

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



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS
SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO
MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA).

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR

MAURICIO SALVADOR CALIXTO CRUZ
CLAUDIA MARITRIZ DÍAZ QUINTANILLA
MILAGRO DE JESÚS PAYÉS AMAYA

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

OCTUBRE 2007

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rectora

Dra. María Isabel Rodríguez

Secretaria General

Lic. Alicia Margarita Rivas Recinos

Decano

Lic. Emilio Recinos Fuentes

Secretaria

Lic. Vilma Yolanda Vásquez de Del Cid

Coordinador de Seminario

Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador

Lic. Alfonso López Ortiz

Docente Director

Lic. Mario Adalberto Machón Escoto

OCTUBRE 2007

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA.

RESUMEN

La realización del Estudio de Factibilidad fue posible gracias al convenio pactado entre las autoridades de la Escuela de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador y la Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE) la cual brinda apoyo la Alcaldía Municipal de Apopa en el área de asesoría a la microempresa, quienes han brindado su cooperación para el acceso a la información necesaria para la elaboración del presente Estudio de Factibilidad en el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA).

Entre los objetivos de la investigación tenemos el formular un diagnóstico de la situación actual del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) que facilite el desarrollo del Estudio de Factibilidad que contribuirá a determinar la conveniencia de ampliar la cobertura de los servicios brindados, además de elaborar una propuesta que sirva de guía para la ampliación de la Cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA).

La metodología utilizada en la investigación que se inicia con el Planteamiento del problema el cual manifiesta: ¿En qué medida un Estudio de Factibilidad determinará la ampliación de la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Así como, la delimitación del tema de investigación estuvo bajo los siguientes aspectos: inicialmente, la delimitación teórica la cual incluye necesario recurrir teoría del Estudio de

Factibilidad, la Cobertura, aspectos del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA), además de generalidades del Municipio de Apopa. Seguido de la delimitación Temporal, que se realizó en el período del 9 de junio al 30 de agosto de 2007 y finalmente la delimitación Espacial que se efectuó en el Municipio de Apopa.

En la investigación se utilizaron los siguientes métodos: deductivo, inductivo, Análisis y Síntesis.

Entre las principales conclusiones que se estructuraron después de la realización del diagnóstico del CDMA se planteo que: las mujeres apopenses mayores de 12 años tienen necesidades de capacitación insatisfechas, así como, el Centro actualmente no cuenta con el espacio físico suficiente para poder impartir las capacitaciones, además, el CDMA cuenta con poca cobertura dentro de su mercado meta a pesar que no posee una competencia directa. El CDMA es una unidad de apoyo al beneficio social, por lo tanto, su fin no es rentabilidad dado que un 66.67% de las mujeres beneficiadas por el CDMA recibieron de forma gratuita los servicios.

Por lo tanto, se establecieron recomendaciones como las que se mencionan a continuación: implementar la diversificación de los servicios que buscan satisfacer las necesidades de capacitación de las mujeres, mantener siempre una cuota voluntaria, ampliar la cobertura de servicios y Gestionar nuevos recursos con gobiernos internacionales el financiamiento para la compra de equipo tecnológico que permita brindar los servicios.

INTRODUCCIÓN

El presente "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)", se origina de un convenio pactado entre las Autoridades de la Universidad de El Salvador, a través de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de administración de Empresas y Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE), quienes apoyando a mujeres emprendedoras, con el propósito de generar mayores oportunidades de progreso dentro del país.

El Estudio de Factibilidad se ha desarrollado en el CDMA, el cual, se centra en atender a mujeres de escasos recursos económicos y violentadas, con el fin de brindarles conocimientos básicos que les ayude al desarrollo integral. La descripción y contenido de los capítulos que comprende el presente documento se detallan a continuación.

En el Capítulo I, Se detalla el marco de referencia del Municipio de Apopa, en donde la temática en estudio comprende elementos conceptuales de: Antecedentes, Historia, Ubicación Geográfica, Generalidades del Centro de Desarrollo de la Mujer (CDMA), Generalidades sobre Estudios de Proyectos y Generalidades sobre Cobertura.

En el Capítulo II, se presenta la investigación de campo sobre los servicios ofrecidos por el CDMA. Por lo tanto, a través del uso de entrevistas y cuestionarios dirigidos a diferentes muestras, de diversos universos, se recopiló la información pertinente para el procesamiento, tabulación e interpretación de datos, permitiendo la elaboración del diagnóstico de dicho Centro.

Con base a lo anterior, se elaboró el diagnóstico de la situación actual de la cobertura de los servicios ofrecidos por el CDMA, para luego enunciar conclusiones y recomendaciones apropiadas al tema en estudio.

Finalmente, en el Capítulo III se presenta la propuesta sobre los servicios ofrecidos, la cual contiene: La Factibilidad de Mercado, Factibilidad Técnica, la Evaluación Económica y Financiera, Factibilidad Económica Social y Generalidades de la ampliación de la Cobertura la cual presenta la Matriz de expansión del Producto-mercado y El Plan de Trabajo para lograr la ampliación.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

GENERALIDADES SOBRE EL MUNICIPIO DE APOPA, LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE APOPA, EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER, ESTUDIOS DE PROYECTOS, FACTIBILIDAD Y COBERTURA.

A.	MARCO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE APOPA	1
1.	ANTECEDENTES	1
2.	HISTORIA	2
3.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	3
4.	MARCO LEGAL	3
B.	GENERALIDADES DEL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER	4
1.	ANTECEDENTES	4
2.	INSTITUCIONES DE APOYO	5
C.	GENERALIDADES DE PROYECTOS	6
1.	CONCEPTO	6
2.	IMPORTANCIA	6
3.	CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO	7
a.	Generación de la idea	7
b.	Preinversión	8
1)	Perfil	8
2)	Prefactibilidad	8
3)	Factibilidad	9
c.	Inversión	9
d.	Operación	9
4.	ESTUDIO DE MERCADO	10
a.	Definición	10
b.	Mercado	12
1)	Definición de mercado	12
2)	Demanda	12
3)	Oferta	13

4)	Segmentación de mercado	14
5)	Mercado meta	15
c.	Mezcla de Comercialización	16
1)	Producto o servicio	16
a)	Identificación del bien o servicio	17
2)	Precio	17
3)	Plaza o canales de Distribución	17
a)	Estructura de los canales de comercialización	18
4)	Promoción	20
d.	Matriz BCG de participación de crecimiento	20
5.	ESTUDIO TÉCNICO	22
a.	Definición	22
b.	Localización del Proyecto	22
c.	Tamaño del proyecto	24
d.	Ingeniería del Proyecto	25
e.	Distribución de la Planta	25
f.	Obtención de Recursos	26
g.	Proceso de Producción	26
6.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	26
a.	Estudio Económico	26
1)	Definición de inversión	28
2)	Capital de Trabajo	28
3)	Financiamiento	29
b.	Evaluación Financiera	29
1)	Valor Actual Neto (VAN)	31
2)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	31
7.	EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL	32
D.	GENERALIDADES SOBRE COBERTURA	33
1.	DEFINICIÓN	33
2.	PENETRACIÓN DEL MERCADO	34
3.	DESARROLLO DEL MERCADO	35
4.	DESARROLLO DEL PRODUCTO	35
5.	DIVERSIFICACIÓN	35
6.	LA ESTRATEGIA DEL MARKETING EN EL SECTOR SERVICIO	36
a.	Posicionamiento actual (Identificación)	36

b.	Posicionamiento Ideal	36
1)	Posicionamiento Ideal del consumidor	37
2)	Posicionamiento Ideal de la empresa	37
c.	Posicionamiento Deseado	37
A.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)	38
1.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	38
a.	Planteamiento del problema	38
b.	Delimitación del tema	38
1)	Teórica	39
2)	Temporal	39
3)	Espacial	39
c.	Métodos de la investigación	39
1)	Método deductivo	39
2)	Método inductivo	40
3)	Análisis	40
4)	Síntesis	40
d.	Tipo de investigación	41
e.	Tipo de diseño de la investigación	41
f.	Unidades de análisis	41
g.	Técnicas e instrumentos de investigación	42
1)	La entrevista	42
2)	La encuesta	42
h.	Fuentes de información	43
1)	Fuentes Primarias	43
2)	Fuentes Secundarias	44
i.	Delimitación del universo y muestra	44
1)	Universo	44
2)	Muestra	45
j.	Tabulación y análisis de datos	49
k.	Limitantes de la investigación	49
B.	TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS	51

1.	ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA DEL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER (CDMA)	51
2.	ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES DE LA GERENCIA ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE APOPA	63
3.	ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES APOPENSES MAYORES DE 12 AÑOS DE EDAD	68
4.	ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES BENEFICIADAS QUE HAN SIDO CAPACITADAS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)	71
5.	ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES QUE SE ESTÁN CAPACITANDO EN EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)	76
C.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	80
6.	ESTUDIO DE MERCADO	80
a.	Análisis de la Demanda	80
b.	Análisis de la Oferta	81
1)	Factores Internos	81
2)	Factores Externos	82
c.	Análisis del Segmentación de mercado	83
d.	Análisis del Mercado meta	83
e.	Mezcla de Comercialización	83
1)	Identificación y descripción de los Servicios	83
a)	Análisis de los servicios ofrecidos por el CDMA	87
2)	Análisis del Precio	88
3)	Análisis de los canales de Distribución	88
4)	Análisis de la Promoción	89
7.	ESTUDIO TÉCNICO	89
a.	Localización del Proyecto	89
1)	Macro localización o Localización general	90
2)	Micro localización o Localización Específica	91
a)	Infraestructura disponible	91
b)	Acceso al local	92
c)	Disponibilidad de servicios básicos	92
b.	Tamaño del proyecto	93
c.	Ingeniería del Proyecto	93
d.	Distribución actual de las instalaciones del CDMA	93

e.	Equipo y Herramientas	95
f.	Obtención de insumos	95
8.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	96
a.	Estudio Económico	96
1)	Valorización de la Inversión Actual	96
2)	Capital de Trabajo	96
3)	Financiamiento	96
b.	Evaluación Financiera	97
1)	Flujo de Caja	97
a)	Ingresos del proyecto	97
b)	Egresos del proyecto	98
2)	Métodos de análisis para comprobar la rentabilidad económica del estudio	99
a)	Valor Actual Neto (VAN)	99
b)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	99
c)	Relación costo beneficio	100
9.	EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL	101
10.	GENERALIDADES SOBRE COBERTURA	101
a.	Matriz de expansión del producto-mercado	102
11.	LA ESTRATEGIA DEL MARKETING EN EL SECTOR SERVICIO	103
a.	Posicionamiento actual (identificación)	103
b.	Posicionamiento Ideal	103
1)	Posicionamiento Ideal del consumidor	103
2)	Posicionamiento Ideal de la empresa	103
c.	Posicionamiento Deseado	104
D.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
1.	CONCLUSIONES	104
2.	RECOMENDACIONES	105
A.	PROPUESTA SOBRE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)	107
1.	OBJETIVO DE LA PROPUESTA	107
2.	FACTIBILIDAD DE MERCADO	108
a.	Matriz de Crecimiento-participación	108
b.	Demanda	110

1)	Análisis de la Demanda Potencial	110
a)	El período de años a proyectar	110
b)	Innovación del servicio	110
c)	La capacidad Instalada	111
d)	Participación en Talleres Anteriores	111
e)	Nivel de deserción	111
f)	Servicio complementarios	111
g)	Talleres que se imparten fuera del Centro	112
2)	Proyección de la Demanda	112
c.	Oferta	114
d.	Segmentación de mercado	114
e.	Mercado meta	115
f.	Mezcla de Comercialización	115
1)	Servicios	115
a)	Propuesta de Servicios	115
2)	Precio	116
3)	Canales de Distribución	116
4)	Promoción	116
3.	FACTIBILIDAD TÉCNICA	118
a.	Localización del Proyecto	118
b.	Tamaño del proyecto	119
1)	Capacidad Diseñada Proyectada	120
2)	Capacidad Instalada Proyectada	120
c.	Ingeniería del Proyecto	120
1)	Generalidades de la Ingeniería del Proyecto	121
2)	Descripción del proyecto	123
3)	Objetivos del Proyecto Propuesto	123
4)	Costo del Proyecto Propuesto	124
5)	Identificación de beneficiarios del Proyecto Propuesto	124
d.	Distribución de las instalaciones del CDMA	125
e.	Equipo y Herramientas	125
f.	Obtención de insumos	125
4.	EVALUACIÓN ECONÓMICO Y FINANCIERO	126
a.	Estudio Económico	126
1)	Valorización de la Inversión a realizarse	126
2)	Capital de Trabajo	126

3)	Financiamiento	127
a)	Fuentes de Financiamiento	127
4)	Flujo de Efectivo	128
b.	Evaluación Financiera	130
1)	Valor Actual Neto (VAN)	130
2)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	130
3)	Relación costo beneficios	131
5.	FACTIBILIDAD ECONÓMICA SOCIAL	132
a.	Sin Propuesta	132
b.	Con Propuesta	132
6.	GENERALIDADES SOBRE COBERTURA	134
a.	Matriz de expansión del producto-mercado	134
b.	Plan de Trabajo para Lograr la ampliación de la cobertura de los servicios del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)	135
1)	Metas de Enero a Diciembre	135
2)	Objetivos	135
3)	Indicadores de logros	136
4)	Actividades a realizar de enero a diciembre	137
5)	Estrategias a implementar para lograr la ampliación de la cobertura del CDMA	137
6)	Cronograma de actividades para la ampliación de la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer Apopa (CDMA)	139
7)	Calendarización de talleres y formación personal hacia las mujeres del municipio Formación Técnica	143
8)	Formación De Desarrollo Integral Política Ideológica	146
9)	Capacitación Modular de Líderes para el Desarrollo Comunitario	146
10)	Programa de Líderes	146
B.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	147

Anexos

CAPÍTULO I

GENERALIDADES SOBRE EL MUNICIPIO DE APOPA, LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE APOPA, EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER, ESTUDIOS DE PROYECTOS, FACTIBILIDAD Y COBERTURA

A. MARCO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE APOPA

1. ANTECEDENTES

En Apopa, como en otros municipios del país y del área Metropolitana de San Salvador, incide la participación de las mujeres en el desarrollo local, ya que no existen condiciones para minimizar el impacto de la carga doméstica y laboral. En función de la participación ciudadana, la municipalidad ha adoptado la zonificación del municipio como un mecanismo de participación ciudadana, que busca articular de manera más amplia las organizaciones comunales.

Por otro lado, Apopa cuenta con 8 cantones, El Ángel, Guadalupe, Joya Galana, Las Delicias, Suchinango, Tres Ceibas, San Nicolás y Joya Grande. Además cuenta con 38 caseríos, 31 Urbanizaciones, 38 Colonias, 49 Lotificaciones, 12 Comunidades, 7 Residenciales y 4 parcelaciones, haciendo un total de 182 asentamientos poblacionales.

Por las condiciones sociales y económicas que presenta el municipio es preciso, al momento de definir políticas de desarrollo local, analizar las influencias que las transformaciones económicas, sociales, políticas han tenido para determinar la situación social actual de las mujeres con ello se

puede diferenciar, las actividades que desarrollan hombres y mujeres y fundamentalmente, considerar dentro de esta diferencia, el trabajo extra-doméstico.

2. HISTORIA

Apopa es un centro poblacional muy antiguo, existía a la llegada de los conquistadores españoles en Siglo XVI, el cual estaba conformado por Población Pipil Precolombina, en 1740 se llamaba Santa Catarina Apocapa. Apopa del Nahuatl significa "Vapor de agua", "Ciudad de las nieblas" proviene de las raíces "po" "pociti"; vapor, humo "a", "at" Agua, "pa" sufijo.

El 18 de marzo de 1892, entró a formar parte del nuevo distrito de Tonacapeteque. Durante la administración de don Jorge Meléndez y por Decreto legislativo del 9 de junio de 1921, se confirió el título de ciudad a la villa de Apopa, "en premio del estado de progreso en que se encuentra, debido al esfuerzo patriótico de sus habitantes". Su división política administrativa la conforman 8 cantones y 53 caseríos que configuran su ámbito rural.

Desde 1969, los Planes de Desarrollo Urbano ya contemplaban el valle de Apopa como una zona prioritaria para proyectar el crecimiento y la expansión del Área Metropolitana de San Salvador en la década de 1980-1990. El Plan de Desarrollo Metropolitano, Metroplan 80, consideró al municipio de Apopa como parte integrante de lo que se denominó la región Metropolitana, la que comprende cuatro agrupaciones adicionales de municipios adyacentes al Área Metropolitana conformada por 10 municipios y la primera de estas cuatro agrupaciones son: los

"Municipios Norte", que incluía Apopa, Nejapa, y Quezaltepeque".¹

3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Apopa cuenta con una extensión territorial de 51.84 Km². Está ubicada a 12 Km. al norte de la Ciudad de San Salvador, a una altura promedio de 435 MSNM, limitando al norte con el Municipio de Guazapa, al Sur Con el Municipio de Ciudad Delgado, al Oriente con el Municipio de Tonacatepeque y al Poniente con el Municipio de Nejapa²,(ver Anexo 1).

4. MARCO LEGAL

Dentro del ámbito municipal, su organización consiste en un conjunto de disposiciones administrativas, mecanismos operativos en el que se fundamentan el establecimiento de la estructura organizativa (ver Anexo 2), las funciones y la descripción de puestos.

La base legal de las municipalidades está sustentada en la Constitución de la República, el Código Municipal, y las Normas Técnicas de Control Interno.

La normativa fundamental que rige el accionar municipal es el Código Municipal de El Salvador, dentro de él se facultan el objeto de aplicación, conceptos, competencias, organización, gobierno, instrumentos jurídicos y demás atribuciones referentes a la hacienda pública municipal.

¹ Fuente: Alcaldía Municipal de Apopa.

² <http://alcaldiadeapopa.spaces.live.com/>

Así mismo, El municipio es la unidad política administrativa primaria dentro de la organización estatal, establecida en un territorio determinado que le es propio organizado bajo un ordenamiento jurídico que garantice la participación popular en la formación y conducción de la sociedad local.

B. GENERALIDADES DEL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER

1. ANTECEDENTES

El Centro de Desarrollo de la Mujer de Apopa (CDMA) es una nueva unidad municipal que se formó con el fin de promover las habilidades, capacidades y destrezas de la mujer Apopense, para fortalecer su desarrollo económico, social y político a nivel personal y familiar.

El Centro de Desarrollo de la Mujer de Apopa (CDMA) es un centro con enfoque de género que se apertura el 1º de mayo de 2006 con la gestión 2006-2009 de la Alcaldía Municipal de Apopa; aunque el programa existía desde el año 2005 bajo la dependencia de la Comisión de Desarrollo local que se encargaba de todo el aspecto social, en ese mismo año se da la reforma del Código Municipal en el cual se institucionaliza la equidad de género con el objetivo firme que la mujer Apopense tenga una mayor participación y liderazgo dentro de las instituciones.

Por otro lado, en un principio se contó con el apoyo de la iglesia católica bajo el respaldo del Concejo Municipal tratando de dar cobertura a todo el Municipio y ofrecían los servicios que comenzaban con educación en género, sexo, autoestima y valores para posteriormente recibir capacitación en las áreas de floristería, carteras, hamacas, panadería. Estos servicios han ido en aumento sin embargo, el centro pretende seguir creciendo.

2. INSTITUCIONES DE APOYO

El Centro de Desarrollo de la Mujer de Apopa (CDMA) es una institución que en la actualidad se encuentra trabajando en coordinación con varias instituciones. Todas estas instituciones apoyan al CDMA en su labor de promover y potenciar el liderazgo femenino, a través de fomentar en las comunidades la participación y el protagonismo en el desarrollo integral de la mujer, por lo tanto, encontramos como fortaleza el beneficio social que obtienen las mujeres del municipio, pero a la vez se enfrenta a la limitación de escasos recursos y poca cobertura de los servicios ofrecidos.

Entre las instituciones se encuentran Entidades de Apoyo:

Institución	Área de Apoyo
FADEMYPE: Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.	Autodesarrollo de la micro y pequeña empresa en El Salvador.
FUNSALPRODESE: Fundación Salvadoreña para la Promoción Social y Desarrollo Económico.	Salud Sexual, Reproductiva y Salud Mental.
IMU: Instituto de la Mujer.	Derecho de las mujeres.
PROCOMES: Proyectos Comunales de El Salvador.	Planificación para impartir capacitaciones en comunidades.
MÉLIDAS: Mélida Anaya Montes	Acompañamiento y ayuda en asociatividad.
PNC: Policía Nacional Civil.	Asesoría en casos de mujeres violentadas físicamente.
Fiscalía General de la República	Asesoría en casos de mujeres violentadas físicamente.
Procuraduría General de la República	Apoyo en la gestión de la cuota alimenticia.

C. GENERALIDADES DE PROYECTOS

1. CONCEPTO

Según Gabriel Baca Urbina, proyecto es "la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana"³. "Proyecto, es una inversión planeada de una actividad, con el objeto de crear o ampliar una empresa o institución para producir bienes o servicios"⁴

En la búsqueda de información necesaria y útil para la toma de decisiones de cómo asignar eficientemente los recursos generalmente escasos ya sea en la creación de nuevas empresas o de mejoramiento dentro de ellas la finalidad de los proyectos de inversión como documento de análisis, es aportar los elementos de juicio para tomar la decisión sobre la ejecución o el apoyo que deba prestársele para su realización.

2. IMPORTANCIA

La importancia consiste en la profundidad con la que se haga el estudio de los diversos aspectos que involucra la toma de decisiones para invertir, genera información que sirve de apoyo a la actividad gerencial por lo tanto, los proyectos de inversión son un modelo que facilita la comprensión del comportamiento simplificado de la realidad que permiten preparar un documento que sirva de base para llevar a cabo, proponer o rechazar la ejecución de determinado proyecto.

³ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de Proyectos", Mc Graw Hill, México, 2006, Pág.2

⁴ Cañas, Balbino, "Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos", 3ª Edición 2001, El Salvador.

3. CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO

En el ciclo de vida del proyecto se señala las diferentes etapas que recorre un proyecto en el tiempo, es decir, desde que se concibe la idea hasta que se materializa en una obra o acción concreta, en el cual se identifican cuatro etapas básicas: generación de la idea, los estudios de preinversión para medir su conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación⁵.

a. Generación de la idea

Corresponde al proceso sistemático de búsqueda de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa y que surge de la identificación de opciones de problemas e ineficiencias internas que pueden existir o de formas de enfrentar las oportunidades de negocios que se podrían presentar.

En esta primera etapa se necesita amplia información sobre el sector económico y geográfico donde se insertará el proyecto en la cual se obtiene la visión de los recursos disponibles por lo cual, es necesario plantearse una serie de interrogantes antes de seguir adelante.

En resumen, la idea tiene por objeto clarificar una opción que se presenta entre muchas, para atender una necesidad o aprovechar una oportunidad, teniendo en cuenta aspectos

⁵ Sapag Chain, Nassir, "Evaluación de proyectos de inversión de la empresa", Pearson, Argentina, 2003, pág. 26.

económicos, técnicos, institucionales, ambientales, sociales y financieros⁶

b. Preinversión

Corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos, la que se desarrolla en tres formas que dependen de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, prefactibilidad, factibilidad.

