistemas informáticos, adecuados para la creación y manejo de sitios web, manteniendo una constante revisión y actualización de los servicios que brinda el Fondo Universitario de Protección (FUP).
- c. Financieros:** Es importante considerar un monto dentro del presupuesto del Fondo Universitario de protección (FUP), destinado a la implementación de medios publicitarios que permitan mayor alcance y cobertura mercadológica.
- d. Materiales.** Es indispensable la adquisición del equipo necesario como: computadoras e impresoras, que permitan brindar un mejor servicio dentro del Fondo Universitario de Protección FUP, también la utilización de redes informáticas como el internet, que permita agilizar los procesos de cada servicio y mejorar el desarrollo de la página web de FUP en línea.

3. Presupuesto

Este presupuesto, estará financiado a través del rubro destinado al área de publicidad del Fondo Universitario de Protección (FUP).

Cuadro n°27: Presupuesto de gastos

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Inicial
Brochure	1,600	\$0.35	\$560.00
Afiche S	500	\$0.20	\$100.00
Afiche C	500	\$0.20	\$100.00
Afiche D	500	\$0.20	\$100.00
Afiche F	500	\$0.20	\$100.00
Calendario	15	\$0.70	\$10.50
Calendario B	1,000	\$0.50	\$500.00
Tarjeta	500	\$0.40	\$200.00
Cartel	50	\$0.60	\$30.00
TOTAL			\$1,700.50

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

4. Cronograma del plan de implementación

Cuadro n°28: Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	Año 2019																												Responsable																				
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio					Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Presentación del documento a la gerencia del Fondo Universitario de Protección (FUP)	■	■	■	■																																									Grupo Investigador				
Revisión y estudio del documento					■	■	■	■																																					Gerencia del Fondo Universitario de Protección FUP				
Aprobación y autorización									■	■																															Consejo Directivo FUP								
Ejecución del Plan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerencia del Fondo Universitario de Protección FUP								
Evaluación y seguimiento																									■	■	■	■									■	■	■	■	Gerencia del Fondo Universitario de Protección FUP								

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Referencias bibliográficas

Libros

1. Ander Exequiel, "Introducción a la Planificación" Lumen Humanitas, 16° Edición Buenos Aires, año 2013
2. Emery James C, "Sistema de Planeamiento y Control en la Empresa", Edición El Ateneo, año 2001
3. Ferrell Michael d. Hartline, "Estrategias de marketing", 5° Edición, año 2012 México.
4. González Fernando Edmundo, "Mercadotecnia Estratégica", Universidad Nacional Autónoma de México, Primera Edición 2014, Pág. 34
5. Kotler, Armstrong, "Fundamentos de Marketing", Pearson Education, 11° edición. Año 2007 México.
6. Stanton William J, "Fundamentos del marketing" 11° edición editorial: ed. mc Graw Hill Año 2007

Trabajos de Investigación

Plan de Negocio para alcanzar el desarrollo y crecimiento económico de la Asociación Cooperativa de Producción Lorenzano municipio de San Lorenzo departamento de San Vicente. Claudia Menjivar, Sonia Alemán y Samuel Arévalo año 2017

Leyes

1. Constitución de la República de El Salvador.
Decreto Constituyente No. 38 en el diario oficial No. 234, Tomo No. 281 del 16 de diciembre de 1983.
2. Ley del Seguro Social
Decreto de Ley N° 1263 de fecha 13 de Diciembre de 1953 publicado en el Diario Oficial No. 226, Tomo 161
3. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones
Decreto Legislativo No. 927 de fecha 20.diciembre.1996 D. Oficial: No. 243 Tomo: 333, Publicado 23.diciembre.1996
4. Ley del Impuesto sobre la Renta
Decreto Legislativo Número 472 de fecha 19 de Diciembre de 1963, publicado en el Diario Oficial N° 241, Tomo 201 del 21 del mismo mes y año.
5. Código de Trabajo
Decreto Legislativo N° 15 de fecha 23 de Junio de 1972 publicado en el Diario Oficial No. 142, Tomo 236.)
6. Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.
Decreto Legislativo No. 597, del 29 de abril de 1999, publicado en el Diario Oficial No. 96, Tomo No. 343, del 25 de mayo de 1999.

7. Reglamento del Fondo Universitario de Protección del Personal de la Universidad de El Salvador. Diario Oficial No. 146, Tomo 304, del 11 de agosto de 1989.

Sitios Web

1. <http://www.ues.edu.sv/nuestra-universidad>
2. <http://www2.ues.edu.sv/fup/?q=resenia>
3. <https://www.emprendices.co/que-es-el-foda/>
4. <http://www.matrizfoda.com/dafo/>
5. <http://marketingup.com/tipos-de-diseno-en-marketing/>

Anexos

Anexo N° 1: Formato de cuestionario dirigido a los trabajadores cotizantes del Fondo Universitario de Protección (FUP) de la Universidad de El Salvador.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Cuestionario dirigido a trabajadores de la Universidad de El Salvador

Objetivo: Conocer la opinión del trabajador de la sede central de la Universidad de El Salvador acerca de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Estimado(a) Señor(a):

Somos estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, estamos realizando un estudio de mercado para el Fondo Universitario de Protección (FUP).