1) Perfil

En el perfil se proporciona información muy general sobre los proyectos el cual no demanda mucho tiempo, Según Nassir Sapag Chain (2003), se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o en cifras estimativas, en esta fase se determina se existen antecedentes que justifiquen abandonar el proyecto sin efectuar mayores gastos futuros. Por otra parte reduce las opciones de solución seleccionando las más convenientes.

2) Prefactibilidad

Se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, proporcionando un mayor grado de detalle de aspectos de consumo, técnicos financieros, institucionales y administrativos, por lo cual se espera mejorar el nivel de información para tomar una única alternativa.

⁶ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación", MM Editores, 4ª Edición, Colombia, 2003, Pág.37

3) Factibilidad

Para Gabriel Baca Urbina (2006), este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, la tecnología que se empleará, la determinación de los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto para apoyar las inversiones para tomar sus decisiones.

Es un trabajo inteligente en el que concurren talentos diferentes especializados en las diversas áreas según la magnitud y complejidad, lo que supone altos costos y tiempo suficiente para su realización⁷.

c. Inversión

Una vez el proyecto ha sido suficientemente estudiado y se ha determinado su conveniencia se aprueba su inversión y corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializa todas las inversiones previas a su puesta en marcha

d. Operación

Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución, es decir, cuando el proyecto está listo para operar y se movilizan recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos para llevar a cabo la obra necesaria para la producción de un bien o prestación de un servicio la cual debe basarse en criterios técnicos-económicos que conduzcan a maximizar el valor de los beneficios netos del proyecto (VBN).

⁷ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de proyectos, Identificación-Formulación- Evaluación", MM Editores, Colombia, 2003, Pág.37

4. ESTUDIO DE MERCADO

Los estudios para la evaluación de proyectos son secuenciales y forman un proceso que conlleva a la toma de decisiones, de continuar o no con la formulación del proyecto. Entonces, si al finalizar el estudio de mercado se concluye que si no hay demanda para un bien o servicio determinado; ya no tiene sentido continuar con el siguiente estudio, por lo tanto cada fase de análisis constituye un elemento de toma de decisiones para el uso eficiente y eficaz de los recursos.

El Estudio de Mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a éste. Entre ellas podemos mencionar: los niveles de ingresos de las mismas, el precio de los productos competitivos, el precio de los bienes complementarios, los hábitos de consumo, etc.

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

a. Definición

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización⁸. Al final del estudio se podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con relación a un nuevo servicio y con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

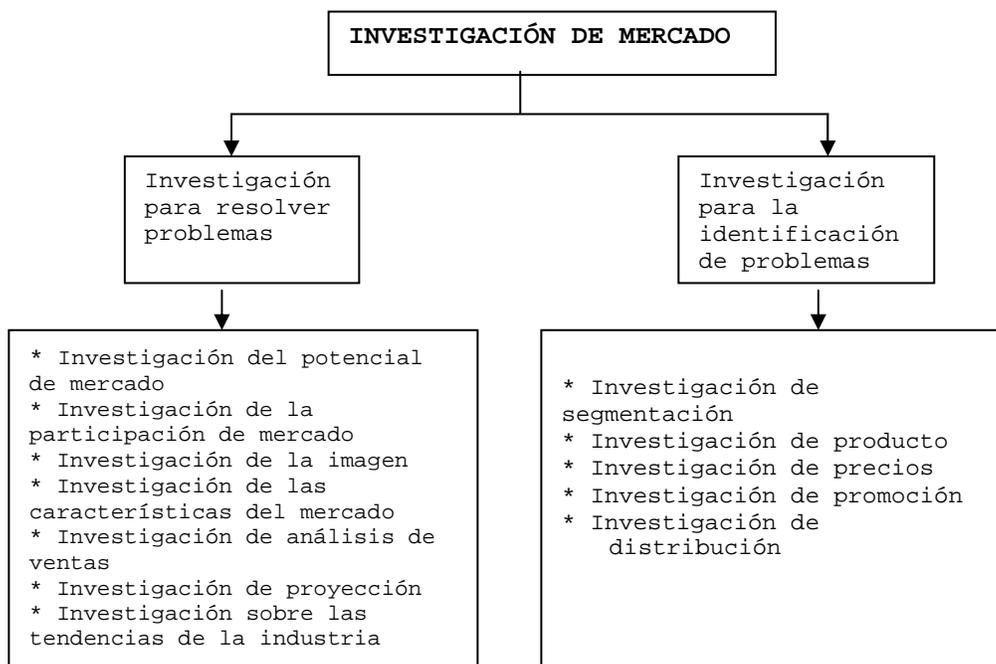
⁸ Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Editorial McGraw Hill, México, 2006, Pág.7

La clasificación de los diferentes tipos de investigación) de mercados es (ver esquema No 1):

Investigación para la identificación de problemas:

Se lleva a cabo para ayudar a identificar problemas que no necesariamente son visibles y sin embargo existen, o al parecer pueden surgir en el futuro⁹.

Esquema No 1: La clasificación de los diferentes tipos de investigación.



Siguiendo el esquema N° 1 para efectos de este trabajo, se utilizará la sección relacionada con la investigación para resolver problemas que es una investigación que se lleva a cabo para ayudar a resolver problemas específicos de mercadotecnia¹⁰.

⁹ Malhotra, Naresh K., "Investigación de Mercados", 2ª Edición, Editorial Pearson Education, 1997, Pág. 9.

¹⁰ Ibíd. 8 pág. 10.

b. Mercado

1) Definición de mercado

Un mercado es un conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Esos compradores comparten una necesidad o deseo dado que se puede satisfacer mediante intercambio y relaciones¹¹.

El tamaño de un mercado depende del número de personas que sienten la necesidad, cuentan con el recurso para realizar intercambios, y están dispuestos a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean.

2) Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado¹².

En efecto el estudio cubre no solo la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se pueden estimar, con base a los datos del pasado y de otros elementos cualitativos que puedan aportar nuevas luces al respecto. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se supone afectan el comportamiento de la demanda.

Se trata de enunciar y explicar las características generales que definen y limitan el mercado que será atendido mediante los bienes y servicios a ofrecer. Esto supone la determinación de la zona geográfica en donde se ubican los potenciales demandantes

¹¹ Philip Kotler, Marketing, 8ª edición, México, 2001, Pág. 9.

¹² Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Editorial McGraw Hill, México, 2006, Pág.17

que poseen el deseo o la necesidad, capacidad de pago y la decisión de adquirirlo.

La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. El objetivo del análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre.

a) Proyección de la demanda

Concepto de Proyección: Es un método mediante el cual se intenta conocer el comportamiento futuro de alguna variable con algún grado de certeza¹³.

Para determinar la proyección de la demanda se puede utilizar el método incremental el cual consiste en la determinación de los datos de un periodo futuro, en base a la medida de incremento que se sucede en los periodos de datos anteriores, los cuales se toman de referencia. Se trabaja con términos relativos (porcentuales), para poder aplicar la media aritmética porcentual de los periodos en referencia, como se detalla en la formula siguiente:

$$Y_{\text{año promedio}} = Y_{\text{año anterior}} + (Y_{\text{año anterior}} * \Delta_{\text{incremento}})$$

3) Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicio que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición

¹³<http://www.upseros.com/fotocopiadora/ficheros/Analisis%20y%20Diseno%20de%20Sistemas%20de%20Informacion/Pronostico%20de%20Costos.pdf>

del mercado a un precio determinado¹⁴. No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, ya que en algunas ocasiones se constituye en un arma poderosa para competir en el mercado; sin embargo, a través de algunos mecanismo indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

La oferta es también una variable que depende de otras, tales como: los costos y disponibilidad de los insumos, las restricciones determinadas por el gobierno, los desarrollos tecnológicos, las alteraciones del clima, los precios los bienes sustitutos y complementarios, la capacidad instalada de competencia, etc.

4) Segmentación de mercado

Todos los mercados están compuestos por una serie de submercados o "Segmentos" de consumidores que tienen entre ellos características comunes de tipo geográfico, psicológico, económico, étnico, cultural, etc.

De lo anterior se desprende que el propósito de la segmentación es detectar la posible demanda en el mayor nivel de detalle posible, con el fin de identificar la forma como se deben identificar la forma como se deben orientar los esfuerzos en la

¹⁴Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Editorial McGraw Hill, México, 2006, Pág.48

satisfacción de la necesidad de cada uno de los grupos inferiores que componen la demanda global.

La "Segmentación" del mercado permite, entonces, organizar y clasificar la demanda de acuerdo a ciertos y determinados atributos; en efecto, ese proceso nos conduce a conocer entre otros:

- El número actual de demandantes.
- El número potencial de compradores del bien o servicio.
- Los lugares donde suelen hacer las compras los consumidores (Zonas urbanas, zonas rurales, grandes supermercados, pequeños expendios, tiendas virtuales, si el bien o servicio entrega a nivel domiciliario).
- La ubicación geográfica de los productores y distribuidores.
- Frecuencia con que se efectúa la compra (mensual, semanal, diaria).
- Motivación y actitudes con respecto a la mercadería adquirida, el ritual de compra.
- Indicadores de cambio en los hábitos de compra. Características de los compradores o usuarios (edad, sexo, raza, nivel de ingreso, tamaño de la familia, etc.)

5) Mercado meta

Es la elección del segmento o de los segmentos de mercado hacia los cuales se busca orientar el producto o servicio. Las pautas que dictan como será la determinación del segmento que posteriormente se convertirá en el mercado meta son¹⁵:

- Los mercados deben ser compatibles con las metas e imagen de la organización.
- Adecuar a los recursos de la organización la oportunidad de mercado representada por los segmentos identificados.
- La organización debe buscar mercados que generen un volumen suficiente de ventas a un costo lo bastante bajos para que reporte utilidades.
- La organización deberá buscar un mercado donde haya menos competencia.

c. Mezcla de Comercialización

Es la actividad diseñada para facilitar el intercambio, con el objetivo de satisfacer las necesidades humanas¹⁶. Para una empresa es un conjunto de actividades comerciales orientadas a: producir, establecer precios, promover y distribuir productos que satisfagan las necesidades de los mercados meta, para alcanzar los objetivos de la empresa, sean éstos con o sin fines de lucro.

1) Producto o servicio

Para conocer la naturaleza de un producto es un requisito indispensable especificar sus características correspondientes. Según Balbino Cañas (2001), en un estudio de factibilidad debe de: "nombrar el bien o servicio que se piensa elaborar u ofrecer, ya sean productos manufacturados, servicios de reparación, construcción de casa, o infraestructura que se piensa desarrollar".

¹⁵ Stanton Etzel, Walter, "Fundamentos de Marketing", 11ª Edición, Editorial Mc Graw Hill, 1999, pág. 187-188.

a) Identificación del bien o servicio

Se debe detallar todas las características que componen al producto, es decir, que el bien o servicio debe explicarse en qué consiste para poder llamar la atención a los posibles usuarios. Es importante introducir todas las características que exige el contratista o comprador¹⁷

2) Precio

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios un precio es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o usar el producto o servicio¹⁸.

Es el único elemento de la mezcla de comercialización que produce ganancias, todos los demás elementos representan costos. El precio se puede modificar rápidamente al mismo tiempo, la fijación de precios y la competencia de precios son el problema número uno que enfrentan los ejecutivos de marketing.

3) Plaza o canales de Distribución

Señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final.

Este proceso incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los

¹⁶ Stanton Etzel, Walter, "Fundamentos de Marketing", 11ª Edición, Editorial McGraw Hill, 1999, pág. 26.

¹⁷ Cañas Martínez, Balbino Sebastián, "Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos", 3ª Edición, 2001, El Salvador, Pág. 18.

usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad. La importancia del estudio de la comercialización variará dependiendo del producto, si es de consumo final, intermedio o de capital.

El canal de comercialización o distribución, es el camino que recorre un bien o servicio desde el productor hasta el consumidor¹⁹.

a) Estructura de los canales de comercialización

Para conocer mejor los procesos que se dan en la comercialización de un bien o servicio se utiliza de un conjunto de relaciones organizacionales entre los productores, los intermediarios y los usuarios finales. Estas relaciones corresponden a las llamadas estructuras de canales y toma variadas formas dependiendo de las condiciones específicas como se presente la organización del mercado:

- Relación directa entre productor y consumidor.
- Del productor al detallista y éste al consumidor.
- Del productor al mayorista, de ésta a minorista y luego al consumidor.
- Del productor al agente intermediario, de éste al mayorista, de éste al minorista y finalmente al consumidor.

Selección de canales de comercialización.

¹⁸ Kotler, Philip, "Marketing", Octava Edición, Editorial Prentice Hall, 2001, Pág. 317.

¹⁹ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación", 4ª Edición, Colombia, 2003, Pág. 110.

Cuando se trabaja a nivel de estudio de factibilidad o de diseño definitivo resulta útil por repercusiones que tiene principalmente en los presupuestos financieros, elaborar, así sea en forma provisional, mapas de los posibles canales de comercialización, calculando los valores pagados y preseleccionando los agentes en cada una de las etapas.

Presentamos a continuación un listado de los aspectos que eventualmente se deben tener en cuenta para el montaje de la red de comercialización de un bien o la prestación de un servicio para cualquier clase de empresa pública o privada:

- Características del consumidor: cantidad, dispersión geográfica, hábitos y ritual de compra y consumo.
- Características del producto o servicio: bien de consumo, intermedio o de capital, perecibilidad, mantenimiento de lo requerido, precio.
- Características requeridas por el intermediario: capacidad de transporte, capacidad de almacenamiento, capacidad de promoción, prestigio, relaciones comerciales, crédito.
- Canales utilizados por la competencia.
- Características de la empresa: ubicación, tamaño, prestigio, solvencia financiera, políticas de comercialización.
- Responsabilidad de los intermediarios participantes: margen de comercialización, forma de comercialización, condiciones de ventas.

- Sistemas de control: relaciones verticales, horizontales, entre canales, manejo de conflictos.

4) Promoción

La razón misma de producción de bienes o servicios que ofrece tiene como objetivo intrínscico de llevarlos a los consumidores o usuarios finales, por lo tanto cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a hacerlo conocer o impulsar su consumo o utilización, genera necesariamente un valor agregado y supone desde luego la necesidad de asumir un costo por este concepto.

d. Matriz BCG de participación de crecimiento

La matriz BCG, es un modelo, una organización clasifica cada unidad estratégica de negocios (y a veces sus principales productos o servicios) de acuerdo con dos factores: participación en el mercado en relación con la competencia y la tasa de crecimiento en la que opera la institución²⁰.

Las categorías difieren no sólo en cuanto a la participación en el mercado y la tasa de crecimiento de la institución industria, sino también por las necesidades de efectivo y las estrategias apropiadas. Las categorías utilizadas son: estrellas, interrogantes, vacas de efectivo y perros.

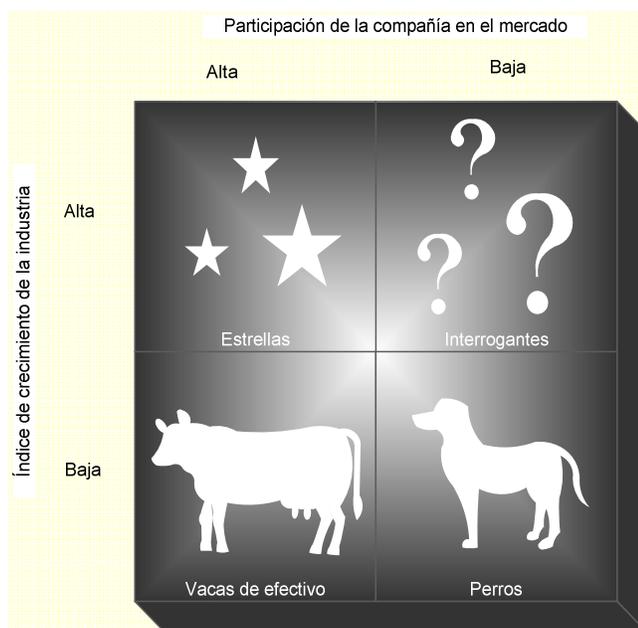
Estrella: son ramas, productos o servicios con alto crecimiento y participación es común que las estrellas necesiten fuertes inversiones para financiar su rápido crecimiento. Tarde o temprano su crecimiento se frenará, y se convertirá en vaca de efectivo.

Vacas de efectivo: son ramas, productos o servicios de bajo crecimiento y alta participación. Estas necesitan una menor inversión para retener su participación de mercado; por lo tanto, producen mucho efectivo que la empresa usa para pagar sus cuentas y apoyar otras unidades que necesiten inversión.

Interrogantes: son unidades de negocios con baja participación en el mercado de alto crecimiento, requiere de mucho efectivo para mantener su participación.

Perros: son ramas, productos o servicios de bajo crecimiento y baja participación estas unidades no prometen ser fuentes importantes de efectivo.

Esquema No 2. Modelo de Matriz BCG.



²⁰ Kotler, Philip, "Marketing", Octava edición, Prentice Hall, México, 2001, pág. 39.

Fuente: Kotler, Philip, "Marketing", Octava edición, Prentice Hall, México, 2001, pág. 39.

5. ESTUDIO TÉCNICO

a. Definición

El estudio técnico establece que el objetivo es: demostrar que tecnológicamente es posible realizar el proyecto

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que contiene la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada, la ingeniería del proyecto, la distribución del proyecto, obtención de recursos y proceso de producción.

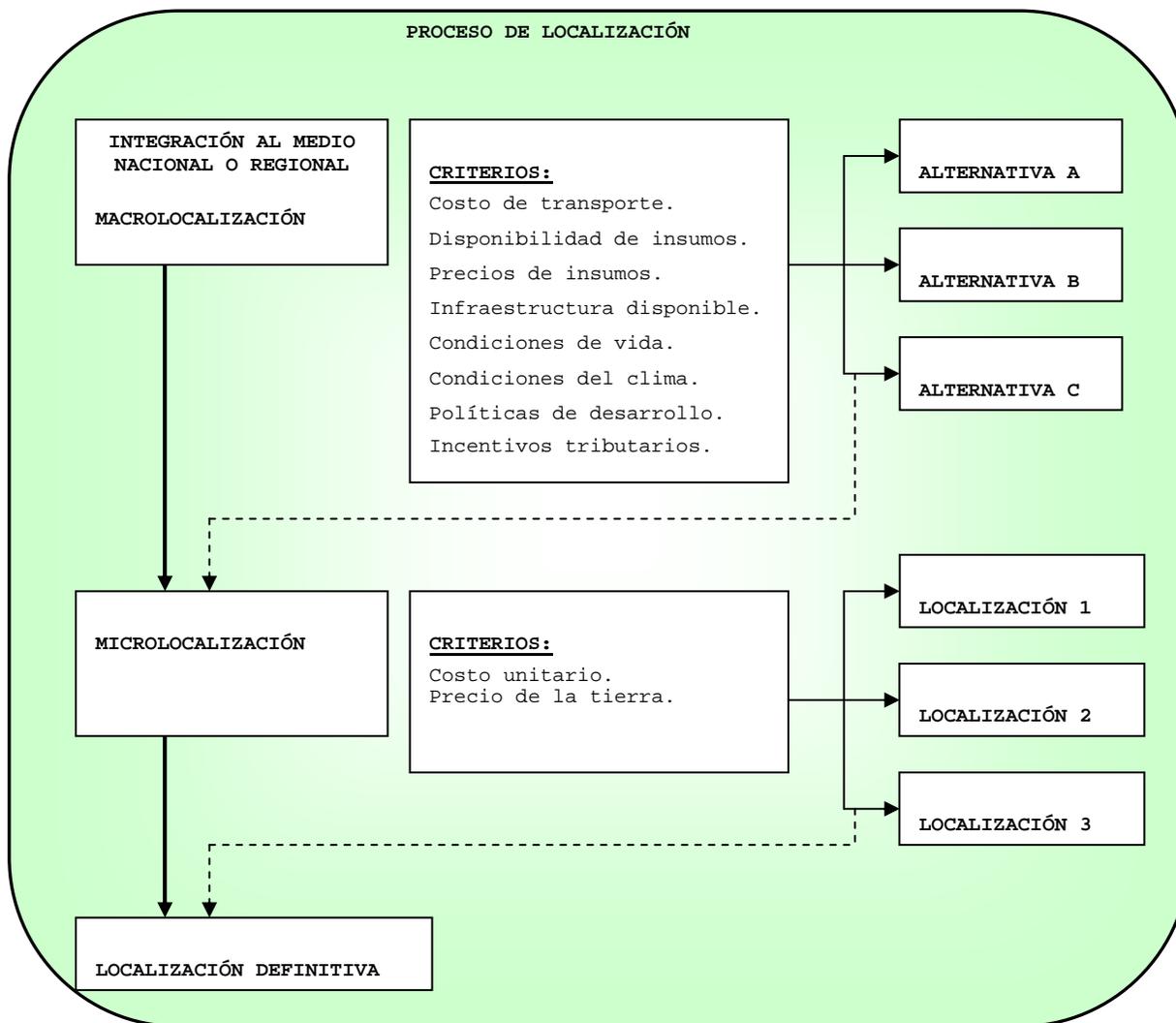
b. Localización del Proyecto

Es el que se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos²¹.

Este estudio comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macrolocalización), hasta identificar una zona urbana o rural (microlocalización), para finalmente determinar un sitio preciso, esto se encuentra explicado en el esquema No 3.

²¹ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación", 4ª edición, Colombia, 2003, Pág. 122.

Esquema No 3 Proceso de Localización.



Fuente: Miranda Miranda, Juan José, *Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación*, (Colombia: MM Editores 2003), Pág. 133.

Por lo tanto, dependiendo de cada proyecto en particular, se deberán estudiar las diferentes ponderaciones a discreción cada uno de los factores considerados relevantes para efectos de ubicación. La decisión de localización de un proyecto tiene repercusiones de orden económico y social de largo plazo, por lo que su estudio supone un análisis integrado con las otras

variables del proyecto, tales como: mercado, transporte, políticas de estímulos, restricciones financieras, etc.

c. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un producto o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

Existen, algunas medidas que permiten complementar la apreciación del tamaño del proyecto pueden ser entre otras: el monto de la inversión asignada al proyecto, el número del puesto de trabajo creado, el área física ocupada, la participación en el mercado o los niveles de venta alcanzado.

Por otro lado es útil aclarar ciertos términos con respecto a la capacidad del proyecto podemos distinguir tres situaciones:

- Capacidad diseñada: corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio²².
- Capacidad Instalada: corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente²³.
- Capacidad utilizada: es la fracción de capacidad instalada que se está empleando²⁴.

²² Miranda Miranda, Juan José, Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación, 4ª edición, Colombia, 2003, Pág. 119.

²³ Ibíd. Pág. 119.

²⁴ Ibíd. Pág. 119.

En la medida en que se pueda penetrar al mercado y se mejore la eficiencia empresarial se irán incrementando la capacidad utilizada hasta llegar al tope dado por la capacidad instalada.

d. Ingeniería del Proyecto

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria que determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que ha de tener la instalación²⁵.

Es el que está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un producto o en la prestación de un servicio²⁶.

e. Distribución de la Planta

La distribución en el terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración debe corresponder a ciertos criterios técnicos, económicos y de bienestar que al mismo tiempo que contribuyen a la eficacia en la producción determinan condiciones favorables a la convivencia laboral.

Cada uno de los muebles como maquinaria y equipos que participa en el proceso de transformación o de prestación del servicio debe estar dispuesto en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, una mejor movilización del insumo, además de

²⁵ Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Editorial McGraw Hill, México, 2006, Pág. 110.

²⁶ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación", 4ª edición, Colombia, 2003, Pág. 133.

una mayor eficacia en la operación que redundara, obviamente de menores costos de producción.

f. Obtención de Recursos

Dentro de este punto conviene tomar muy en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. Es ineludible el recabar información que sea utilizada para comparar precios de equipos, la capacidad de éstos, para hacer cálculos y determinación del espacio requerido para la instalación.

g. Proceso de Producción

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura²⁷

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

a. Estudio Económico

Este estudio establece cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto propuesto; eso incluye la elaboración del Estado de Resultado, Balance General y Evaluación Económica.

²⁷ Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Editorial Mc Graw Hill, México, 2006, Pág.110.

El estudio económico es importante por que la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica, un proyecto puede resultar técnicamente utilizable, pero en cuanto a su factibilidad económica no lo sea. Por eso, los métodos y conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista.

"Lo que técnicamente es la mejor solución puede no ser necesariamente la menos costosa, y lo que es técnicamente la solución menos costosa puede no ser necesariamente la más efectiva"²⁸.

La evaluación económica busca identificar los impactos positivos y negativos del proyecto sobre los recursos reales y asignarles un valor que refleje el aporte marginal de cada recurso al bienestar nacional²⁹.

Según Sapag Chain (2003), el estudio de factibilidad económica, requiere de la cuantificación de los beneficios y costos monetarios que ocasionaría el proyecto si fuese implantado, y más adelante establece que el estudio de factibilidad económica, no es solamente determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir alternativas de acción, para poder estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo del proyecto en virtud de una operación en el grado óptimo de su potencialidad real."

²⁸ Colin, M. F. Bruce y Mcmeekin, R.W. "El ciclo del proyecto. Introducción a las etapas de planificación y ejecución de los proyectos en el sector de la educación, Banco Mundial. Materiales de Capacitación de IDE. febrero, 1982, Pág. 13.

²⁹ Miranda Miranda, Juan José, "Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación- Evaluación", MM Editores, 4ª Edición, Colombia, 2003, Pág. 272.

1) Definición de inversión

Según Juan José Miranda Miranda (2003), se trata de organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicio, y la determinación del monto del capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

2) Capital de Trabajo

La inversión de capital de trabajo corresponde al conjunto de recurso necesario, en forma de Activos Corrientes, para la operación normal de un proyecto durante un ciclo productivo.

En este capital de trabajo interviene:

El Activo Circulante, donde se compone de tres rubros: valores e inversiones, inventario y cuentas por cobrar.

El Pasivos Circulantes, así como es necesario invertir en activo circulante, también es posible que cierta parte de esta cantidad se pida prestada, independientemente se deban ciertos servicios o pagos, también pueden buscar financiamiento en otras.

Queda claro que la magnitud del capital de trabajo depende en buena medida de los recursos necesarios para atender las erogaciones rutinarias de muy corto plazo (arriendos, salarios, pago de servicios y otros).

Métodos para el cálculo del "Capital de Trabajo":

- Método de los contadores: Resultado de la ecuación Activo Corriente - Pasivo Corriente.

- Método de los desfases: este procedimiento trata de establecer la cuantía de los valores que deben financiarse, desde el momento que se inicia el desembolso, hasta el momento que estos son recuperados en concepto de ingresos de dinero en efectivo.
- Método de déficit acumulado: tratando de evitar la precariedad del método anterior cuando se trata de proyectos afectados por estacionalidades (de insumos y/o de productos), este procedimiento estima período por período las necesidades de capital de trabajo.

3) Financiamiento

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato para su funcionamiento, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las Instituciones Bancarias.

b. Evaluación Financiera

Durante la operación del estudio, las inversiones se producen tanto por las necesidades de reemplazo de algunos activos como por tener que enfrentar el crecimiento o ampliación de los niveles de operación.

La estimación de los costos del proyecto es también una tarea importante del estudio de factibilidad, tanto en la determinación de su rentabilidad como por la variedad de

elementos que condicionan su cuantía y pertinencia en la evaluación, sean estos contables o no. Un costo contable es aquel que se refleja en los estados de pérdida y ganancia de una empresa, con fines tributarios, mientras que un costo no contable es aquel que no va en los estados contables de la empresa pero que tienen impacto en la decisión, como por ejemplo los costos de oportunidad de una inversión.

La construcción del flujo de caja del proyecto genera diversas complicaciones al evaluador que no conoce ni aplica las distintas opciones que se presentan, dependiendo de la finalidad del estudio y la finalidad de la inversión.

Desde el punto de vista del estudio se puede construir hasta tres flujos distintos de caja:

- El que se hace con fines de calcular la rentabilidad de la inversión.
- El que se hace para determinar la rentabilidad del inversionista o de los recursos propios invertidos en el proyecto.
- El que se hace para medir la capacidad de pago del propio proyecto con los compromisos financieros asumidos en el financiamiento de la inversión.

Puesto como vemos a la empresa como un negocio en marcha, deben evaluarse las decisiones financieras, el valor de la empresa misma a la luz de sus flujos de efectivo. Es la parte final del estudio donde se evaluará el valor del dinero a través del tiempo. Se presentan a continuación los métodos de análisis que se emplean para comprobar la rentabilidad económica del estudio.

1) Valor Actual Neto (VAN)

Este se basa en las técnicas del flujo de efectivo descontado. Sólo debemos determinar el valor actual de todos los flujos futuros de efectivo que se espere que genere un proyecto, y luego sustraer la inversión original para precisar el beneficio neto que la empresa obtendrá del hecho de invertir en el proyecto.

Según Sapag Chain ³⁰ este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor Actual Neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN, es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual.

2) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa de descuento que obliga al valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto a igual su costo inicial. Es un rendimiento esperado, sea mayor que la tasa de rendimiento requerida por la empresa para tal inversión, el producto será aceptable.

Mide la rentabilidad de un proyecto como un porcentaje y corresponde a la tasa que hace el valor actual neto igual a cero.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento anual en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual³¹.

³⁰ Sapag Chain, Nassir, "Evaluación de proyectos de Inversión de la Empresa", Pearson, Argentina, 2003, Pág. 229.

³¹ *Ibíd.* ³⁰ Pág. 300.

7. EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL

Todo proyecto social está orientado a generar impacto, cambio, transformación, diferencia por medio de la realización de este a beneficio de la comunidad.

En todos los proyectos se pueden identificar ganadores y perdedores; beneficiarios y víctimas. El criterio de evaluación económica del proyecto es tomada en la teoría del bienestar: "si los beneficios de un proyecto pueden compensar a los perdedores del mismo y todavía gozar de un efecto positivo, el proyecto puede considerarse como un aporte al bienestar socioeconómico.

En el marco Económico Social, en la evaluación de proyecto se considera las situaciones siguientes:

- Efectos sobre el empleo
- Efectos sobre la distribución
- Competitividad

Se concluye que la evaluación social se ocupa del impacto de un proyecto sobre la economía en general incluyendo objetivos de equidad y predistribución, en efecto, además de medir el impacto sobre el consumo, el ahorro y los bienes necesarios, determina y valoriza el alcance sobre la distribución de ingresos y riqueza, para lo cual es preciso identificar los agentes sobre los cuales recaen los efectos (positivos y negativos) de la ejecución y operación del proyecto.

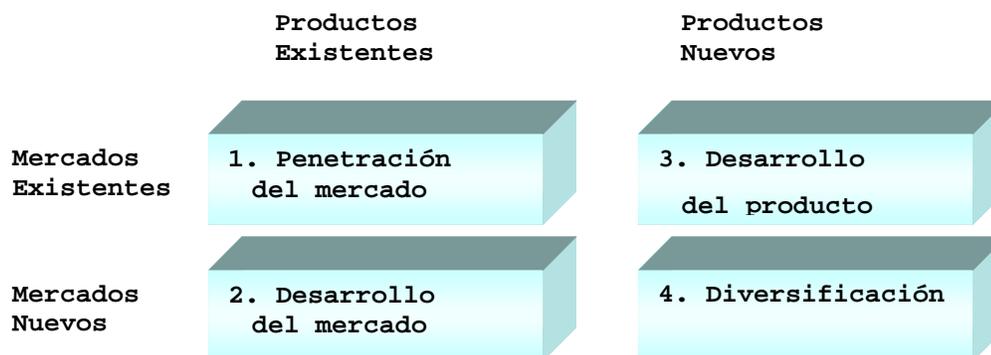
D. GENERALIDADES SOBRE COBERTURA

1. DEFINICIÓN

Es la capacidad que tiene una empresa para cubrir las necesidades de formación, capacitación y asesoría de un mercado en un determinado territorio, con el propósito de satisfacerla, a través de un conjunto de medios técnicos y humanos con los que se dispone³².

Un instrumento útil para la identificación de las oportunidades de crecimiento es la matriz de expansión del producto-mercado, que se muestra en el esquema No 4:

Esquema No 4. Matriz de expansión del producto-mercado.



Fuente: Kotler, Phillip, *Marketing*, (México: Prentice Hall, 2001), Pág. 44

³² Concepto propio del grupo de investigación.

2. PENETRACIÓN DEL MERCADO

Es una estrategia por la cual una firma expande sus esfuerzos de mercadeo para incrementar las ventas de los productos existentes en sus mercados actuales³³. La penetración puede ser apropiada si una empresa estima que puede mejorar su participación en el mercado aprovechando alguna ventaja competitiva.

La estrategia para penetrar el mercado pretende aumentar la participación del mercado que corresponde a los productos o servicios presentes, por medio de un esfuerzo mayor para la comercialización. La penetración del mercado incluye aumentar la cantidad de vendedores, elevar el gasto publicitario, ofrecer muchas promociones de ventas con artículos o reforzar las actividades publicitarias.

La estrategia de penetración del mercado es aplicable cuando:

- Cuando los mercados presentes no están saturados con su producto o servicio concretos.
- Cuando se podría aumentar notablemente la tasa de uso de los clientes presentes.
- Cuando las partes del mercado correspondientes a los competidores principales han ido disminuyendo al mismo tiempo que el total de ventas de la industria ha ido aumentando.
- Cuando la correlación de las ventas en dólares y el gasto para comercialización en dólares ha sido históricamente alta.
- Cuando aumentar las economías de escala ofrece ventajas competitivas importantes.

³³.http://200.57.38.163/secretaria_economia/Muestras_Videos/cursos/Desarrollo_metodolog%C3%ADas1/Penetracion%20de%20mercado.htm

3. DESARROLLO DEL MERCADO

Una estrategia para el crecimiento de la compañía, que identifica y desarrolla nuevos segmentos del mercado para los productos del mercado para los productos actuales de la compañía.

4. DESARROLLO DEL PRODUCTO

Una estrategia para el crecimiento de la compañía, que ofrece productos modificados o nuevos a los segmentos actuales del mercado. El concepto de producto se desarrolla para convertirlo en un producto físico, con el fin de asegurarse de que la idea de producto se pueda convertir en un producto factible.

5. DIVERSIFICACIÓN

Es una estrategia para el crecimiento de la compañía, que inicia o adquiere negocios fuera de los productos o negocios actuales de la compañía. Es la estrategia de crecimiento más arriesgada y más compleja, ya que conduce a la empresa a terrenos completamente nuevos para ella tanto en mercados como en productos, por lo que esta estrategia se justifica si el sector en el que se encuentra la empresa no presenta ninguna o muy pocas oportunidades de crecimiento o de rentabilidad, ya sea porque la competencia ocupa una posición demasiado fuerte, ya sea porque el mercado de referencia declive.

Estas cuatro estrategias no suelen utilizarse de forma exclusiva, sino que las empresas suelen aplicarlas de manera combinada.

6. LA ESTRATEGIA DEL MARKETING EN EL SECTOR SERVICIO

a. Posicionamiento actual (Identificación)

Consiste en determinar el lugar en el que actualmente se encuentra el servicio de acuerdo a las preferencias o gustos de los consumidores, en comparación con los servicios de la competencia³⁴.

Para realizar este análisis es importante determinar variables relacionadas con el servicio mismo, variables atribuibles a la empresa y, finalmente, variables atribuibles al medio ambiente, ellas reciben el nombre de atributos, debiéndose también determinar aquellos que son relevantes para el segmento meta. Posteriormente se seleccionan los competidores más directos y con base a esta información, se debe efectuar un estudio a la muestra de interés, de manera de obtener una clara visión de cómo es percibido y como está posicionado el servicio en la mente de los clientes y en relación a la competencia.

b. Posicionamiento Ideal

Esta etapa puede enfocarse desde dos puntos de vista:

³⁴ <http://www.monografias.com/trabajos12/marketing/marketing2.shtml#PRODUCTO>

1) Posicionamiento Ideal del consumidor

Consistente en determinar que es lo que el consumidor desea respecto de la clase de servicio que se ofrece³⁵.

2) Posicionamiento Ideal de la empresa

Consiste en determinar que es lo que la empresa quiere reflejar como un servicio ideal. Es aquí donde se conocen las ventajas comparativas respecto a sus competidores a partir del posicionamiento actual³⁶.

c. Posicionamiento Deseado

Consiste en determinar la forma de posicionar el producto o cómo llegar a la situación ideal para el consumidor y la empresa³⁷.

³⁵ <http://www.monografias.com/trabajos12/marketing/marketing2.shtml# PRODUCTO>

³⁶ Sapag Chain, Nassir, "Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos", Editorial Mc Graw Hill, Pág. 300.

³⁷ *Ibíd.* ³⁶

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA CDMA

A. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Formular un diagnóstico de la situación actual del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA), que facilite el desarrollo del Estudio de Factibilidad que contribuirá a determinar la conveniencia de ampliar la cobertura de los servicios brindados.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a. Planteamiento del problema

¿En qué medida un Estudio de Factibilidad determinará la ampliación de la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

b. Delimitación del tema

El tema objeto de investigación estuvo delimitado bajo los siguientes aspectos:

1) Teórica

Con el fin de elaborar un estudio de Factibilidad fue necesario recurrir teoría del Estudio de Factibilidad, la Cobertura, aspectos del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA), además de generalidades del municipio de Apopa.

2) Temporal

Para el Estudio de Factibilidad que contribuya a ampliar la cobertura de los servicios ofrecidos del CDMA, la investigación se realizó en el período del 9 de junio al 30 de agosto de 2007.

3) Espacial

La investigación se efectuó en el Municipio de Apopa.

c. Métodos de la investigación

Para Sampieri (2002), el método científico es una investigación sistemática, controlada, empírica y crítica de presunciones hipotéticas sobre las preasumidas relaciones entre fenómenos naturales. Se utilizó el método científico por que este método es una alternativa para solucionar la dificultad que se presenta en el proceso para la toma de decisiones, hizo que la investigación fuese más racional, además explicó los hechos de estudio para finalmente proporcionar un camino a la decisión más adecuada, ya que una o varias de sus hipótesis tienen que ser correctas. Por lo que se utilizaron los siguientes métodos:

1) Método deductivo

A través de este método, se partió de la información general que se obtuvo de las fuentes secundarias para establecer cada uno de los estudios.

2) Método inductivo

Se utilizo partiendo de cada uno de los puntos específicos de cada parte de los Estudios de Factibilidad hasta llegar a lo general de la estructura de los Estudios de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero y Estudio Social.

3) Análisis

El análisis es un método de investigación de los objetos que nos permite separar algunas de las partes del todo para someterlas a estudio independiente. Posibilita estudiar partes separadas de éste, poner al descubierto las relaciones comunes a todas las partes y, de este modo, captar las particularidades, en la génesis y desarrollo del objeto. Todo concepto implica un análisis.³⁸

Se analizó la información de cada una de las áreas, por las cuales se encuentra compuesto un Estudio de Factibilidad, tales como: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero Y el Estudio Económico Social, aplicados al CDMA.

4) Síntesis

La síntesis es un método de investigación que consiste en rehacer o reconstruir en el pensamiento toda la variedad de las mutuas vinculaciones del objeto como un todo concreto.

Una vez que se analizó la información comprendida dentro del Estudio de Factibilidad se hizo una inspección del conjunto del objeto de estudio que antes había sido descompuesto en el

³⁸ http://html.rincondelvago.com/metodos-de-investigacion_3.html

proceso analítico, para poder llegar a la conclusión de la investigación en general.

d. Tipo de investigación

La presente investigación fue correlacional ya que se tiene como propósito evaluar la relación que existe entre las variables "Estudio de Factibilidad" y "Cobertura". Debido a que con el desarrollo del Estudio de Factibilidad, se concluirá si la cobertura podrá ampliarse.

e. Tipo de diseño de la investigación

La estructura del diseño de la investigación que se siguió fue el no experimental debido a que este tipo de diseño observa el fenómeno en su ambiente natural y no es posible manipular las variables para posteriormente ser analizados.

f. Unidades de análisis

Las unidades de análisis fueron:

- La Dirección Administrativa del CDMA.
- Las Autoridades de la Gerencia Administrativa de Municipal de Apopa.
- Las Mujeres apopenses de las área urbana y rural mayores de 12 años.
- Las Mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA.
- Las Mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA.

g. Técnicas e instrumentos de investigación

Para obtener la información de esta investigación, se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos:

1) La entrevista

Como técnica, la entrevista se emplea para realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundante y básica sobre el problema. Se llevó a cabo con el fin de obtener información de la Dirección Administrativa del CDMA, para conocer su problemática, y la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa, como encargada de la asignación de recursos presupuestarios del CDMA, para determinar la Factibilidad del Estudio Económico y Financiero, y la posibilidad de asignación de recursos al proyecto.

Como Instrumento, la entrevista es un guión dirigido a informantes claves, llamados así por que poseen experiencia y conocimientos relevantes sobre el tema que se estudia, o se encuentra en una posición dentro de su comunidad o grupo social que les permite proporcionar información que otras personas desconocen o darían incompleta.

Así mismo, este instrumento estuvo compuesto por una serie de preguntas abiertas y cerradas, se entrevistó a la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa (Ver anexo 4) y a la Dirección Administrativa del CDMA (Ver anexo 3) por ser informantes claves para la investigación.

2) La encuesta

Como técnica la encuesta se utilizó para poder recabar información sobre las mujeres de Apopa mayores de 12 años,

las mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA y las mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA, en forma aleatoria, con el propósito de conocer toda la información necesaria para el Estudio de Mercado y para el Estudio Técnico.

Para obtener la información de esta investigación, se utilizaron como instrumentos, tres cuestionarios que se encuentran estructurados con una serie de preguntas cerradas para facilitar su procesamiento, dichos cuestionarios se pasaron uno a las mujeres de Apopa mayores de 12 años (Ver anexo 5); otro a las mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA (Ver anexo 6) y el tercero a mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA (Ver anexo 7).

h. Fuentes de información

Dos son las fuentes de las cuales se recolecto información a saber:

1) Fuentes Primarias

La información primaria que se consultó por ser considerada información de primera mano fue: las Mujeres apopenses de las área urbana y rural mayores de 12 años, las Mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA, las Mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA, las coordinadoras del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa, la Gerencia Administrativa de la Alcaldía de Apopa y la Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE).

2) Fuentes Secundarias

Se utilizó la información procesada, esto es la bibliografía obtenida con base a fuentes primarias relacionada con libros, tesis de Administración, así también textos, folletos, sitios Web conectados con el tema.

i. Delimitación del universo y muestra

1) Universo

Constituido por el conjunto de elementos relacionados y que pueden estar sujetos a la investigación, tal es el caso de las cinco unidades de análisis que se detallan a continuación:

- Las mujeres mayores de doce años del municipio de Apopa:
Ya que ellas podrán tener acceso para hacer uso de los servicios que ofrece el Centro; por datos obtenidos en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) se logró determinar que el universo es de 77,949 mujeres.

- Las mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA:
Siendo ellas quienes han tenido experiencia, recibiendo las capacitaciones, y podrán informar los beneficios obtenidos al finalizar dichos talleres. Por datos obtenidos en la Dirección administrativa del CDMA se logró determinar que el universo es de 880 mujeres.

- Las Mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA:

Debido a que como están dentro del proceso de orientación, capacitaciones y asesoría; son las que pueden proporcionar informar exacta que describiera la calidad y eficiencia con que reciben los servicios. Por datos obtenidos en la Dirección administrativa del CDMA se logró determinar que el universo es de 136 mujeres.

- Las autoridades de la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa:

La información obtenida fue aportada por el Gerente General de la Alcaldía Gerardo Antonio Pineda.

- La Dirección administrativa del CDMA:

Los datos obtenidos fueron aportados por coordinadora de la administración del CDMA la señora Ludy Nohemy Velásquez de Medina.

2) Muestra

- Muestra de las mujeres mayores de doce años del municipio de Apopa:

Para determinar la muestra fue necesario utilizar el muestro aleatorio simple, el cual consiste en seleccionar de manera aleatoria el número de elementos que integrarán la muestra y se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(z)^2 \quad N \quad P \quad Q}{(E)^2(N-1) + (Z)^2 P \cdot Q}$$

Donde:

N= universo (77,949)

Z= nivel de confianza (1.96)
 E= error máximo permisible (10%)
 Q= probabilidad de fracaso (0.50)
 P= probabilidad de éxito (0.50)
 n= muestra

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (77,949) (0.50) (0.50)}{(10\%)^2 (77,949) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{74862.22}{779.49 + 0.96}$$

$$n = 95.92$$

$$n = 96$$

Área urbana 82% = 78

Área rural 18% = 18

De acuerdo a la información proporcionada por el departamento de comunicaciones de la Alcaldía Municipal de Apopa, el porcentaje de población urbana es del 82% y para la área rural de corresponde el 18% de la población.

Al sustituir los datos en la fórmula se obtuvo la muestra, la cual está constituida por 96 mujeres las cuales serán distribuidas por áreas: área urbana: 78 encuestas, y área rural: 18 encuestas

- Muestra de las mujeres beneficiadas que ha capacitado el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA):

Para determinar la muestra fue necesario utilizar el muestro aleatorio simple y se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(z)^2 N P Q}{(E)^2(N-1) + (Z)^2 P \cdot Q}$$

Donde:

N= universo (880)

Z= nivel de confianza (1.96)

E= error máximo permisible (10%)

Q= probabilidad de fracaso (0.50)

P= probabilidad de éxito (0.50)

n= muestra

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2(880) (0.50) (0.50)}{(10\%)^2(880) + (1.96)^2(0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{845.15}{8.8 + 0.96}$$

$$n = 86.59$$

$$n = 87$$

Al sustituir los datos en la fórmula se obtuvo la muestra, la cual está constituida por 87 mujeres beneficiadas que ha capacitado el CDMA. . Cabe aclarar que sólo se encuestó a 15 mujeres que acudieron a una reunión para mujeres ya beneficiadas quienes montarían una feria el día 28 de julio de 2007.

- Muestra de las mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA).