Le solicitamos contestar el siguiente cuestionario de la forma más objetiva posible, la información que proporcione será de estricta confidencialidad y de interés para la investigación.

Indicaciones: Por favor lea detenidamente cada pregunta, marque con una X la alternativa que considere conveniente.

Datos Generales.

- Género

Masculino

Femenino

- Rango de Edad

26 a 35 36 a 45 45 ó mas

- Estado Civil

Soltero(a) Casado(a) divorciado(a) Viudo(a)

Datos Específicos:

1. ¿Cuánto conoce usted sobre los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) hacia los trabajadores de la Universidad de El Salvador?

Poco

Mucho

Nada

¿Por qué? _____

2. A través de qué medios conoció sobre los diferentes servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP)

Carteles

Página web

Facebook

En las oficinas del FUP

Ninguno

Otros _____

3. ¿Con qué frecuencia visita el Fondo universitario de Protección FUP?

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Más de 6 meses

Nunca

4. De la siguiente lista de servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP) ¿Cuáles conoce?

Préstamos Personales

Prestamos de Defunción

Servicios Médicos

Despensa Familiar

Prestamos de Emergencia

Prestamos Económicos por finalización de relación laboral con la UES

Ninguno

5. Actualmente ha utilizado alguno de los servicios anteriormente expuestos:

Sí

No

Si su respuesta es SI especifique cual _____

6. ¿Cómo considera la calidad de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) hacia el trabajador universitario?

Excelente

Muy buena

Buena

Mala

¿Por qué? _____

7. ¿Qué tan satisfecho(a) está con los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

Muy satisfecho

Algo satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

8. ¿Cuál de los siguientes servicios que presta el Fondo Universitario de Protección (FUP) utiliza más?

Préstamos Personales

Prestamos de Defunción

Servicios Médicos

Despensa Familiar

Prestamos de Emergencia

Ninguno

9. ¿Cómo calificaría el tiempo de respuesta y la atención de los servicios que ofrecen en el Fondo Universitario de Protección hacia el trabajador?

Excelente

Muy buena

Buena

Mala

10. ¿Cuál de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección, ha logrado satisfacer sus necesidades?

Préstamos Personales

Servicios Médicos

Despensa Familiar

Prestamos de Emergencia

Ninguno de los anteriores.

11. ¿Considera de beneficio para los trabajadores, los servicios que se ofrecen en el Fondo Universitario de Protección?

Sí

No

¿Por qué? _____

12. ¿Su grupo familiar también se beneficia de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección?

Sí

No

Si su respuesta es No especifique ¿Por qué? _____

13. ¿Considera necesario innovar algunos servicios que presta el Fondo Universitario de Protección?

Sí

No

Si su respuesta es SI especifique cual _____

14. ¿Qué aspectos considera que debería mejorar el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

La atención al cotizante

La publicidad

La innovación en los servicios

La calidad

Ninguna

Otras _____

15. ¿A través de qué medios desearía conocer sobre los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP)?

Carteles

Página web

Facebook

Correo electrónico

Brochure

Otros _____

**¡¡ MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACION, QUE PASE
FELIZ DIA!!**

Anexo N° 2: Formato de entrevista dirigida a la Gerente del Fondo Universitario de Protección (FUP)



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



GUIA DE ENTREVISTA

Objetivo: Recopilar información relacionada al desarrollo de un plan de mercadeo que contribuya al fortalecimiento del uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección (FUP) en la Sede Central de la Universidad de El Salvador.

Un cordial saludo y deseándole éxito en sus labores, inicio la siguiente entrevista:

1. ¿Considera la necesidad de realizar un plan de mercadeo que contribuya a mejorar y a fortalecer el uso de los servicios que ofrece el FUP?

R. _____

2. ¿Qué aspectos considera necesario mejorar dentro del FUP a través del Plan de Mercadeo?

R. _____

3. ¿Cuáles son los servicios que necesitan una mayor cobertura?

R. _____

4. ¿Estaría de acuerdo a la innovación de algunos servicios, mediante el Plan de mercadeo?

R. _____

5. A su criterio, ¿En qué aspectos contribuiría el plan de mercadeo, en cuanto a los servicios?

R. _____

6. ¿Cuáles son los servicios que ofrece el FUP con mayor demanda?

R. _____

7. ¿Cómo calificaría la atención a los cotizantes que hacen uso de los servicios que ofrece el Fondo Universitario de Protección?

R. _____

8. ¿Cree que es necesario mejorar el tiempo de respuesta de atención que recibe cada empleado cotizante del FUP?

R. _____

9. ¿Para usted el FUP cubre con la mayoría de necesidades que el trabajador presenta durante su estancia laboral?

R. _____

10. ¿Cuáles son los servicios que necesitan de mayor atención, en cuanto al tiempo de espera que tiene para cada trabajador?

R. _____

11. ¿Cuáles aspectos considera que deba contener un plan de mercadeo?

R. _____

**¡¡ MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSA COLABORACION, QUE PASE
FELIZ DIA!!**