Para determinar la muestra fue necesario utilizar el muestro aleatorio simple y se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{(z)^2 N P Q}{(E)^2(N-1) + (Z)^2 P \cdot Q}$$

Donde:

N= universo (136)

Z= nivel de confianza (1.96)

E= error máximo permisible (10%)

Q= probabilidad de fracaso (0.50)

P= probabilidad de éxito (0.50)

n= muestra

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2(136) (0.50) (0.50)}{(10\%)^2(136) + (1.96)^2(0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{133.49}{1.36 + 0.96}$$

$$n = 56.29$$

$$\mathbf{n = 56}$$

Al sustituir los datos en la fórmula se obtuvo la muestra la cual está constituida por 56 mujeres que actualmente están recibiendo los servicios ofrecidos por el CDMA.

- Censo de las autoridades de la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa: se obtendrá un censo debido a que el personal a entrevistar es solamente un encargado respectivamente.

- Censo de la Dirección administrativa del Centro de Desarrollo Municipal de la mujer de Apopa: se obtendrá un censo debido a que el personal a entrevistar es solamente un empleado respectivamente.

j. Tabulación y análisis de datos

Después de haber recolectado la información, se siguió por medio de las técnicas e instrumentos anteriormente descritos al procesamiento de los datos que se vaciaron en cuadros de tabulación simple y cruzadas.

Los datos recolectados de los cuestionarios utilizados en tres muestras fueron procesados mecánicamente utilizando una base de datos y los resultados de las tabulaciones se obtuvieron por medio de la elaboración de tablas dinámicas en hojas de cálculo del programa Microsoft Excel.

Por cada pregunta se estableció la frecuencia absoluta y la frecuencia porcentual para posteriormente analizar e interpretar los datos. Los cuales permitieron construir conclusiones y recomendación que determinaron la ampliación de la cobertura del CDMA.

k. Limitantes de la investigación

Para realizar la investigación de campo se presentaron algunos inconvenientes, complicando la obtención de información:

- La discreta colaboración y accesibilidad por parte de las autoridades del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) para proporcionar información en la entrevista dirigida a este universo y para poder desarrollar Estudios de Mercado y Estudio Técnico íntegros.
- La discreta accesibilidad por parte de las autoridades de la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa para proporcionar información y conceder la entrevista dirigida a este universo para la correspondiente elaboración de los Estudios Económico Financiero y Económico Social.
- El no poder encuestar toda la Muestra de las mujeres beneficiadas que ha capacitado el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA). Encuestando solamente a 15 mujeres dado que este universo en su mayoría ya no asiste al Centro y resultó imposible ubicarlas. Pero, sí se extrajo información necesaria para la investigación.
- La reserva colaboración de las diferentes personas encuestadas que forman partes de cualquiera de los universos para completar en un cien por ciento todas y cada una de las preguntas, por lo cuál se presenta en la tabulación la opción de no contestó.

B. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1. ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA DEL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER (CDMA)

La entrevista fue realizada a la Dirección Administrativa del Centro de Desarrollo de la Mujer (CDMA) dirigida a la señora Ludy Nohemy Velásquez de Medina, que desempeña el Cargo de Encargada del CDMA y tiene un año de laborar en dicho cargo.

Pregunta 1

¿En qué fecha fue fundado el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer la fecha exacta de inicio del proyecto.

Respuesta:

1 de mayo de 2006.

Pregunta 2

¿Cuáles son los objetivos que persigue el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer los fines que tiene planteado el CDMA para el desarrollo de sus actividades.

Respuesta:

Desarrollar integralmente a la mujer del municipio promoviendo el empoderamiento con conciencia crítica y analítica de las mujeres jóvenes y adultas al desarrollo integral a la participación activa a través de programas que fortalezcan sus capacidades, valores y principios.

Pregunta 3

¿Cuál es la misión o razón de ser del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer cuál es la razón de ser de la institución.

Respuesta:

Somos un Centro Municipal que promovemos y potenciamos el liderazgo femenino, fomentando en las comunidades la participación y el protagonismo en el desarrollo integral de la mujer.

Pregunta 4

¿Cuál es la visión que se ha proyectado el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer la imagen o situación deseada, que la organización proyecta en un futuro.

Respuesta:

Construir una red de mujeres en una sociedad democrática, justa y equitativa, innovadora de procesos de cambio a nivel sociopolítico y económico en el ámbito local.

Pregunta 5

¿Podría mencionar el nombre de las entidades que apoyan al Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer con qué instituciones se encuentra trabajando el CDMA de las cuales se puede obtener apoyo para brindar y ampliar servicios.

Respuesta:

Institución	Área de Apoyo
CENTRO DE ESPAÑA	Económicamente (en el pago de Talleristas).
FADEMYPE: Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.	Autodesarrollo de la micro y pequeña empresa en El Salvador.
FUNSALPRODESE: Fundación Salvadoreña para la Promoción Social y Desarrollo Económico.	Salud Sexual, Reproductiva y Salud Mental.
IMU: Instituto de la Mujer.	Derecho de las mujeres.
PROCOMES: Proyectos Comunales de El Salvador.	Planificación para impartir capacitaciones en comunidades.
MÉLIDAS: Mélida Anaya Montes	Acompañamiento y ayuda en asociatividad.
PNC: Policía Nacional Civil.	Asesoría en casos de mujeres violentadas físicamente.
FISCALÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA	Asesoría en casos de mujeres violentadas físicamente.
PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA	Apoyo en la gestión de la cuota alimenticia.
ZARAGOZA ESPAÑA	Construcción de la casa de la mujer en el Municipio de Apopa.

Pregunta 6

¿Qué tipo de servicios brindan a las mujeres?

Objetivo:

Determinar que tipo de servicios que brinda el CDMA a las mujeres Apopenses.

Respuesta:

- Talleres Vocacionales (Panadería) y Artesanales (Piñatería, Repujado, Macramé, Hamaca, Floristería, Bordado a mano, Tarjeta, Bisutería y Cartera).
- Programa Escuela Política y organización de la mujer comunal dirigida a brindar Capacitación a lideresas comunales.
- Educación en Equidad de Género, Autoestima, Derechos Humanos y Salud Mental.

- Asesoría Legal y acompañamiento (en casos de mujeres violentadas: abuso de autoridad, acoso sexual, violencia intrafamiliar y cuota alimenticia).

Pregunta 7

¿Tiene El CDMA claramente definido su mercado meta?

Objetivo:

¿Conocer cuál es el mercado meta del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Respuesta:

No, únicamente se tiene dirigida a la mujer en general.

Pregunta 8

Escriba los servicios que brinda el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) en orden de importancia los primeros seis de los cuales se tiene mayor demanda.

Objetivo:

Establecer cuáles son los servicios que el CDMA da prioridad por la demanda que tienen.

Respuesta:

Capacitación personal (Programa Escuela Política y Educación en Equidad de Género, Autoestima, Derechos Humanos y Salud Mental), Piñatería, Hamacas.

Pregunta 9

¿El CDMA cobra alguna cuota por los servicios que presta?

Objetivo:

Conocer si el CDMA percibe ingresos por parte de las mujeres beneficiadas.

Respuesta:

Si, esta es voluntaria.

Pregunta 10

¿Cuáles son los criterios utilizados para establecer las cuotas para los servicios que ofrece el CDMA?

Objetivo:

Conocer los criterios para el establecimiento de cuotas por los servicios ofrecidos por el CDMA.

Respuesta:

Entre los valores del centro el más significativo es la solidaridad a la mujer apopense en sus diversos problemas y es por eso que las mujeres cancelan una cuota voluntaria según su posibilidad económica; utilizada para el Sosténimiento de papelería (Diplomas y fichas de inscripción) porque la Alcaldía proporciona únicamente los materiales e instalaciones.

Pregunta 11

¿Cuál es el proceso que deben de seguir todas las mujeres que desean recibir los servicios que presta el CDMA?

Objetivo:

Conocer cuál es el proceso de inscripción que deben de seguir todas las mujeres con necesidades de capacitación, formación y asesoría para recibir los servicios que presta el CDMA.

Respuesta:

Inscribirse en el CDMA llenando un formulario y tener deseo de superarse.

Pregunta 12

¿Cuáles son las áreas de capacitación, formación y asesoría, horarios de atención, Período de duración, Capacidad de atención y Costo mensual de cada uno de los servicios que ofrece el CDMA? (ubicar por orden de importancia)

Objetivo:

Conocer todos los servicios, horarios en que se imparten, la duración, Capacidad de atención y Costo mensual que brinda el CDMA a las mujeres Apopenses.

Respuesta:

Área de capacitación, formación y asesoría	Horarios de atención	Período de duración (Meses)	Capacidad de atención (personas)	Costo mensual (\$)
Capacitación personal	Se imparten dos charlas mensualmente	5	20 a 25	voluntaria
Panadería	Martes y Jueves 8:00 a 1:00 p.m.	5	20	voluntaria
Floristería básico	Martes de 2:00 a 4:00 p.m.	5	20 a 25	voluntaria
Floristería Avanzado	Lunes de 2:00 a 4:00 p.m.			
Macramé básico	Miércoles de 2:00 a 4:00 p.m.	5	20	voluntaria
Macramé avanzado	Viernes de 2:00 a 4:00 p.m.			
Piñatería	Lunes de 2:00 a 4:00 p.m.	5	20	voluntaria
Hamacas**	Según disponibilidad de días 2:00 a 4:00 p.m.	5	20	voluntaria
Repujado	Sábado de 9:00 a 11:00 a.m.	5	10 a 15	voluntaria
Bordado a mano	8:00 a 12:00 m.	5	20	voluntaria
Tarjetas	Sábado de 9:00 a 11:00 a.m.	5	10	voluntaria
Manualidades	Jueves de 2:00 a 4:00 p.m.	5	10 a 20	voluntaria
Organización de la mujer comunal	Horario libre*	3	8 a 10	voluntaria
Escuela Política	Horario libre*	12	No definido	No definida

*Horario es pactado de acuerdo a disponibilidad de ambas partes

** Este curso se imparte cuando se tiene una inscripción mínima de diez mujeres

Pregunta 13

¿Con cuánto personal cuenta para impartir los diferentes servicios?

Objetivo:

Establecer el personal con que cuenta el CDMA para brindar servicios.

Respuesta:

2 Coordinadoras, 2 Talleristas (Pagados por financiamiento de la Alcaldía Municipal de Apopa) y 3 Talleristas (Pagados por financiamiento del Centro de España).

Pregunta 14

¿En qué área del municipio de Apopa están actualmente trabajando?

Objetivo:

Determinar las áreas que actualmente el CDMA brinda cobertura de servicios.

Respuesta:

Área Urbana y Área Rural.

Pregunta 15

¿Cuál es la ubicación geográfica actual del CDMA?

Objetivo:

Conocer cuál es la ubicación geográfica con que cuenta el CDMA para evaluarse dentro del Estudio Técnico.

Respuesta:

Final 4ª Avenida Norte, Colonia San Emigdio, Complejo Municipal Santa Catarina, Apopa, San Salvador.

Pregunta 16

¿En qué lugar se imparten mayor número de capacitaciones?, ¿Por qué?

Objetivo:

Conocer el lugar donde el CDMA brinda más servicios y cobertura de servicios.

Respuesta:

Área Urbana por las instalaciones las mujeres y las mujeres urbanas ponen mayor atención a este tipo de servicios.

Pregunta 17

¿Con cuál equipo y tecnología cuenta el CDMA actualmente?

Objetivo:

Conocer el equipo y tecnología que tiene el CDMA para brindar los servicios.

Respuesta:

1 computadora, 2 hornos industriales, mesas de trabajo, escritorios.

Pregunta 18

¿Qué medios publicitarios utiliza para posicionarse en la población?

Objetivo:

Conocer los medios publicitarios que emplea el CDMA para darse a conocer.

Respuesta:

Hojas volantes, invitación personal de parte de tallerista, Canal 50 exclusivo para el municipio de Apopa: en el programa "Contacto con la Gente", Canal 10: en el programa "Círculo Solidario".

Pregunta 19

¿Actualmente el presupuesto asignado cubre las necesidades del CDMA?

Objetivo:

Determinar si el presupuesto asignado al Centro es suficiente para cubrir las necesidades actuales para la ampliación de la cobertura de los servicios que brinda el CDMA.

Respuesta:

No, Por qué hace falta recurso humano y material para trabajar.

Pregunta 20

¿Con qué tipo de fuente de financiamiento cuenta el CDMA?

Objetivo:

Establecer con qué tipo de fuentes de financiamiento se encuentra trabajando el CDMA.

Respuesta:

Financiamiento de la Alcaldía Municipal de Apopa (se le asigna una parte del fondo FODES) y Donaciones del Centro España (dirigido al pago de Talleristas).

Pregunta 21

¿Dónde comprar los recursos utilizados en el CDMA para impartir los cursos de capacitación?

Objetivo:

Conocer los proveedores con que cuenta el CDMA.

Respuesta:

Peletería Mike Mike, Ferretería Viduc, Negocios de manualidades del Mercado San Miguelito.

Pregunta 22

¿Qué tipo de control de ingresos y egresos utiliza el CDMA?

Objetivo:

Establecer los controles de ingresos/egresos que utiliza el CDMA.

Respuesta:

Colecturía de la Alcaldía Municipal de Apopa.

Pregunta 23

¿El CDMA tiene algún(os) proyectos de expansión en relación a la ubicación del centro, capacidad instalada, distribución de áreas de capacitación?

¿Cuáles?

Objetivo:

Conocer los planes y proyectos con que cuenta el CDMA.

Respuesta:

Si,

- Nuevo centro de formación con instalaciones más amplias y propias.
- Creación de una Asociación de mujeres con personería jurídica para poder exportar.

Pregunta 24

¿Qué recomienda usted para lograr ampliar la cobertura del CDMA?

Objetivo:

Conocer los puntos que se toman en cuenta por la administración del CDMA en relación a su cobertura.

Respuesta:

La realización de un Estudio de Mercado.

Pregunta 25

¿Tienen conocimiento de otros centros de capacitación, formación y asesoría que ayuden a la mujer dentro del Municipio de Apopa?

Objetivo:

Determinar la existencia de otros centros de capacitación, formación y asesoría dentro del Municipio de Apopa que ayuden a la mujer.

Respuesta: No

Pregunta 26

Marque con una "X" la casilla correspondiente, a las Fortalezas y Debilidades que usted considera que tiene el CDMA:

Objetivo:

Establecer cuáles son las Fortalezas y Debilidades que tiene el CDMA actualmente.

Respuesta:

Criterio	Fortaleza	Debilidad
Atención al Cliente	X	
Calidad en el servicio	X	
Estructura organizativa		X
Innovación del servicio	X	
Organización de funciones y responsabilidades		X
Clima laboral	X	
Infraestructura del centro		X
La tecnología		X
Número de beneficiarias		X
Penetración del mercado		X
Número de empleados		X
Estructura de cuotas		X
Horarios flexibles	X	
Autonomía		X
Presupuesto asignado		X
Seguimiento a las usuarias después de haber recibido el servicio	X	
Áreas cubiertas a las cuales se les brinda el servicio		X

Pregunta 27

Marque con una "X" las Oportunidades y Amenazas que según su criterio tiene el CDMA:

Objetivo:

Establecer cuáles son las Oportunidades y Amenazas con los que cuenta el CDMA actualmente.

Respuesta:

Criterio	Oportunidades	Amenazas
Credibilidad	X	
Nueva tecnología		X
Prestigio	X	
Publicidad		X
Bajos ingresos económicos		X
Diversificación de los servicios	X	
La competencia	X	
Posicionamiento en el mercado		X
Servicio aceptado en el mercado		X
Promociones		X
Medios utilizados para dar a conocer el servicio		X
Cambio de gobierno en la Alcaldía Municipal		x

Pregunta 28

Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Objetivo:

Conocer sugerencias por parte de la administración del CDMA para tomar en cuenta al momento de elaborar la propuesta del Estudio de Factibilidad.

Respuesta:

- Contar con mayor número de personal disponible para la capacitación.
- Contar con instalaciones propias y amplias.
- Contar con el material necesario para poder desarrollar mejor las capacitaciones.

2. ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES DE LA GERENCIA ADMINISTRATIVA DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE APOPA

La entrevista fue realizada a la Gerencia Administrativa de la Alcaldía Municipal de Apopa dirigida a Gerardo Antonio Pineda, que desempeña el Cargo de Gerente General quien tiene un año de laborar en dicho cargo.

Pregunta 1

¿Desde cuándo el CDMA forma parte del presupuesto y del fondo FODES de la Alcaldía Municipal de Apopa?

Objetivo:

Conocer desde cuando el CDMA cuenta con recursos propios

Respuesta:

Desde que inicio el proyecto a partir de mayo de 2006, es financiado con fondos propios de la Alcaldía y donaciones; a partir de enero 2007 es financiado con donaciones, fondos propios de la Alcaldía y Fondo FODES.

Pregunta 2

¿Quiénes son los responsables de elaborar el presupuesto?

Objetivo:

Determinar las entidades responsables de la asignación de recursos para tomarse en consideración en la elaboración de la propuesta.

Respuesta:

La unidad de presupuesto y la comisión del concejo

Pregunta 3

¿Cuáles son los criterios, políticas o reglamentos que regulan la asignación de recursos para el CDMA?

Objetivo:

Conocer los criterios de asignación presupuestarios que se aplican en la Alcaldía Municipal de Apopa que intervienen en la asignación de recursos.

Respuesta:

Los insumos y la información que presenta la directora del CDMA dentro del presupuesto.

Pregunta 4

¿Qué tipo de control de ingresos y egresos presenta el CDMA a la Alcaldía?

Objetivo:

Conocer el tipo de control de ingresos y egresos que emplea el CDMA con el fin de contribuir al diagnóstico financiero

Respuesta:

Los ingresos son percibidos a través de colectaría la cual emite el correspondiente comprobante y los egresos de contabilidad que es regulada por el sistema SAFI el cual establece el detalle de cada una de las cuentas.

Pregunta 5

¿Se encuentra la Unidad de Gestión y Cooperación gestionando fondos que contribuyan a fortalecer el desarrollo de la unidad del CDMA?

Objetivo:

Conocer si reciben ingresos o buscan el apoyo de instituciones que asignen fondos para impulsar proyectos dirigidos al empoderamiento de la mujer.

Respuesta:

En la actualidad no, pero esta unidad ha gestionado fondos para la construcción de las instalaciones del centro de la mujer a través de la Embajada de España.

Pregunta 6

Con base a los ingresos totales que percibe la Alcaldía Municipal de Apopa, ¿Cuál es el porcentaje que destinan al CDMA? y ¿cuál es el monto asignado?

Objetivo:

Conocer el monto de los recursos monetarios con que cuenta el CDMA para la ejecución de las actividades cotidianas.

Respuesta:

Le corresponde un porcentaje de 0.69% del total del presupuesto el cual le corresponde un monto asignado de \$36832.55.

Pregunta 7

¿Cuál es la valorización monetaria de la Inversión actual que tiene el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)? Y ¿En qué se ha invertido?

Objetivo:

Conocer la valorización monetaria de la Inversión actual que tiene el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa y en que se ha efectuado dicha inversión.

Respuesta:

La valorización actual con la que cuenta el CDMA es de \$9,865.25, el cual esta distribuido en la adquisición de equipo y herramientas.

Pregunta 8

¿Cuál es el Capital de Trabajo que el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) requiere para la operación normal del proyecto durante un año?

Objetivo:

Conocer cuál es el Capital de Trabajo que el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) requiere para la operación normal del proyecto durante un año.

Respuesta:

El capital de trabajo con que cuenta el CDMA está relacionado al presupuesto asignado al inicio del ejercicio y la inversión realizada, para lo que el año 2007 fue por \$ 36,832.55. Dicha cuenta debe ser liquidada al finalizar el tal ejercicio.

Pregunta 9

¿Cuáles son los costos de operación en los que incurre el CDMA para la operación normal del proyecto durante un año?

Objetivo:

Conocer cuáles son los costos de operación en los que incurre el CDMA para la operación normal del proyecto durante un año

Respuesta:

Debido a que el CDMA es relativamente nuevo, con el capital asignado al inicio, éste realizó inversiones por lo que los costos de operación serán los mismos asignados en el Capital de Trabajo por \$ 36,832.55.

Pregunta 10

¿Cuáles son los indicadores que utilizan para medir el costo beneficio de la unidad?

Objetivo:

Conocer los indicadores (número de mujeres capacitadas, número de microempresaria asesoradas, número de casos de violencia

intrafamiliar atendidos, entre otros), con los que mide el costo beneficio.

Respuesta:

En la actualidad no cuentan con indicadores que ayuden a medir el costo beneficio.

Pregunta 11

¿Según su criterio estaría el Concejo de la Alcaldía Municipal de Apopa, en la disposición de incluir para el próximo período un incremento presupuestario para el CDMA?

Objetivo:

Determinar el nivel de flexibilidad por parte del Concejo de la Alcaldía para incrementar el presupuesto asignado al CDMA

Respuesta:

Si, pero está sujeto de la recaudación histórica que refleje la unidad.

Pregunta 12

Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Objetivo:

Conocer sugerencias por de las autoridades de la Alcaldía Municipal de Apopa para tomar en cuenta al momento de elaborar la propuesta del Estudio de Factibilidad.

Respuesta: No sugirió

3. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES APOPENSES MAYORES DE 12 AÑOS DE EDAD

(Ver tabulación Anexo 10)

Pregunta 1

¿Ha recibido algún tipo de formación, capacitación y asesoría?

Objetivo:

Conocer si la persona encuestada ha recibido algún tipo de formación, capacitación y asesoría.

Interpretación:

De acuerdo a la ocupación que domina entre las mujeres apopenses se observa que en su mayoría son ama de casa, quienes por motivos familiares no han podido recibir algún tipo de capacitación, formación o asesoría, a diferencia de las empleadas, que de alguna forma muestran que se han interesado en recibir algún tipo de capacitación.

Pregunta 2

¿En dónde ha recibido algún tipo de capacitación?

Objetivo:

Establecer cuáles son los centros que brindan apoyo a la mujer Apópense y si ha sido la persona encuestada una de las personas beneficiadas por el CDMA.

Interpretación:

Se pudo determinar sobre los centros de formación de los cuáles reciben apoyo las mujeres apopenses, están en lugares como Talleres Vocacionales, Unidades de salud, Cruz Roja u otro tipo de Academias, por lo que se puede decir que de las personas encuestadas una mínima parte son beneficiadas por el CDMA.

Pregunta 3

¿Qué tipo de capacitación o formación recibió?

Objetivo:

Conocer cual es la demanda de necesidades de capacitación que tienen las mujeres apopenses.

Interpretación:

En relación a los servicios más demandados por las mujeres apopenses son computación, corte y confección, maquina industrial los cuáles están en contemplados en otras necesidades de capacitación; así como modistería y floristería que también demuestran preferencias.

Pregunta 4

¿Necesita capacitarse en alguna especialidad?

Objetivo:

Conocer si las mujeres Apopenses tienen necesidades de capacitación.

Interpretación:

Las mujeres apopenses mayores de 12 años manifestaron si tener algún tipo de necesidad para desarrollarse, tanto amas de casa como comerciantes y estudiantes, están concientes de la importancia de someterse a este tipo de servicio.

Pregunta 5

¿Dónde se le facilitaría más recibir el curso?

Objetivo:

Conocer el lugar donde más se les facilita a las mujeres recibir la formación, capacitación o asesoría.

Interpretación:

Los resultados demuestran que la ubicación óptima según las mujeres apopenses, para que ellas puedan recibir algún tipo de capacitación, formación y asesoría, es en un Centro de Formación para la Área Urbana y en el Área Rural dentro de la comunidad donde viven, por ser de fácil acceso para ellas.

Pregunta 6

¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por todo el curso?

Objetivo:

Determinar la capacidad de pago de la persona encuestada con respecto a los servicios ofrecidos por el CDMA.

Interpretación:

Considerando las condiciones de vida de las encuestadas y la ubicación de residencia, las mujeres apopenses mayores de 12 años están dispuestas a cancelar hasta cinco dólares mensuales por un servicio de formación, capacitación y asesoría.

Pregunta 7

¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir?

Objetivo:

Determinar cuál de los servicios es más atractivo para las mujeres apopenses.

Interpretación:

Los servicios que son más atractivos para las mujeres apopenses son: Cosmetología, Bordado a Mano, Elaboración de Cartera y Otras capacitaciones como computación, contabilidad, corte y confección y comercialización.

Pregunta 8

¿Conoce el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Objetivo:

Conocer el posicionamiento del CDMA entre las mujeres apopenses.

Interpretación:

El CDMA cuenta con poco posicionamiento en las mentes de las mujeres apopenses, dado que la mayoría de las mujeres no conocen el Centro.

Pregunta 9

¿Por qué medio se enteró?

Objetivo:

Conocer el medio que más puede servir de apoyo a la hora de promocionarse.

Interpretación:

Para efectos de estudiar que medio es mas recomendado, la pequeña proporción de mujeres que conocen al CDMA, manifestaron haberse enterado a través de televisión y referencias de amigos sobre dicho Centro de Desarrollo.

Pregunta 10

Sí se le brindara la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Objetivo:

Conocer sugerencias por parte de mujeres apopenses mayores de 12 para tomar en cuenta al momento de elaborar la propuesta del Estudio de Factibilidad.

Interpretación:

Las usuarias de los servicios que brinda el CDMA consideran que para mejorar el servicio, el centro debería de contar con más servicios que les permita desarrollarse así como también más personal calificado a la hora de brindar los servicios.

4. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES BENEFICIADAS QUE HAN SIDO CAPACITADAS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

(Ver tabulación Anexo 11)

Pregunta 1

¿Qué tipo de capacitación o formación recibió?

Objetivo:

Establecer cuáles son las capacitaciones o formación que más demandan las mujeres apopenses.

Interpretación:

Las capacitaciones o formación que más demandan las mujeres apopenses son la floristería, macramé, piñatería, hamacas, educación en género y autoestima.

Pregunta 2

¿Dónde recibió la formación, capacitación y asesoría que curso?

Objetivo:

Definir el lugar donde el CDMA tiene más cobertura.

Interpretación:

El CDMA ha impartido más capacitaciones en las comunidades del Municipio de Apopa, tanto en el área urbana, como la rural.

Pregunta 3

¿Cuánto canceló mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibió?

Objetivo:

Conocer la cuota mensual que pueden cancelar las mujeres apopenses para recibir la formación, capacitación y asesoría que recibió.

Interpretación:

Tomando en cuenta que la mayoría de las mujeres beneficiadas por el CDMA, son de escasos recursos económicos, de las capacitaciones impartidas, a la mayoría de ellas les fue proporcionado todo el servicio de forma gratuita, y voluntariamente el 20% cancelo entre \$1 a \$2.

Pregunta 4

¿Hace cuánto tiempo recibió la formación, capacitación y asesoría?

Objetivo:

Determinar el beneficio que producen los servicios en relación al tiempo de haberlo recibido.

Interpretación:

Con concordancia con las pregunta 8 y 9, se puede determinar que los servicios producen beneficios en la calidad de vida de las mujeres en relación al tiempo de haberlo recibido la capacitación; dado que un 46.67% tienen un período corto de 1 a 3 meses de haberlo recibido y afirman que si les ha ayudado en el áreas del nivel personal y económico.

Pregunta 5

¿Por qué medio se enteró?

Objetivo:

Determinar los medios publicitarios por los cuáles es más efectiva la publicidad de los servicios.

Interpretación:

Los medios publicitarios por los cuáles es más efectiva la publicidad de los servicios son la referencia de amigos y boletas.

Pregunta 6

¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que ha recibido en el CDMA?

Objetivo:

Establecer la calidad con que brinda los servicios el CDMA a partir de la opinión de sus usuarias.

Interpretación:

Las mujeres en su mayoría califican el servicio como excelente por lo tanto se reconoce la calidad del servicio ofrecido.

Pregunta 7

¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Objetivo:

Establecer la calidad del local, herramientas y equipo que utiliza el CDMA para brindar la formación, capacitación y asesoría a partir de la opinión de sus usuarias.

Interpretación:

Las usuarias de los servicios que brinda el CDMA consideran que el local, y el equipo que utilizan son excelentes, las herramientas como malas debido a que el CDMA no proporciona las herramientas.

Pregunta 8

¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que ha recibido le ha permitido desarrollarse integralmente promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Objetivo:

Conocer si los servicios que actualmente el CDMA esta brindando contribuyen al cumplimiento de su misión.

Interpretación:

El CDMA brinda servicios que ayudan al Centro a cumplir su misión dado que todas las mujeres afirman que los servicios si les ayudaran a su desarrollo integral, debido a que ellas pueden comercializar los productos que elaboran además, de superarse personalmente como ser humano.

Pregunta 9

De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles son los que han mejorado su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría recibidas?

Objetivo:

Establecer cuáles son las áreas que han mejorado la calidad de vida de las mujeres apopenses mayores de 12 años hasta los 60 años de edad que han sido capacitadas por el CDMA.

Interpretación:

Las áreas que consideran las mujeres apopenses que mejorara su calidad de vida después de haber recibido la capacitación son: inicialmente el nivel personal, seguido del nivel económico, además del nivel familiar.

Pregunta 10

Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Objetivo:

Determinar los criterios que toman en cuenta las usuarias de los servicios que brindar el CDMA para evaluar los servicios que satisfagan sus necesidades.

Interpretación:

Las mujeres beneficiadas por los servicios que brinda el CDMA consideran que para mejorar el servicio, el centro debería de contar con asesoría para iniciar un negocio, más talleres en la comunidad, más apoyo al centro.

5. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES QUE SE ESTÁN CAPACITANDO EN EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

(Ver tabulación Anexo 12)

Pregunta 1

¿Qué tipo de capacitación o formación recibe?

Objetivo:

Establecer cuáles son las capacitaciones o formación que más están demandan las mujeres apopenses.

Interpretación:

Las mujeres apopenses que actualmente se encuentran recibiendo capacitación en el CDMA, tanto del área urbana y rural demandan en su mayoría las mismas capacitaciones para satisfacer sus necesidades de formación; y las capacitaciones que más están demandan son: Macramé, Panadería, Floristería, Repujado, Piñatería y Bordado a mano (en orden de mayor a menor demanda).

Pregunta 2

¿Dónde recibe la formación, capacitación y asesoría que cursa?

Objetivo:

Definir el lugar donde el CDMA tiene más cobertura

Interpretación:

El CDMA actualmente imparte más capacitaciones dentro de sus instalaciones y muy pocas en las comunidades del Municipio de Apopa.

Pregunta 3

¿Cuánto cancela mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibe?

Objetivo:

Conocer la cuota mensual que pueden cancelar las mujeres apopenses para recibir la formación, capacitación y asesoría que recibe.

Interpretación:

La cuota mensual que es más accesible para las mujeres apopenses al recibir la formación, capacitación y asesoría se encuentra dentro del rango de \$1 a \$2 dólares.

Pregunta 4

¿Desde hace cuánto tiempo recibe la formación, capacitación y asesoría?

Objetivo:

Conocer el tiempo que la persona lleva formándose en el CDMA para determinar el nivel de deserción con que cuenta.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, un 73.21% tiene de 1 a 3 meses recibiendo capacitación en el Centro, resultando un nivel alto de deserción.

Pregunta 5

¿Por qué medio se enteró?

Objetivo:

Determinar los medios publicitarios por los cuáles es más efectiva la publicidad de los servicios.

Interpretación:

Los medios publicitarios por los cuáles es más efectiva la publicidad de los servicios del CDMA son la referencia de amigos y boletas.

Pregunta 6

¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA?

Objetivo:

Establecer la calidad con que brinda los servicios el CDMA a partir de la opinión de sus beneficiarias.

Interpretación:

Las mujeres que se encuentran capacitándose califican el servicio que reciben como excelente.

Pregunta 7

¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Objetivo:

Establecer la calidad del local, herramientas y equipo que utiliza el CDMA para brindar la formación, capacitación y asesoría a partir de la opinión de sus usuarias.

Interpretación:

Las usuarias de los servicios que brinda el CDMA consideran que el local, las herramientas y el equipo que utilizan son excelentes.

Pregunta 8

¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA le permitirá desarrollarse integralmente en la sociedad promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Objetivo:

Conocer si los servicios que actualmente el CDMA está brindando contribuyen al cumplimiento de su misión.

Interpretación:

El CDMA brinda servicios que ayudan al Centro a cumplir su misión dado que todas las mujeres afirman que los servicios si

les ayudaran a su desarrollo integral, debido a que ellas pueden comercializar los productos que elaboran además, de superarse personalmente como ser humano.

Pregunta 9

De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles considera que serán las que mejorarán su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría que recibe?

Objetivo:

Establecer cuáles son las áreas que consideran las mujeres apopenses que mejoraran su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría que reciben en el CDMA.

Interpretación:

Las áreas que consideran las mujeres apopenses que mejorara su calidad de vida después de haber recibido la capacitación son: inicialmente el nivel económico, seguido del nivel familiar, además del nivel personal.

Pregunta 10

Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Objetivo:

Determinar los criterios que toman en cuenta las usuarias de los servicios que brinda el CDMA para evaluar los servicios que satisfagan sus necesidades.

Interpretación:

Las usuarias de los servicios que brinda el CDMA consideran que para mejorar el servicio, el centro debería de contar con un local más amplio debidamente equipado y mejores condiciones para impartir las capacitaciones con jornadas de trabajo más amplias.

C. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El análisis de la situación actual del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) que se expone a continuación es el resultado de los datos recopilados por las entrevistas y los datos tabulados por medio de los cuestionarios.

6. ESTUDIO DE MERCADO

a. Análisis de la Demanda

La demanda para los servicios ofrecidos por el CDMA, está compuesta básicamente por las mujeres mayores de 12 años que tienen necesidades de formación, capacitación y asesoría que residen en el municipio de Apopa.

Por lo tanto, debido a que el Centro en estudio como unidad con dependencia de la Alcaldía Municipal de Apopa se ha encauzado a dirigir sus esfuerzos para desarrollar las habilidades, capacidades y destrezas en bien de desarrollo económico de las familias apopenses.

Para la determinación de la demanda de los servicios de capacitación por parte de las mujeres apopenses se ha tomado en cuenta factores como la deserción de la capacitación dado que por razones tales como: falta de recursos económicos para comprar los materiales y algún desinterés por parte de las mujeres.

Sin embargo, se logró determinar que la demanda de los servicios de capacitación que brinda el CDMA tiene una alta demanda de tipo insatisfecha; debido a que lo ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado; por tanto con base a la investigación, se encontró que un 57.29% de las mujeres encuestadas no ha recibido algún tipo de estos servicios (Pregunta 1, anexo 10) y un 53.13% afirma tener necesidades de capacitación (Pregunta 4, anexo 10).

b. Análisis de la Oferta

Entre los centros de formación de los cuáles reciben apoyo las mujeres apopenses, existen otras instituciones que prestan estos servicios, entre las cuales se pueden mencionar: Talleres Vocacionales, Unidades de salud, Cruz Roja u otro tipo de Academias dentro del municipio (Pregunta 2, anexo 10).

El Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa es también un oferente dentro del mercado y a continuación se presentan los factores internos y externos que conforman el análisis FODA:

1) Factores Internos

Dentro de la parte interna del análisis FODA se detallan las Fortalezas o los logros del Centro, su fuerza y actividades consolidadas que pudieran considerarse como destacables. Así mismo, se incluye las debilidades o los puntos vulnerables del centro, los problemas o aspectos que requieren mejoras (Pregunta 6, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA).

Fortalezas	Debilidades
La atención al Cliente	La estructura organizativa
La calidad en el servicio	La organización de funciones y responsabilidades
La innovación del servicio	La infraestructura del centro
El clima laboral	La falta de tecnología
Los horarios flexibles	El número de beneficiarias
El seguimiento a las usuarias	La penetración del mercado
	El número de empleados
	La estructura de cuotas
	La autonomía
	El presupuesto asignado
	Las áreas cubiertas a las cuales se les brinda el servicio

2) Factores Externos

La parte externa del análisis FODA se refiere a las oportunidades que ofrece el entorno; así como las amenazas que pudieran representar un problema para el CDMA, mismas que se deben enfrentar. Lo ideal es aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan y minimizar o anular las circunstancias negativas (Pregunta 27, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA).

Oportunidades	Amenazas
La credibilidad	La nueva tecnología
La diversificación de los servicios	La publicidad
La competencia	Los bajos ingresos económicos
	El posicionamiento en el mercado
	La aceptación del servicio en el mercado
	Las promociones
	Los Medios utilizados para dar a conocer el servicio
	El cambio de gobierno en la Alcaldía Municipal

c. Análisis del Segmentación de mercado

El CDMA no tiene definido claramente su segmento de mercado solamente se dirige a la mujer en general. Sin embargo, el Segmentación de mercado para el cuál se encuentra dirigido el CDMA es la mujeres jóvenes residentes en el Municipio de Apopa.

d. Análisis del Mercado meta

El CDMA no tiene definido claramente su mercado meta únicamente se tiene dirigida a la mujer en general. Para lo cuál es importante definir que el mercado meta del Centro son todas las mujeres apopenses mayores de 12 años con necesidades de formación, capacitación y asesoría (Pregunta 7, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA).

e. Mezcla de Comercialización

1) Identificación y descripción de los Servicios

Entre los servicios que actualmente presta el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa se encuentran (Ver anexo 8):

- **Organización de la mujer comunal:** Se encuentra orientado a ayudar a las mujeres de cualquier comunidad con el propósito de contribuir a que las comunidades puedan organizarse y trabajar en conjunto, impulsando el empoderamiento de las mujeres en cada una de las comunidades del municipio. Este tiene un horario programado según planificación y se mantiene un seguimiento con la Secretaría de la Mujer.

- **Escuela Política:** Se encuentra orientado a las mujeres líderes de cualquier comunidad con el propósito de ofrecer oportunidades de desarrollo político. Este curso tiene una duración de 12 meses con un horario pactado de acuerdo a la disponibilidad de ambas partes, tanto como Talleristas y mujeres líderes de la Comunidad. Para brindar este servicio se trabaja en conjunto con institución FUNSALPRODECE.
- **Capacitación personal (Derechos Humano, Educación en Equidad de Género, Autoestimas y Salud Mental.):** Se imparten charlas con el objetivo principal de promover el desarrollo integral de las mujeres a fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida de las mujeres, que en su mayoría se encuentran en condiciones de desigualdad, marginación y violencia; se les da a conocer aquellas libertades y derechos básicos que toda persona posee para la garantía de una vida digna inherentes a la persona. Para brindar este servicio se trabaja con en conjunto con instituciones como: Instituto de la Mujer (IMU), y FUNSALPRODESE.
- **Asesoría Legal:** se brinda asesoría en trámites de procesos legales, por parte de Talleristas y coordinadoras en casos de violencia intrafamiliar y proceso de asignación de cuota alimenticia a menores. Para brindar este servicio se trabaja con en conjunto con instituciones como: MÉLIDAS, PNC, Fiscalía General de la República y Procuraduría General de la República.
- **Panadería y Pastelería:** se desarrollan las técnicas de adecuadas para la elaboración de pan francés, diversidad de tipos de pan de dulce y repostería. Con el propósito que las mujeres tengan los conocimientos del área y puedan realizar productos de panadería. Este curso tiene una duración de 2

meses con un horario de tres días por semana, con una duración de cinco horas cada por jornada.

- **Floristería:** se enseña la elaboración de flores de diversas formas y materiales como: papel, tuza de elote, medias, foami, entre otros; Además de la elaboración de arreglos florales. Este curso se imparte en dos partes: Floristería básico y avanzado, cada uno tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.
- **Macramé:** se enseñan técnicas para crear artículos textiles a base de nudos, para que las mujeres que cursan puedan desarrollar la técnica y puedan elaborar diversidad de artículos como: chales, bolsos, manteles, cojines y otros artículos decorativos. Este curso se imparte en dos partes Macramé básico y avanzado cada uno tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.
- **Piñatería:** se da a conocer las técnicas para la elaboración de piñatas de diversos tamaños y figuras. Este curso tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.
- **Hamacas:** se da a conocer las técnicas y uso de herramientas de trabajo para la elaboración de Hamacas. Este curso tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada; Y se imparte cuando se tiene una inscripción mínima de diez mujeres en el curso.

- **Repujado:** el repujado es una técnica de artesanía que consiste en trabajar en láminas de metal para obtener un dibujo ornamental en relieve. Se busca desarrollar la habilidad y creatividad de las mujeres para aplicar la técnica y logren convertir una lámina de metal en una verdadera obra de arte. Este curso tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.
- **Bordado a mano:** se enseña la técnica de bordado a mano que se utiliza para la elaboración de productos textiles como vestidos para niñas. Este curso tiene una duración de 3 meses con un horario de dos día por semana, con una duración de tres horas cada por jornada.

Las mujeres que reciben esta capacitación tiene oportunidad de ser empleadas por la empresa Konfety o poder realizar el trabajo de bordado a mano en sus casas y hacer entregas a dichas empresa, recibiendo así ingresos según el trabajo realizado y recibiendo beneficios que la empresa les concede como son: entrega de paquetes escolares y participación de fiesta navideña infantil.

- **Elaboración de Tarjetas:** se elaboran tarjetas en papel vegetal de diferentes motivos. Este curso tiene una duración de 5 meses con un horario de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.
- **Manualidades:** se imparten cursos libres de diversas manualidades como la elaboración de Cartera, Tarjetas, entre otros. Este curso tiene una duración de 5 meses con un horario

de un día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada.

- **Ramos, coronas y arreglos de temporada:** se enseña técnicas para que las mujeres puedan elaborar ramos y coronas que se comercializan en la época de octubre y noviembre para el tradicional día de los Santos difuntos. Además para el mes de noviembre se enseña como elaborar arreglos navideños.
- **Corte y Confección:** este es un servicio que se apertura en el mes de septiembre de 2007, trabajando con "Coordinadora para la Reconstrucción y el Desarrollo" (CRD) con capacidad de 80 mujeres. Este curso tiene una duración de 4 meses con un horario de 3 día por semana, con una duración de dos horas cada por jornada, y se impartirá en el Centro de Formación (CEFOR) ubicado en el Cantón Joya Grande.

a) Análisis de los servicios ofrecidos por el CDMA

En relación a los servicios que actualmente ofrece el Centro, los más demandados por las mujeres son: Capacitación personal (Programa Escuela Política y Educación en Equidad de Género, Autoestima, Derechos Humanos y Salud Mental), Piñatería, Hamacas.

Además, los servicios que más les gustaría recibir a las mujeres que poseen necesidades de capacitación y que no han sido beneficiadas por el Centro tenemos: Cosmetología, Bordado a mano, Elaboración de Cartera, Panadería, Asesoría Legal, Computación, Corte y confección y Comercialización (Pregunta 7, anexo 10); es importante mencionar que dentro de las necesidades de capacitación de las mujeres apopenses se encuentran varios servicios que no brinda actualmente el CDMA.

2) Análisis del Precio

La fijación de precios es un elemento clave dentro del mercado y para tomar decisiones estratégicas sobre la fijación de precios el CDMA, en función de la misión, valores y objetivos planteados, ha establecido una cuota voluntaria mensual para recibir cualquier servicio ((Pregunta 9, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA); lo que en comparación con el precio de la competencia los hace más competitivos.

Igualmente de las mujeres beneficiadas por el Centro hasta la fecha un 66.67% recibieron los servicios de forma gratuita, y voluntariamente el 20% cancelo entre \$1 a \$2 (Pregunta 3, anexo 11). Sin embargo, el precio que las mujeres apopenses mayores de 12 años están dispuestas a cancelar por los servicios de formación, capacitación y asesoría es entre \$1 a \$5 dólares (Pregunta 6, anexo 10).

3) Análisis de los canales de Distribución

El canal que utiliza el CDMA es el directo o corto, ya que el servicio recorre el camino desde el CDMA hasta las usuarias de los servicio y en ningún momento hacer uso de intermediarios.

La Estructura del canal de comercialización de relación directa con que trabaja el CDMA es el siguiente:



4) Análisis de la Promoción

Las acciones de promoción o publicidad encaminada a hacerlo conocer o impulsar el uso de los servicios que brinda el CDMA actualmente son (Pregunta 18, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA):

- a. La utilización de hojas volantes y carteles en lugares concurridos y estratégicos.
- b. La invitación personal de parte de tallerista.
- c. Canal 50 (canal local): Participación eventual en el programa "Contacto con la Gente".
- d. Canal 10: Participación eventual en el programa "Circulo Solidario".

Los medios publicitarios que son más efectivos en la publicidad de los servicios del CDMA son la referencia de amigos y televisión (Pregunta 9, anexo 10). Todos los medios utilizados por el CDMA son adecuados y en la mayoría de estos son relativamente económicos, lo cuál beneficia al centro tanto la promoción que hacen, como en el presupuesto con que cuenta.

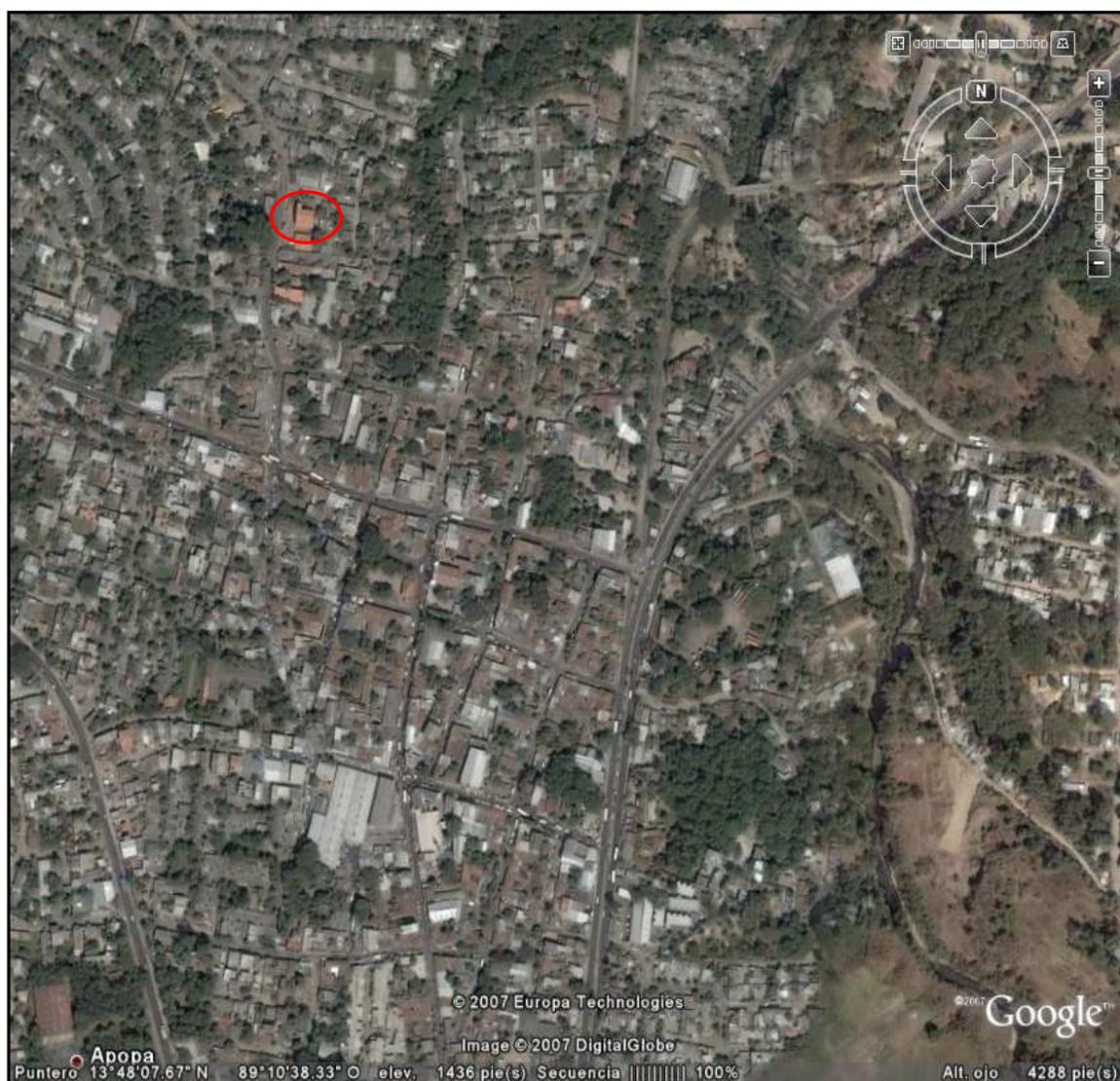
7. ESTUDIO TÉCNICO

a. Localización del Proyecto

La localización de las instalaciones es un factor de gran importancia respecto del mercado potencial. Además, dentro de los planes de ampliación con que cuenta el CDMA se tiene contemplado el traslado a nuevas instalaciones (ver anexo 9).

1) Macro localización o Localización general

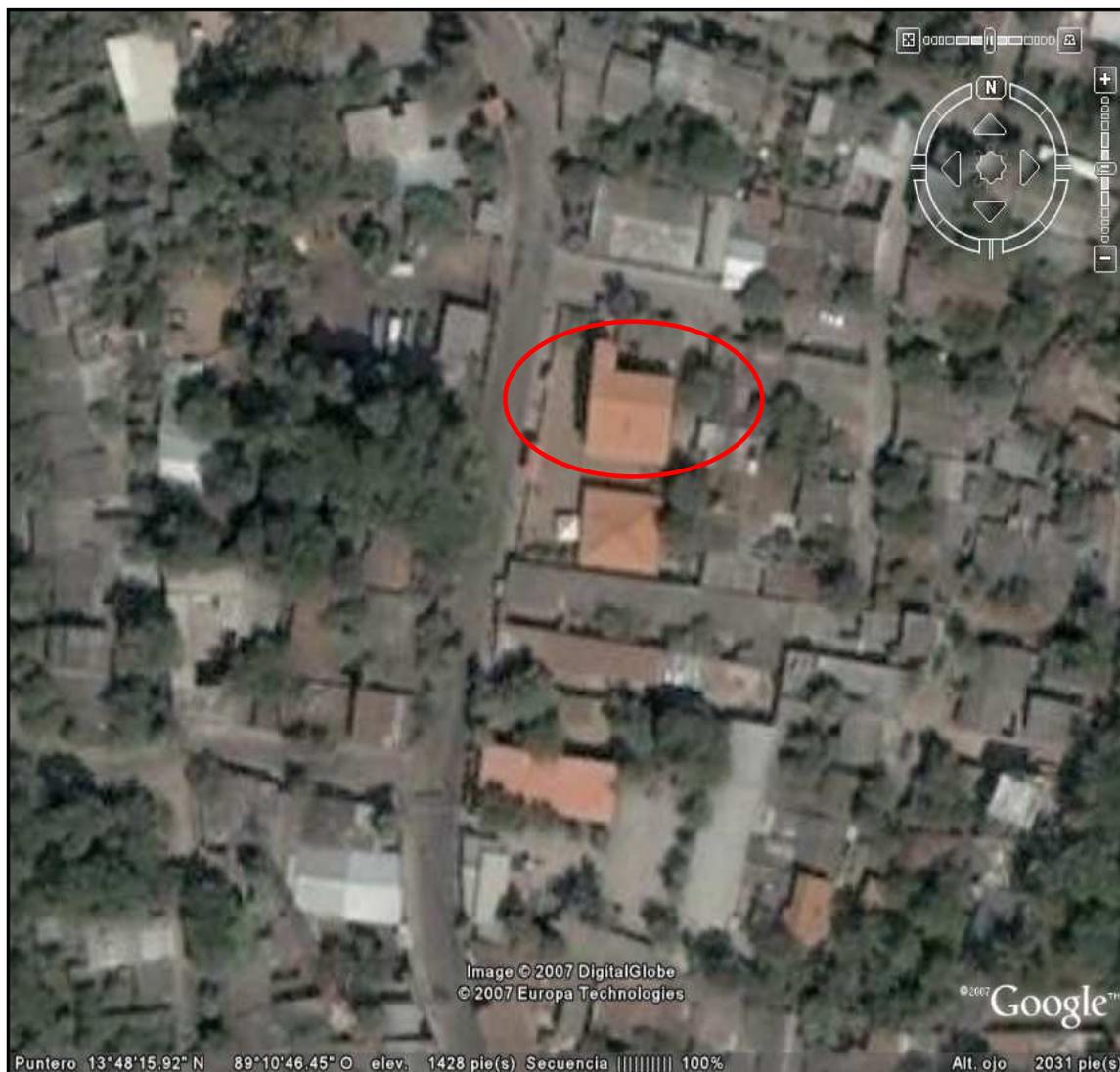
Departamento de San Salvador, municipio de Apopa, está limitada por los siguientes lugares: al norte con la Ciudad de San Salvador, Al sur con el Municipio de Ciudad Delgado, Al Oriente con el Municipio de Tonacatepeque y Al Poniente con el Municipio de Nejapa.



Fuente: <http://earth.google.com/apopa,sansalvador,elsalvador>.

2) Micro localización o Localización Específica

Final 4^{ta} Avenida Norte, Col. San Emigdio Debido a que ya se encuentra una zona en la que se ubica el Centro, se describe a continuación las características:



Fuente: <http://earth.google.com/apopa,sansalvador,elsalvador>.

a) Infraestructura disponible

El CDMA está ubicado en un local que tiene un área de 64 mts², además, cuenta con un salón de usos múltiple que es compartido

con otras unidades de la Oficina Municipal de Apoyo a la Microempresa (OMAN), un servicio sanitario, y área de parqueo que se comparte (con la biblioteca y la Clínica).

Además, la Dirección Administración del CDMA no cuenta con un espacio físico asignado para su correspondiente ubicación, debido al poco espacio que es prestado por la Biblioteca, dado que el Centro no cuenta actualmente con infraestructura propia. Lo que quiere decir que no cuentan con espacio apropiado para impartir las capacitaciones, dado que se ofrecen dos capacitaciones a la vez por cada turno del día.

b) Acceso al local

Existe una vía de acceso al Centro y es a través de la Final 4^{ta} Avenida Norte, la cuál se encuentran en buen estado y son accesibles debido a que se encuentran cerca del centro del Municipio de Apopa.

c) Disponibilidad de servicios básicos

Se tiene acceso al servicio de agua potable, ya que todo el Municipio de Apopa ya cuenta con este servicio por la compañía de Administración de Acueductos y Alcantarillados (ANDA). El servicio de energía eléctrica es suministrado por la Compañía Eléctrica CAESS S.A. DE C.V., el servicio de telecomunicación lo proporciona la compañía de TELECOM, S.A. DE C.V.

Con base a los factores descritos anteriormente, se considera que la localización con que cuenta el CDMA es adecuada, Sin embargo, no cuenta con suficiente espacio para impartir las capacitaciones y brindar un servicio con las condiciones óptimas.

b. Tamaño del proyecto

La capacidad para brindar los servicios durante la vigencia del período de un año del CDMA es:

- **Capacidad Diseñada:** el máximo nivel posible de prestación de los servicios es de 500 mujeres para el periodo de un año.
- **Capacidad Instalada:** la capacidad máxima disponible de prestación de los servicios en promedio es 275 mujeres capacitadas para el periodo de un año.
- **Capacidad Utilizada:** la fracción de capacidad instalada que está empleando el Centro para la prestación de los servicios en promedio es 440 mujeres capacitadas.

c. Ingeniería del Proyecto

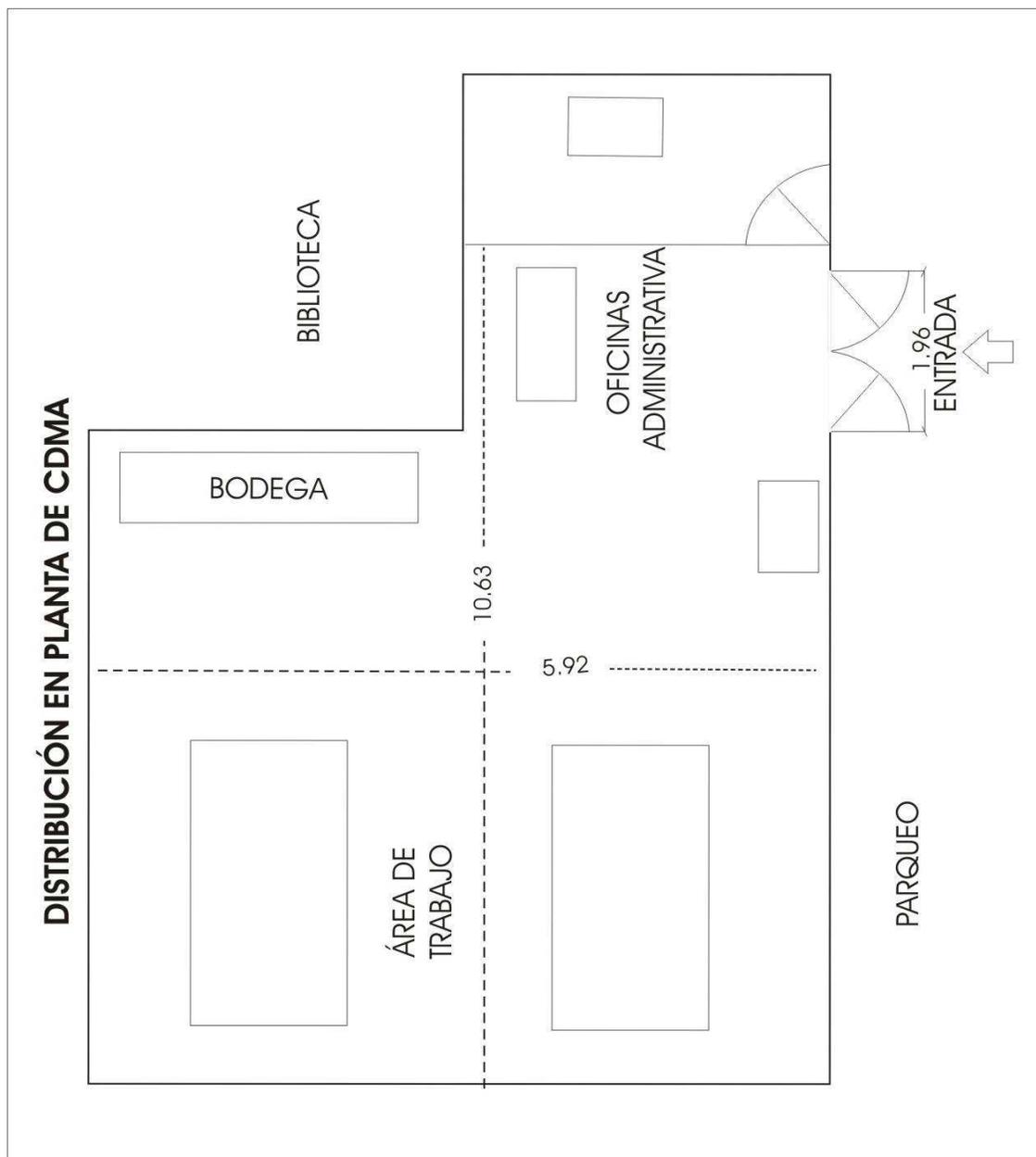
En relación a la utilización de los recursos disponibles para brindar los servicios de formación, capacitación y asesoría el CDMA ha buscado financiamiento de gobiernos internacionales, para aumentar los fondos que recibe, aparte de lo que recibe por parte de la alcaldía proporciona de fondos propios y a través del Fondo FODES que gestiona para financiarse a través de proporcionar servicios de capacitación solo proporcionando a los talleristas que imparten las capacitaciones y cada mujer.

d. Distribución actual de las instalaciones del CDMA

El Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) en un terreno cuya área es de 60 mt². El cual consta de un área administrativa que comprende la recepción y una oficina.

También existirá un área de trabajo donde imparten las capacitaciones y un área del salón destinado para bodega. Esta distribución puede apreciarse en el esquema No 5.

Esquema No 5: Distribución en planta actual del CDMA.



Fuente: Elaborado por el Grupo de Investigación.

e. Equipo y Herramientas

Las herramientas con las que cuenta el CDMA actualmente son:

15 Tijeras para manualidades	\$	15.75
15 Tenazas	\$	34.50
1 Bascula	\$	15.00
1 Horno de Gas C/tambo	\$	8,000.00
4 Mesas de Trabajo	\$	240.00
40 sillas plásticas	\$	140.00
2 Clavijero	\$	100.00
Total	\$	8,545.25

El equipo con el que cuenta el CDMA actualmente son:

1 Computadora C/licencias, UPS	\$	750.00
1 Mueble para computadora de madera	\$	70.00
2 Escritorio	\$	160.00
1 Impresor canon	\$	45.00
1 Pizarra	\$	60.00
1 Archivador metálico	\$	80.00
1 Radio grabadora	\$	100.00
1 Oasis	\$	80.00
1 Cafetera	\$	35.00
Total	\$	1,380.00
Total inversión	\$	9,925.25

f. Obtención de insumos

Los insumos que requiere el CDMA para impartir las capacitaciones son adquiridos en los siguientes establecimientos: Peletería Mike Mike, Ferretería Viduc, Negocios de manualidades del Mercado San Miguelito.

8. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

a. Estudio Económico

1) Valorización de la Inversión Actual

La valorización de la inversión actual con que cuenta el proyecto asciende a \$ 9,925.25 (Ver pagina 96).

2) Capital de Trabajo

El capital de trabajo con el que cuenta el CDMA es proveniente del fondo FODES el cual es otorgado por el gobierno a la alcaldía para el desarrollo local del municipio, a la vez le es asignado dentro del presupuesto general de la alcaldía una partida necesaria para cubrir el salario del personal administrativo y talleristas.

El capital de trabajo con el que cuenta el CDMA es asignado por parte de la alcaldía según las necesidades estimadas para el proyecto dentro del presupuesto, el cual es aprobado por el Concejo Municipal y que debe ser liquidado cada fin de año, por lo tanto, con base a lo anterior para establecer el capital de trabajo se ha determinado de que, el capital de trabajo para iniciar 2006 por \$12,655.73; para 2007 por \$77,257.37 (Ver pagina 98).

3) Financiamiento

Las fuentes de financiamiento interno del CDMA son: Alcaldía Municipal de Apopa, Pago voluntario de usuarias. Por otro lado, el proyecto no cuenta con ningún tipo de financiamiento externo con instituciones bancarias.

b. Evaluación Financiera

1) Flujo de Caja

a) Ingresos del proyecto

Las fuentes de ingresos que tiene el proyecto son tres (Pregunta 20, entrevista dirigida a la Dirección Administrativa del CDMA):

a. La Alcaldía Municipal de Apopa a través del Fondo de Desarrollo Local (FODES) y recursos provenientes de la recaudación de impuestos municipales.

b. Los ingresos percibidos por la cuota voluntaria que pagan las mujeres beneficiadas.

c. Los recursos gestionados con gobiernos internacionales como España a través de sus ayuntamientos dirigido para el pago de talleristas.

Ingresos anuales del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)

Año	2006	2007
Ingresos Anuales	Valor (\$)	Valor (\$)
Cuota voluntarias	\$ 398.79	\$ 827.00
Donaciones	\$10,000.00	\$35,500.00
Aporte Alcaldía	\$ 2,256.94	\$28,930.37
Fondo FODES	\$ -	\$12,000.00
Total Ingresos	\$12,655.73	\$77,257.37

b) Egresos del proyecto

Entre los egresos del proyecto se encuentra los suministros, mano de obra, transporte, publicidad e imprevistos.

Egresos anuales del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)

CONCEPTO	2006	2007
Gastos de Administración		
Sueldos fijos		\$ 9,528.00
Aguinaldos fijos		\$ 775.45
Sueldos eventuales	\$ 2,400.00	\$8,972.00
Aguinaldos eventuales	\$ 138.68	\$ 518.45
cotizaciones ISSS Permanentes		\$ 1,146.36
cotizaciones ISSS Eventuales	\$ 158.16	\$ 591.30
AFP Permanentes		\$ 226.80
AFP Eventuales	\$ 60.67	\$ 532.17
Suministros	\$2,214.65	\$2,214.65
Materiales de Oficina	\$ -	\$ 11.76
Materiales Informáticos	\$ -	\$ 220.00
Bienes de Uso y Consumo Diversos	\$ -	\$ -
Transportes, Fletes y Almacenamientos	\$ 458.70	\$ 1,729.00
Servicios de Publicidad	\$ 550.00	\$ 550.00
Arrendamiento de Bienes Muebles	\$ -	\$ 570.00
Mobiliarios	\$ -	\$ 100.00
Servicios Básicos*	\$ -	\$ -
Imprevistos	\$ 389.27	\$ 80.50
Maquinarias y Equipos	\$ -	\$ -
Bienes Muebles Diversos	\$ -	\$ 35.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6,370.13	\$ 27,801.44
Gastos Financieros		
Cargos Bancarios	\$ -	\$ 12.00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 12.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	\$6,370.13	\$ 27,813.44

2) Métodos de análisis para comprobar la rentabilidad económica del estudio

a) Valor Actual Neto (VAN)

Para determinar el VAN se utiliza el estado financiero de Flujo de fondos a través de la fórmula:

$$VAN = \sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Donde:

$$\frac{1}{(1 + i)^n} = \text{Factor de Actualización}$$

I_t = Representa el flujo de ingresos del proyecto.

E_t = Representa los egresos.

i = Representa la tasa de descuento (TMAR)

b) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para aplicar la TIR, se parte del supuesto $VAN = 0$. Se tratará entonces de encontrar la tasa de actualización con la cual el valor actualizado de las entradas de un proyecto, se haga igual al valor actualizado de las salidas.

La decisión de invertir se adopta comparando la TIR con una tasa mínima, lo que da la tasa aceptable mínima a que debe calcularse el crecimiento del capital invertido.

A través de la siguiente fórmula, la TIR se encuentra:

$$TIR = i1 + \frac{VAN (+) \cdot (i2 - i1)}{VAN (+) + VAN (-)}$$

Donde:

$i1$ = Tasa de prueba para VAN (+)

$i2$ = Tasa de prueba para VAN (-)

VAN (+) = Valor Actual Neto Positivo - VAN > 0

VAN (-) = Valor Actual Neto Negativo - VAN < 0

c) Relación costo beneficio

La razón beneficio costo se considera el método de análisis fundamental para proyectos del sector público ya que estos proyectos son de propiedad, los utilizan y los ciudadanos de cualquier nivel en el gobierno pues da mayor objetividad a la economía del sector público. Este indicador consiste en determinar el beneficio que obtendrá con el proyecto en relación a los costos que implique el mismo. La razón convencional B/C se calcula de la siguiente manera:

$$BC = \frac{Ba}{Ii + Ca}$$

Donde: **Ba** = Beneficio actualizados

Ii = Inversión inicial

Ca = Costos actualizados

9. EVALUACIÓN ECONÓMICA SOCIAL

El Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) es un proyecto que desde el mes de mayo de 2005 hasta la fecha se encuentra en marcha, gracias a la Alcaldía Municipal de Apopa que como parte de su gestión se encuentran fortaleciendo y potencializando la democracia de género con la participación de la mujer en espacios de participación ciudadana y con ello permitir la organización de las mujeres apopenses con el objetivo de encaminarlas a un desarrollo integral.

Este es un proyecto social que está orientado a generar impacto y transformación; por medio de la realización de éste a beneficio de la comunidad se pueden considerar futuros efectos sobre el empleo, el desarrollo de la microempresa y el incremento del nivel de vida de las familias apopenses.

10. GENERALIDADES SOBRE COBERTURA

El CDMA es un Centro que fue creado con el propósito de brindar sus servicios de formación, capacitación y asesoría para cubrir las necesidades de las mujeres apopenses mayores de 12 años, que es su mercado meta, con el propósito de capacitarlas a través del desarrollo del proyecto que actualmente impulsa la Alcaldía Municipal de Apopa a través de los recursos y medios técnicos y humanos con los que se dispone.

La capacidad de cobertura que tiene el Centro actualmente es poca en relación a las necesidades de capacitación que poseen las mujeres mayores de 12 años del Municipio de Apopa. Esto se puede concluir con base a los resultados obtenidos de la muestra encuestada de las mujeres apopenses mayores de 12 años.

a. Matriz de expansión del producto-mercado

	Productos Existente		Productos Nuevos	
 Mercados Existentes	 2. Penetración del mercado	<p>El CDMA permite a las mujeres que se están capacitando acceder a cualquier otro servicio de capacitación, teniendo la oportunidad de recibir los servicios sin ningún costo adicional, debido a que trabajan con una cuota voluntaria.</p> <p>Además, el CDMA busca darse a conocer por diferentes medios publicitarios económicos.</p>	 3. Desarrollo del producto	<p>El CDMA se encuentra ampliando sus áreas de capacitación como lo son bisutería que recientemente lo han empezado a impartir y se encuentran gestionando los medios necesarios para ofrecer los servicios de corte y confección a nuevas usuarias de su mercado actual.</p>
 Mercados Nuevos	 1. Desarrollo del mercado	<p>Actualmente el CDMA no se encuentra incluyendo en su plan de trabajo el desarrollar nuevos mercados para los servicios de capacitación existente.</p>	 4. Diversificación	<p>Actualmente el CDMA no se encuentra incluyendo en su plan de trabajo el desarrollar nuevos mercados para los servicios de capacitación existente.</p>

11. LA ESTRATEGIA DEL MARKETING EN EL SECTOR SERVICIO

a. Posicionamiento actual (identificación)

El posicionamiento actual que tienen los servicios de capacitación que ofrece el CDMA de acuerdo a las preferencias o gustos de los consumidores, dado que la mayoría de las mujeres no conocen el Centro (Ver pregunta 8, anexo 10). Además, solo un 7.32% de los encuestados que han recibido algún tipo de capacitación han sido beneficiados por el CDMA, por lo que se puede decir que una mínima parte de las mujeres apopense son beneficiadas por el Centro. Cabe mencionar que el CDMA es una institución relativamente nueva dentro del mercado, razón por la que no cuenta con un posicionamiento agresivo en las mujeres apopenses.

b. Posicionamiento Ideal

Esta etapa puede enfocarse desde dos puntos de vista:

1) Posicionamiento Ideal del consumidor

Los cursos que las mujeres usuarias desean recibir de los servicios que brinda el Centro actualmente son: Cosmetología, Bordado a Mano, Elaboración de Cartera y Otras capacitaciones como computación, contabilidad, corte y confección y comercialización.

2) Posicionamiento Ideal de la empresa

Lo que el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa quiere es brindar cobertura a todas y cada unas de las mujeres

apopenses mayores de 12 años que poseen necesidades de capacitación y que no cuentan con los recursos económicos necesarios para su desarrollo integral y su participación en las comunidades.

c. Posicionamiento Deseado

La forma en que el CDMA ha buscado posicionar sus servicios para lograr cumplir lo que el consumidor desea es: proporcionar un servicio de calidad a las actuales usuarias y mediante ellas, potenciar los servicios a más mujeres por medio de referencias. En relación a recursos económicos, gestionará fondos con instituciones y gobiernos internacionales, para poder brindar servicios más competitivos (demandados) que satisfagan las necesidades de las mujeres apopenses y que mantengan la calidad.

D. Conclusiones y Recomendaciones

Después de haber realizado el diagnóstico del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) se procedió a la formulación de conclusiones y recomendaciones que se exponen a continuación:

1. CONCLUSIONES

- Las mujeres apopenses mayores de 12 años tienen necesidades de capacitación insatisfechas, las cuáles solo algunas pueden ser atendidas por el CDMA, debido a que el Centro no brinda todos los servicios de capacitación que las mujeres demandan; lo que significa que existe suficiente demanda para ampliar la cobertura y beneficiar a más mujeres.

- El Centro actualmente tiene buena ubicación, sin embargo, no cuenta con el espacio físico suficiente para poder impartir las capacitaciones, aunque ya la Alcaldía Municipalidad de Apopa se encuentra gestionando la licitación de las nuevas instalaciones para el CDMA.
- Un 66.67% de las mujeres beneficiadas por el CDMA recibieron de forma gratuita los servicios de capacitación y un 20% cancelaron voluntariamente entre \$1 a \$2.
- El CDMA cuenta con poca cobertura dentro de su mercado meta, a pesar que no poseen una competencia directa.
- El CDMA no cuenta con el número suficiente de Talleristas especializadas y tecnología con la cuál disponer para brindar nuevos servicios de capacitación.
- El CDMA es una unidad de apoyo al beneficio social por lo tanto, su fin no es rentabilidad en la prestación de los servicios y no genera utilidades.

2. RECOMENDACIONES

- Implementar la diversificación de los servicios que buscan satisfacer las necesidades de capacitación de las mujeres apopenses mayores de 12 años como: Corte y Confección, Computación y Comercialización.

- Gestionar nuevos recursos para poder trasladarse a las nuevas instalaciones en un tiempo prudencial corto, para contar con el espacio físico suficiente e impartir las capacitaciones y poder ampliar la cobertura.
- Se recomienda mantener siempre una cuota voluntaria, dado que esto lo hace más competitivo dentro del mercado y así mismo brinda mayores oportunidades de desarrollo a aquellas mujeres mayores de 12 años con necesidades de capacitación que no cuentan con los recursos económicos necesarios para costearse los servicios.
- Con el traslado a las nuevas instalaciones se podrá ampliar la cobertura, dado que contará con dos salones más de los que cuenta actualmente, lo que le permitirá atender a más mujeres en cada uno de los talleres que brinda y así mismo implementar otros.
- Gestionar con gobiernos internacionales el financiamiento para la compra de equipo tecnológico que permita brindar los servicios de capacitación que actualmente se brindan e implementar otros. Además elaborar un plan de para incentivar a las mujeres capacitadas para ser tallerista voluntaria, además, de contratar a talleristas para los nuevos servicios a horas clase.
- Para financiar los servicios que presta el CDMA debe continuar gestionando fondos a fin de aminorar el subsidio al presupuesto generar de la alcaldía.

CAPÍTULO III

PROPUESTA PARA LA AMPLIACION DE LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA CDMA

En este capítulo, se presenta la propuesta del estudio de factibilidad para ampliar la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo de la Mujer de Apopa, el cuál se elaboró tomando como base los fundamentos teóricos desarrollados en el capítulo I y capítulo II con la investigación de campo y su respectivo diagnóstico.

Con el proyecto se pretende demostrar la factibilidad de ampliar la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo de la Mujer de Apopa para el período 2008-2010, con el fin de brindar a las autoridades municipales de Apopa una herramienta Técnica-Económica que determina la conveniencia de su realización con la propuesta descrita a continuación.

A. PROPUESTA SOBRE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CENTRO DE DESARROLLO DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

1. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Elaborar una propuesta que sirva de guía para la ampliación de la Cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA).

2. FACTIBILIDAD DE MERCADO

Se sabe que la finalidad del proyecto del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa es ayudar a las mujeres en su desarrollo integral, sin embargo, no se puede omitir el analizar sus Unidades estratégicas de negocios, para decidir cuales Unidades deben recibir más, menos o ninguna inversión y así, desarrollar estrategias de crecimiento con la Matriz de Expansión de producto-mercado para añadir servicios o unidades nuevos.

a. Matriz de Crecimiento-participación

A continuación se presenta el desarrollo de la Matriz de Crecimiento-participación.

		Alta	Baja
Porcentaje de Crecimiento en el Mercado	Bajo	Estrellas Corte y Confección Hamacas Panadería	Signos de Interrogación Repujado Tarjetas Ramos, Coronas y Arreglos de Temporada Floristería Manualidades Borda a Mano
	Alto	Vacas Lecheras	Perros Macramé Piñatería

Entre los servicios que actualmente se encuentra brindando el Centro se sugiere que se desarrollen como se describen a continuación:

Área de capacitación, formación y asesoría	Período de duración			Capacidad de atención	
	Taller (Meses)	Días por semana	Jornadas (horas)	Mínimo	Máximo
Panadería 1	5	2	2	15	26
Panadería 3	5	2	2	15	26
Panadería 2	5	2	2	15	26
Floristería básico 1	5	2	2	15	25
Floristería Avanzado 1	5	2	2	15	26
Macramé básico 2	5	2	2	10	20
Macramé avanzado 2	5	2	2	10	20
Floristería básico 2	5	2	2	8	15
Floristería básico 3	5	2	2	8	15
Floristería Avanzado 3	5	2	2	8	15
Floristería Avanzado 2	5	2	2	8	15
Piñatería 1	5	2	2	15	28
Macramé básico 3	5	2	2	8	15
Macramé básico 1	5	2	2	10	20
Macramé avanzado 3	5	2	2	8	15
Macramé avanzado 1	5	2	2	8	15
Bordado a mano 1	5	2	2	15	36
Hamacas 1**	5	2	2	15	25
Hamacas 2**	5	2	2	15	25
Repujado	5	3	1	10	20
Tarjetas	5	3	1	10	20
Bordado a mano 2	5	3	1	15	36
Manualidades 1	5	3	1	15	32
Manualidades 2	5	3	1	15	32
Piñatería 2	5	3	1	15	28
Ramos, coronas y arreglos de temporada 1	3	2	2	15	30
Ramos, coronas y arreglos de temporada 2	3	3	1	15	30
Ramos, coronas y arreglos de temporada 3	3	3	1	15	30
Ramos, coronas y arreglos de temporada 4	3	2	2	15	35
Ramos, coronas y arreglos de temporada 5	3	2	2	15	35

Ramos, coronas y arreglos de temporada 6	3	2	2	15	36
Corte y Confección	5	2	2	10	18
Corte y Confección	5	2	2	10	18
Capacitación personal	5	2	2	20	20 a 25
Organización de la mujer comunal	3	2	2	No definido	
Escuela Política	12	2	2	No definido	

Fuente: Elaboración propia del grupo.

b. Demanda

1) Análisis de la Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial es necesario analizar los diferentes factores que pueden incidir en su estimación; dichos factores se detallan a continuación:

a) El período de años a proyectar

Dado que el CDMA es una unidad dependiente de la Alcaldía Municipal de Apopa y que próximamente caducará el periodo de gestión del gobierno actual, se ha considerado prudente el proyectar únicamente para tres años, debido a que con un posible cambio de gobierno la asignación de presupuesto para este proyecto se vería posiblemente influenciado.

b) Innovación del servicio

A partir del segundo semestre de 2007, el CDMA incorpora un nuevo servicio de Corte y Confección como iniciativa de la administración del Centro. Sin embargo, es importante mencionar que dicho servicio es demandado por las mujeres apopenses mayores de 12 años por lo que se ha buscado atender esta área para cubrir tales necesidades.

c) La capacidad Instalada

En relación a la capacidad instalada para 2008, el CDMA ha proyectado un incremento en relación a 2007 debido a la mejora de la adquisición de instalaciones propias, con mejores instalaciones en cuanto a su tamaño, ubicación y distribución la cual se observa en anexo No. 9. Razón por la cual refleja un incremento considerable en dicha proyección y contempla a 1500 mujeres beneficiadas para un período de un año durante los próximos 3 años

d) Participación en Talleres Anteriores

En concordancia con los talleres que ofrece el CDMA es significativo recordar que algunos se imparten en dos niveles, por lo cual, la demanda en el segundo nivel se ve limitada por las mujeres que culminan el primero.

e) Nivel de deserción

Debido a múltiples factores como: por algún desinterés por parte de la mujeres, limitantes económicas y familiares entre otras, las mujeres apopenses se miran en la necesidad de no finalizar el taller.

f) Servicio complementarios

Dado que son charlas formativas sobre: Sexo y Género, Equidad de Género, Derecho sobre la Mujer, Autoestima, Salud Preventiva, Valores y Realidad Nacional; algunos son impartidas entre las beneficiarias de los distintos talleres y éstos a su vez se encuentran influenciados por diversos factores sociales como la tasa de violencia, la educación y cultura razón por la cual se considera que para la proyección de éstos y por no tener criterios fidedignos de proyección, fueron tratados bajo el supuesto aplicado a los talleres.

g) Talleres que se imparten fuera del Centro

Para determinar la distribución de los talleres a impartirse fuera del CDMA y por ende la redistribución por área rural y urbana; según la interpretación realizada en el capítulo II, del total de los cursos impartidos fuera de las instalaciones del centro debería beneficiarse a un 19% aproximadamente de la población del área rural que demandan servicios que sea ofrecido en la comunidad (ver pregunta No 5 del anexo No 10), por lo tanto, los talleres de Piñatería, Ramos, Coronas y Arreglos de Temporada y Manualidades (que incluye la elaboración de carteras); se consideraran como parte de los servicios que se impartirán directamente en la zona rural.

Además, el taller de Corte y Confección se impartirá fuera de las instalaciones de CDMA, debido a que este es un servicio que se brindará por un convenio pactado entre el CDMA y el CRD (Coordinadora para la Reconstrucción y el Desarrollo), el cual ha prestado instalaciones ya equipadas para poder brindar este servicio.

2) Proyección de la Demanda

En razón de que los servicios de capacitación tienen una alta demanda por parte de las mujeres apopenses mayores de 12 años, se ha establecido la proyección de la demanda a través del método Incremental. La demanda correspondiente para el año 2008 se ve influenciada por el incremento de la capacidad diseñada cambiando de 500 a 1500 mujeres beneficiadas, por lo tanto, se ha considerado únicamente triplicar la demanda con relación al 2007 que con base al plan de trabajo sugerido es posible lograr. Para proyectar la demanda 2009 y 2010 se utilizó la variación del 10% que surgió del incremento de 2007 con respecto a 2006.

DEMANDA PROYECTADA DE MUJERES POR TALLER DE 2008 A 2010					
Talleres	2006	2007	2008	2009	2010
Panadería y Pastelería	20	43	129	142	156
Floristería Básico	78	30	90	99	109
Floristería Avanzado	15	29	87	96	105
Macramé Básico	25	30	90	99	109
Macramé Avanzado	-	29	87	96	105
Piñatería	96	30	90	99	109
Repujado	-	9	27	30	33
Elaboración de Tarjetas	-	12	36	40	44
Manualidades	47	34	102	112	123
Hamacas	42	30	90	99	109
Bordado a mano	32	40	120	132	145
Ramos, coronas y arreglos de temporada	45	54	162	178	196
Corte y Confección **	-	70	70	70	70
Subtotal	400	440	1,180	1,291	1,413
Charlas Formativas	2006	2007	2008	2009	2010
Asesoría sobre Violencia Intrafamiliar *	-	39	117	129	129
Escuela Política	20	18	54	59	59
Salud Mental	-	29	87	96	96
Taller de Masculinidad	-	33	99	109	109
Subtotal	20	119	357	393	393
TOTAL	420	559	1,537	1,684	1,806

Fuente: Elaboración propia del grupo.

Supuestos:

* Para la proyección de mujeres que recibirán asesoría sobre Violencia Intrafamiliar, se obtuvo mediante el porcentaje de asesoría que se impartió en el primer semestre de 2007.

** Considerando que el taller vocacional de Corte y Confección se inicia para el segundo semestre de 2007, donde se ha proyectado el 88% de su capacidad instalada (88% de las 80 mujeres proyectadas = 70 mujeres) y se considera constante dado

que no aumenta la capacidad instalado y sólo se impartirá en el CRD.

Cálculos:

$$\text{Proyección}_{2008} = 559 * 3$$

$$\text{Proyección}_{2008} = 1,537 \text{ mujeres}$$

$$\text{Proyección}_{2009} = 1,537 + (1,537 * 10\%)$$

$$\text{Proyección}_{2009} = 1,684 \text{ mujeres}$$

$$\text{Proyección}_{2010} = 1,684 + (1,684 * 10\%)$$

$$\text{Proyección}_{2010} = 1,806 \text{ mujeres}$$

c. Oferta

Es importante recordar que, a pesar de que los servicios de formación, capacitación y asesoría que brinda el CDMA tienen una demanda alta dentro del Municipio de Apopa, no cuenta con una competencia directa y los que brindan algunos de los servicios no poseen una cuota voluntaria ni el mismo mercado meta.

d. Segmentación de mercado

Es importante el tener claro cuál es el segmento de mercado hacia el cuál se dirige dado que ayuda a definir con más precisión las necesidades de las usuarias, por lo cual se sugiere dictar criterios que ayuden a describir el segmento que más beneficia el CDMA.

- **Geográficos:** Departamento de San Salvador, Municipio de Apopa.

- **Demográficos:** Género Femenino, mayores de 12 años, solteras, casadas, acompañadas, divorciadas y viudas con un bajo nivel de ingresos y de cualquier ocupación.
- **Psicológicos:** mujeres con baja autoestima, introvertidas, violentadas física y mentalmente.
- **Socio-culturales:** mujeres que profesen cualquier religión y cualquier raza y con bajos recursos económicos.
- **Autorrealización:** mujeres de baja autoestima y sin desarrollo integral como persona y ser humano.

e. Mercado meta

El mercado meta que cubre el CDMA son las mujeres apopenses mayores de 12 años con necesidades de capacitación para su desarrollo integral.

f. Mezcla de Comercialización

1) Servicios

Este es un punto muy importante que contribuye directamente a beneficiar al mercado meta del CDMA por lo cual se considera que el proyecto sería más integral si se ampliara un poco más la diversidad de servicios de capacitación. Es decir incluyendo los talleres de Cosmetología, Computación y Comercialización.

a) Propuesta de Servicios

- **Charlas formativas sobre:** Sexo y Género, Equidad de Género, Derecho sobre la Mujer, Auto Estima, Salud Preventiva, Valores y Realidad Nacional. (Ver Plan de Trabajo Pág. 133)

- **Talleres:**

Floristería básico y avanzado, Macramé básico y avanzado, Piñatería, Hamaca, Repujado, Bordado a mano, Elaboración de Tarjetas, Carteras, Manualidades y Ramos, coronas y arreglos de temporada.

2) Precio

En relación al precio con base al segmento de mercado al cual se proyecta dicho Centro se sugiere continuar trabajando con una cuota voluntaria, pues esto hace más factible para las mujeres apopense el acceder a cualquier servicio de capacitación que contribuya a su desarrollo integral, a fin de seguir cumpliendo con el objetivo de ser una institución con visión social, además, el CDMA debe crear el mecanismo de autosostenibilidad para cada uno de los cursos, por lo cual, debe vender el mayor número de artículos que allí se elaboran a fin de contribuir de a mejorar la situación económica proveniente de ingresos propios.

3) Canales de Distribución

Se sugiere seguir usando el canal directo, el cual han utilizado desde comienzos de operaciones del Centro.



Mujeres mayores de 12 años con necesidades de formación, capacitación y asesoría.

4) Promoción

Este es un factor que contribuye a ampliar la cobertura de los servicios ofrecidos por el CDMA, razón por la cual se debe de

apoyar y dirigir esfuerzos para esta área. La toma de decisiones sobre promoción es un proceso constituido por cinco pasos:

- **Determinación de objetivos:** a través de esta poderosa herramienta de promoción se pretende llegar a las mujeres mayores de 12 años e invitarlas a tomar cualquier servicio que brinde el Centro y a la vez obtener así un mayor posicionamiento dentro del mercado.

- **Decisiones sobre el presupuesto:** el presupuesto que se requiere asignar para la realización de plan de promoción asciende a \$300 y ha sido elaborado con base a lo que puede gastarse.

- **Adopción del mensaje:** se pretende llamar la atención de las mujeres apopenses con el eslogan "*Construye un mejor porvenir*" y "*Descubre de lo que eres capaz*".

- **Decisiones sobre los medios que se utilizarán:** los medios que se emplearán se han seleccionado debido a que son relativamente económicos y efectivos.

- **Evaluación:** Se recomienda hacer una evaluación semestral acerca de la influencia de la promoción en el número de las inscripciones por cada taller.

A continuación se plantea un plan de promoción que ayudará en la ampliación de la cobertura del CDMA:

Acciones	Fechas (mes)	Costo	Responsable	Recursos y Medios
Visita a diferentes comunidades del Municipio para hacer la invitación a formar parte de los diferentes cursos	I parte: Enero - Febrero II parte: Junio - Julio		promotoras del CDMA	Recurso Humano
Medios de comunicación local	Enero, Junio		Administración CDMA	Canal 50
Pegar afiches en lugares concurridos (ver Anexo N° 13)	I parte: Enero - Febrero II parte: Junio - Julio	\$0.80 c/u	promotoras del CDMA	50 afiches y Recurso Humano
Entrega de volantes (ver Anexo N° 14)	I parte: Enero Febrero II parte: Junio - Julio	\$0.12 c/u	Administración CDMA	2000 hojas volantes (papel bond) ¼ de Pág. un solo lado y Recurso Humano
Exhibición de productos e inscripción de mujeres interesadas (ferias)	Mayo, Noviembre		Administración CDMA	Recurso Humano

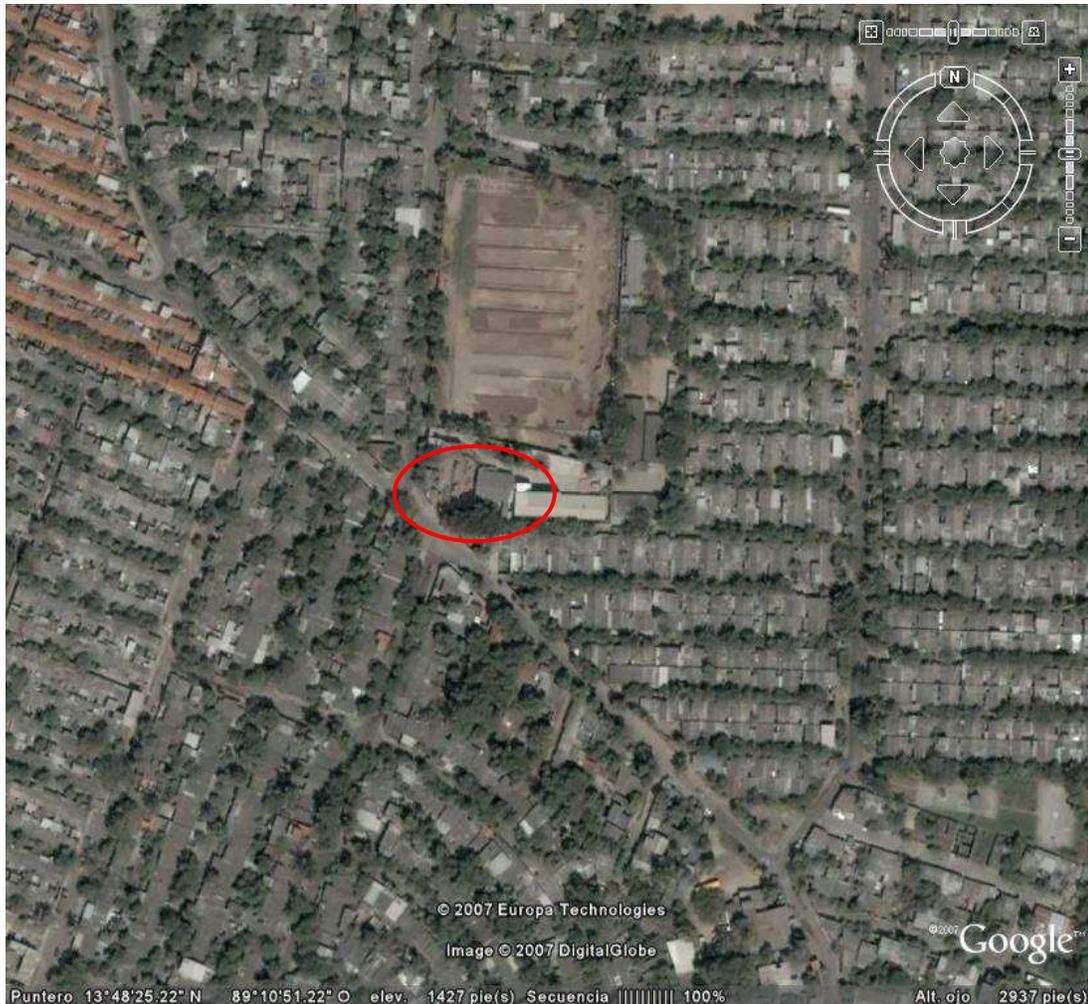
Fuente: Elaboración propia del grupo.

3. FACTIBILIDAD TÉCNICA

a. Localización del Proyecto

Puesto que el Centro para el próximo año 2008 contará con nuevas y propias instalaciones la Microlocalización es la que cambiará dado que su Macrolocalización siempre será el Municipio de Apopa (ver pág. 90).

Microlocalización de las nuevas instalaciones del CDMA.



Fuente: <http://earth.google.com/apopa,sansalvador,elsalvador>.

b. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es un factor que se ampliará, dado que con las nuevas instalaciones el CDMA podrá brindar más cobertura, por lo tanto, de ser un proyecto destinado para 500 mujeres apenses, a partir del año 2008 proyectará a atender a 1500 mujeres apenses mayores de 12 años, aproximadamente.

Entonces, con base a lo anterior la capacidad del CDMA para brindar los servicios durante la vigencia del período de un año sería:

1) Capacidad Diseñada Proyectada

El máximo nivel posible de prestación de los servicios es de 1,500 mujeres para el periodo de un año el cual se tiene contemplado para los tres siguientes años 2008-2010.

2) Capacidad Instalada Proyectada

La capacidad máxima disponible de prestación de los servicios para el periodo de un año es la que se muestra a continuación:

Año	Capacidad Instalada Proyectada (mujeres capacitadas)
2008	1,537
2009	1,684
2010	1,806

Fuente: Elaboración propia del grupo.

c. Ingeniería del Proyecto

Con anterioridad la administración del Centro ha buscado la optimización de recursos, dado que no se cuenta con suficiente financiamiento para cubrir todas las necesidades del proyecto; razón por la que se ha propuesto considerar recursos humano voluntario para impartir algunos cursos básicos, es decir talleristas voluntarias, de esta forma, parte de los recursos invertidos en la capacitación de éstas se verían doblemente

aprovechados a través del siguiente programa de cooperación universitaria.

El Programa de Cooperación Universitaria para el Desarrollo de Proyectos Sociales el programa está dirigido a estudiantes universitarias que requieren ganar horas de servicio social, exigidas por las distintas universidades del país como requisito de graduación; se realiza a través de cursos y seminarios que las capacita en el voluntariado y formulación y evaluación de proyectos. Su trabajo de campo consiste en brindar asesoría y monitoreo a proyectos de desarrollo social, asistencia empresarial y jurídica, y seguimiento de los proyectos productivos de las beneficiarias.

Así mismo, no debe de dejarse de lado el hecho de organizar y coordinar el recurso humano disponible con el espacio físico o salones para impartir talleres tanto dentro como fuera del centro.

1) Generalidades de la Ingeniería del Proyecto

Nombre del proyecto: Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa para el Rescate de las mujeres jóvenes con problemas sociales y necesidades de capacitación en el municipio de apopa.

Ubicación: Municipio de Apopa

Departamento: San Salvador

Municipio: Apopa

Área: Urbano y Rural

Tipo de obra: Ampliación y Equipamiento

Misión del Centro propuesta

Somos un Centro de Desarrollo Municipal que ofrece la capacitación, formación y asesoría, para promover y potencializar el liderazgo femenino, fomentar en las Comunidades la participación y el protagonismo en el desarrollo integral de la Mujer del Municipio de Apopa.

Visión del Centro propuesta

Lograr ser un Centro de Desarrollo Municipal que cuente con amplia cobertura de servicios de capacitación, formación y dentro del Municipio de Apopa al servicio de las mujeres apopenses.

Valores:

Integridad: obrar de acuerdo a los principios de verdad, de respeto a los compromisos contraídos y de honestidad consigo mismo y con los demás.

Servicio: contar con un espíritu de servicio para realizar el trabajo con actitud positiva, atención oportuna, con calidad y calidez.

Credibilidad: trabajar en congruencia con lo que decimos y hacemos, para lograr el objetivo con unidad y equidad.

Profesionalismo: brindar servicios de formación, capacitación y asesoría competitivos.

Desarrollo Humano: siendo entes de desarrollo del Municipio, al impulsar el desarrollo integral de las mujeres apopenses por medio de los diversos servicios que se brindan.

Solidaridad: promover el apoyo entre las mujeres Apopense en sus diversos problemas, buscando soluciones y fomentando la cultura de denuncia.

2) Descripción del proyecto

El proyecto consiste en la ampliación del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) donde se imparten una serie de talleres vocacionales que ayuden al desarrollo de los conocimientos de las mujeres apopenses; alternamente se impartirán charlas de formación personal, los cuales vendrán a dar énfasis en el desarrollo integral de la mujer y los problemas sociales, en beneficio de la política de equidad de género que como unidad dependiente de la alcaldía busca dar con esmero al rescate de las mujeres jóvenes con problemas sociales; tales talleres y charlas se impartirán en el período de un año que está compuesto por dos fases, para dar mayor cobertura tanto a nivel urbano como rural, los cuales se proyecta sean renovables.

3) Objetivos del Proyecto Propuesto

Objetivo General del Proyecto Propuesto:

Dar seguimiento al proyecto del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA) para ampliar la cobertura de los servicios, en el municipio de Apopa.

Objetivos Específicos del Proyecto Propuesto:

- Beneficiar a más mujeres apopenses facilitando su desarrollo integral.
- Contribuir a mejorar los servicios ofrecidos por parte del CDMA para reducir las necesidades de formación, capacitación y asesoría de las mujeres apopenses.
- Proporcionar a la mujer Apopense una capacitación integral que le permita insertarse en el mercado laboral o establecer su microempresa familiar.
- Impulsar la política de equidad de género en los diversos campos del desarrollo socio-cultural y económico.
- Promover oportunidades de empleo para mejorar las condiciones económicas

4) Costo del Proyecto Propuesto

\$63,155.36 para 2008, \$64,162.01 para 2009 \$64,778.38 para 2010 (Dólares Americanos).

5) Identificación de beneficiarios del Proyecto Propuesto

- **Beneficiarias directas:** las mujeres beneficiadas con el aprendizaje de cada uno de los cursos que se imparten en el CDMA y sus familias.
- **Beneficiarios indirectos:** instituciones que requieren personal que posean destrezas aprendidas en el CDMA y la comunidad en general que adquieren artículos que han sido elaborados en el CDMA.

d. Distribución de las instalaciones del CDMA

Como el espacio físico con que cuenta de 60mts², se incrementará a 146.73mts² (ver anexo N° 9), dado que en las nuevas instalaciones cuenta con 2 salones más, para impartir los diversos talleres los cuales son amplios, se considera que alternamente se pueden impartir dos talleres y en el Salón que será exclusivo para panadería se considera que es prudente que para el último trimestre de cada año, sea utilizado para impartir talleres temporales como "Ramos, coronas arreglos y temporada"

e. Equipo y Herramientas

El equipo y herramientas con que cuenta el CDMA, no logra cubrir las expectativas de crecimiento proyectadas para los siguientes periodos (2008-2010), por lo que se propone la adquisición de más herramientas como se detalla a continuación:

75 sillas plásticas	\$ 262.50
1 mesa metálica para panadería	\$ 175.00
1 Pizarra	\$ 100.00
Total inversión	\$ 537.50

f. Obtención de insumos

La obtención de insumos será siempre accesible dado que son materiales de uso común que se encuentran en todo tipo de establecimiento, por lo que para su obtención es necesario realizarlas a través de cotizaciones, para aprovechar los mejores precios del mercado.

4. EVALUACIÓN ECONÓMICO Y FINANCIERO

a. Estudio Económico

1) Valorización de la Inversión a realizarse

Infraestructura: para el último trimestre de 2007 se realizará una inversión sobre inmueble más infraestructura para la apertura de local de carácter propio del CDMA, el cual asciende a \$34,000.00 que se obtendrá por donaciones, por parte de Gobiernos extranjeros (ver flujo de efectivo en Pág.129).

Equipo: para el año 2008 se tiene proyectado la compra de 75 Sillas, una pizarra y una mesa metálica de trabajo para panadería lo cual asciende a \$537.50.

2) Capital de Trabajo

Como se explicó en el capítulo anterior el capital de trabajo con el que cuenta el CDMA es establecido según las necesidades estimadas para el proyecto dentro del presupuesto, y las facilidades de ser aprobado se encuentra en congruencia con los datos históricos y la justificación que presente el proyecto ante el Concejo; el cual, al ser aprobado por el Concejo Municipal deberá ser liquidado cada fin de año.

Entonces, tomando en cuenta que si los egresos son mayores a los ingresos, siempre habrá necesidad de más capital de trabajo. Para tal caso el CDMA seguirá gestionando fondos para cubrir el proyecto en marcha por la ampliación de la cobertura de sus servicios. Determinando de esta manera una proyección de capital

de trabajo para iniciar 2008 por \$63,692.86; para 2009 por \$64,162.01; y para 2010 por \$64,778.38. (Ver flujo de efectivo en Pág.129).

3) **Financiamiento**

a) **Fuentes de Financiamiento**

Las fuentes de financiamiento con que cuenta el CDMA son tres: Cuota voluntarias, Donaciones, Aporte de la Alcaldía y Fondo FODES, las cuales se describen a continuación y se encuentra distribuidas de la siguiente forma:

RUBROS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
Ingresos			
Cuota Voluntarias	1.48%	1.61%	1.75%
Donaciones	3.77%	3.74%	3.70%
Aporte Alcaldía	55.50%	55.69%	55.96%
Fondo FODES	39.25%	38.96%	38.59%
Total Ingresos	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia del grupo.

- Proveniente de Ingresos por prestación de servicios o cuotas voluntarias: Considerando al mercado meta que persigue el CDMA, que son mujeres violentadas de bajos recursos económicos, éste no percibe fondos con fines de lucro y el porcentaje es bajo, pero debido a su nueva ventaja de aperturar nuevas instalaciones más amplias y poder ofrecer el servicio a más mujeres; se proyectan ingresos que logren cubrir hasta un 1.75% de los gastos en que incurren.
- Proveniente de Ingresos por donaciones: dentro de este rubro se ha contemplado el pago de dos talleristas eventuales que

proporciona la embajada de España en el 2007 y que se estima continuará financiando; además, se ha proyectado proporcionar al centro donaciones en concepto de pago de talleristas voluntarias, que se proyecta gestionar con instituciones de los ayuntamientos de España.

- Proveniente de la Alcaldía Municipal de Apopa: la Alcaldía ha financiado para 2007 casi un 37% sobre los gastos totales por parte del CDMA, por lo que de igual forma, con la propuesta que se presenta para cada año siguiente se espera que su aportación sea de 55.71% en promedio para el período de 2008-2010 (ver flujo de efectivo en Pág.129).
- Proveniente del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES): debido a la adquisición de un local propio por parte del CDMA, este ha logrado triplicar la capacidad de atender a más mujeres, por lo que se ha considerado que el Fondo FODES puede incrementarse en un 208% en relación a 2007 (ver flujo de efectivo en Pág.129).

4) Flujo de Efectivo

Con el flujo de efectivo se presenta en forma comprensible y consolidada la información sobre el manejo de efectivo que tendrá dicho proyecto; es decir, su obtención y utilización por parte de la entidad durante el período determinado y, como consecuencia, mostrar una síntesis de los cambios ocurridos en la situación financiera para que los usuarios interesados puedan conocer y evaluar la factibilidad de ampliar la cobertura de servicios.

A continuación, el siguiente cuadro muestra la conducta del efectivo a través de ingresos y egresos proyectados para un período de tres años.

FLUJO DE EFECTIVO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
Ingresos						
Cuota voluntarias (Ver anexo 20)		\$ 398.79	\$827.00	\$ 944.00	\$1,032.80	\$1,130.48
Donaciones*(Ver página 127)		\$10,000.00	\$35,500.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
Aporte Alcaldía (Ver pág. 127)		\$2,256.94	\$28,930.37	\$35,348.86	\$35,729.21	\$36,247.90
Fondo FODES**(Ver página 127)		\$ -	\$12,000.00	\$25,000.00	\$25,000.00	\$25,000.00
Total ingresos		\$12,655.73	\$77,257.37	\$63,692.86	\$64,162.01	\$64,778.38
Egresos						
Gastos de operación (ver anexo n° 16)		\$5,385.35	\$6,418.93	\$16,709.16	\$17,799.30	\$18,393.68
Gastos de administración y financieros (ver anexo no.17)		\$6,370.13	\$27,813.44	\$30,446.20	\$30,362.71	\$30,384.69
Depreciación (ver anexo no.18)				\$16,000.00	\$16,000.00	\$16,000.00
Inversión sobre infraestructura (ver pág.125)			\$34,000.00			
INVERSIÓN SOBRE EQUIPO (Ver anexo No.19)		\$ 900.25	\$9,025.00	\$ 537.50		
Total Egresos		\$12,655.73	\$77,257.37	\$63,692.86	\$64,162.01	\$64,778.38
TOTAL		\$ 0.0	\$ 0.0	\$ 0.0	\$ 0.0	\$0.0

Fuente: Elaboración propia del grupo, preparado con información brindada por la Alcaldía Municipal de Apopa.

Supuestos:

*A partir de 2008 \$2400 fueron gestionados con fondos de ayuntamiento de España para pago de talleristas.

**Gracias a que se incremento la cobertura del proyecto, entonces se ha considerado que el Fondo FODES puede incrementarse en un 208% en relación a 2007.

b. Evaluación Financiera

1) Valor Actual Neto (VAN)

Llevando a cabo la evaluación económica a través del valor monetario para comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos para producir dicha ganancia, y que ésta a su vez tiene que ser mayor a cero; tenemos como resultado una VAN de menos \$227,084.84 (Ver Anexo 15), por lo cual, resulta que el proyecto no es rentable ante tal análisis. Pero recalcando el tipo de mercado el cual está dirigido el CDMA, no se espera tener ganancia monetaria más que lograr beneficiar a las mujeres apopenses.

AÑOS	INVERSIÓN	INGRESOS	EGRESOS	BENEFICIOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION (18%)	VAN	
2006	\$ -	\$ 398.79	\$11,755.48	\$(11,356.69)	0.8475	\$(13,400.22)	
2007	\$ -	\$ 827.00	\$77,257.37	\$(76,430.37)		\$(76,430.37)	
2008	\$ -	\$ 944.00	\$63,692.86	\$(62,748.86)	1.1800	\$(53,177.00)	
2009	\$ -	\$1,032.80	\$64,162.01	\$(63,129.21)	1.3924	\$(45,338.42)	
2010	\$ -	\$1,130.48	\$64,778.38	\$(63,647.90)	1.6430	\$(38,738.83)	
Fuente: Elaboración propia del grupo.						Suma	\$(227,084.84)
						Inversión Inicial	\$ -
						VAN	\$(227,084.84)

2) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Desde el momento que el análisis de el VAN nos refleja la negatividad de llevar a cabo tal proyecto, considerando el

concepto de beneficio social, queda de más el cálculo de la TIR, debido a que el proyecto no genera ganancia económica más que social.

3) Relación costo beneficios

$$\text{RELACIÓN B/C} = \frac{\$348,745.41}{\$281,653.36} = \$ 1.24$$

Por cada dólar que se invierte se obtiene un beneficio de \$0.24 cts., estimado en unidades monetarias, es decir, ahorro indicando que el proyecto es económicamente aceptable.

Tales ahorros se distribuyen a continuación:

AÑOS	AHORROS TOTALES*	FACTOR DE ACTUALIZACION (18%)	VAN ACTUAL AHORROS	COSTOS TOTALES	VAN ACTUAL COSTOS
2006	\$ 23,100.00	0.8475	\$ 19,577.25	\$12,655.73	\$10,725.73
2007	\$ 26,330.00		\$ -	\$77,257.37	\$ -
2008	\$ 70,590.00	1.1800	\$ 83,296.20	\$63,692.86	\$75,157.58
2009	\$ 77,229.00	1.3924	\$107,533.66	\$64,162.01	\$89,339.18
2010	\$ 84,198.60	1.6430	\$138,338.30	\$64,778.38	\$106,430.87
			\$348,745.41		\$281,653.36

Fuente: Elaboración propia del grupo.

* Para determinar los ahorros totales que tendrán las mujeres apopenses beneficiadas por el proyecto se utilizó un precio promedio del mercado de lo que pagarían si recibieran los servicios en una institución privada con fines de lucro (Ver Anexo 21).

5. FACTIBILIDAD ECONÓMICA SOCIAL

a. Sin Propuesta

En cuanto a la ubicación del nuevo local, se encuentra en un área central del municipio por lo que se convierte en una zona estratégica es una razón beneficiosa para el proyecto considerando la circulación peatonal del lugar, dándose a conocer tan solo por su ubicación estratégica. El local cuenta con instalaciones apropiadas y amplias; sin embargo, de no ocuparse en la penetración del mercado y la del desarrollo de producto para brindar los servicios a manera como se proyecta, mantendrá capacidad ociosa y los recursos no serán optimizados.

b. Con Propuesta

Gestionando la penetración del mercado, es decir, invirtiendo en publicidad el CDMA logrará darse a conocer más a las mujeres apopenses o su mercado meta, logrando generar más demanda a tales servicios y beneficiando por lo tanto a más mujeres; dado que con la aplicación de la propuesta planteada se logrará la ampliación de la cobertura de los servicios que ofrece el CDMA beneficiando a 1,537 mujeres para el año 2008, 1,684 mujeres para el año 2009, 1,806 mujeres para el año 2010 (Ver Pág.120).

Con respecto al desarrollo de servicios se logrará compensar en las necesidades de formación, capacitación y asesoría del mercado meta dado que se ampliará el número de horas por jornada en las que se imparten los cursos y por ende, cubrir las necesidades más inmediatas, alcanzando a su vez las proyecciones planeadas para cada año; tomando en cuenta que el CDMA dentro del municipio de Apopa, no cuenta con una competencia directa,

lo cual contribuirá a dar cumplimiento a la política de equidad de género que impulsa el actual gobierno de la Alcaldía Municipal de Apopa.

Por tanto, se considera que es factible la ampliación de los servicios de formación, capacitación y asesoría del CDMA dado que proporcionará un ahorro a las mujeres apopenses con necesidades de capacitación, dicho ahorro se encuentra valorado en \$348,745.41 (para el año 2007) quienes son las beneficiarias directas sin contar con los beneficiarios indirectas que éstos recibirán (ver distribución de ahorro Pág. 131).

6. GENERALIDADES SOBRE COBERTURA

a. Matriz de expansión del producto-mercado

		Productos Existente		Productos Nuevos
Mercados Existentes	2. Penetración del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • El CDMA no estará modificando la esencia de los servicios que ofrece. • Se fortalecerá la publicidad incrementándola en función del plan de trabajo. • Cubrir más el mercado existente a través de estrategias de promoción, como Ferias de Artesanales 	3. Desarrollo del producto	<ul style="list-style-type: none"> • Se desarrolla el nuevo servicio de corte y confección. • Se brindará mayor número de jornadas para cada uno los cursos.
Mercados Nuevo	1. Desarrollo del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • El CDMA no busca desarrollar nuevos segmentos de mercado. 	4. Diversificación	<ul style="list-style-type: none"> • No busca adquirir nuevos negocios que estén fuera de su mercado meta

Fuente: Elaboración propia del grupo.

b. Plan de Trabajo para Lograr la ampliación de la cobertura de los servicios del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)

1) Metas de Enero a Diciembre

- Lograr la concientización de las mujeres en su mayoría sobre la importancia de sus derechos.
- Lograr la participación democrática y conciente de las secretarias de la mujer en su comunidad.
- Lograr que un 50% porcentaje de las mujeres organizadas sean capacitadas integralmente.
- Lograr que las mujeres conozcan la importancia que tiene la salud preventiva y psicológica.
- Lograr que las mujeres organizadas gocen de estos espacios.
- Lograr la participación de líderes en la mesa ciudadana
- Lograr que la mayoría de las mujeres sean capacitadas en la micro y pequeña empresa.

2) Objetivos

Objetivo General:

Establecer un plan de trabajo que sirva de apoyo en la gestión participativa de acción a seguir, para persuadir de su aprobación a los que toman las decisiones, y como documento guía de las actividades a efectuar durante el período de un año; promoviendo el desarrollo integral y empoderamiento con conciencia crítica y analítica de las mujeres apopenses a

través de programas que fortalezcan sus capacidades, valores y principios.

Objetivos Estratégicos:

- Promover la sensibilización, organización y movilización de las mujeres en la defensa de sus derechos humanos.
- Contribuir en la organización de las mujeres a través de las secretarías de la mujer en las comunidades del municipio.
- Brindar capacitaciones con diferentes programas de desarrollo humano.
- Promover la salud preventiva y psicológica.
- Facilitar espacios de recreación y desarrollo cultural para la mujer.
- Fomentar e impulsar el aprendizaje entre las mujeres capacitadas.
- Promover el desarrollo y/o aplicación de las políticas de equidad de género que favorecen la participación de las mujeres apopenses.
- Fomentar el trabajo en conjunto con otras instituciones que brinden apoyo para las mujeres.

3) Indicadores de logros

- Número de mujeres inscritas
- Número de mujeres capacitadas y graduadas
- Número de microempresas formadas
- Número de microempresas asesoradas

4) Actividades a realizar de enero a diciembre (cada periodo)

- Acompañamiento y asesoramiento en los diferentes problemas de las mujeres.
- Realizar asambleas de mujeres para el seguimiento de las secretarías.
- Gestionar alianzas con diferentes organizaciones que apoyen el desarrollo integral de la mujer para reclutar mayor número de mujeres a beneficiar en el Centro.
- Coordinar campañas médicas con la Clínica Municipal y otras con incidencia en el municipio que apoyen la salud.
- Realización de intercambios de experiencias con otros Municipios
- Coordinar con la Oficina Municipal de Apoyo a la Microempresa (OMAN) las capacitaciones empresariales
- Participación en Ferias Artesanales.
- Gestión y Coordinación con entidades de educación superior (universidades) estudiantes en servicio social para talleristas voluntarias.

5) Estrategias a implementar para lograr la ampliación de la cobertura del CDMA con base al plan de trabajo de enero a diciembre

- Asambleas generales de información sobre procesos organizativos.
- Gestionar fondos económicos para apoyar las iniciativas de las mujeres.
- Coordinar con las instancias municipales que promueven los espacios de recreación, cultura y deportes para las mujeres.

- Orientar desde el Centro Municipal de Desarrollo de la Mujer las diferentes actividades que nos encaminen a la salud.
- Coordinar desde el Centro Municipal de Desarrollo de la Mujer los intercambios de experiencia a nivel nacional e internacional.
- Promover la asociatividad en la Micro y Pequeña empresa a las mujeres organizadas.
- Implementar la Cooperación Universitaria para el Desarrollo de Proyectos Sociales.
- Establecer contacto con otras instituciones que brindan apoyo a las mujeres para invitarlas a inscribirse y recibir los servicios que brindan al CDMA.

6) Cronograma de actividades para la ampliación de la cobertura de los servicios ofrecidos por el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer Apopa (CDMA)

Fechas	Actividades	Estrategias	Recursos	Responsable	Coordinación
Enero	Promoción del Inicio de los Talleres	Recorrer diversas comunidades para repartir propaganda así como pegar afiches en lugares estratégicos de los cursos a impartir y solicitar un espacio para entrevista en canal 50	Hojas Volantes y Afiches	Ludy Noemí de Medina y personal del CDMA	CDMA
	Inscripción de Mujeres participantes en talleres	Establecer jornadas de inscripción así como proporcionar asesoría de los diversos cursos que se impartirán	Fichas de inscripción	Personal CDMA	CDMA
	Jornada para fomentar la cultura de la denuncia en la mujer del Municipio.	Convocar a mujeres de la comunidad para dar charla sobre la denuncia de violencia de los derechos	Papelería, cañón y refrigerio	Coordinadora del CDMA.	Comisión de la Mujer
	Establecer contactos con diferentes instancias para obtener redes de apoyo	Coordinar desde el CDMA. Con diferentes instancias locales y nacionales, dependiendo de los casos.	Perfil del programa	Coordinadora del CDMA.	CDMA
Febrero	Inicio de los Talleres	Motivar a las mujeres para recibir los cursos además, proporcionar un servicio de calidad de manera eficiente y así lograr el beneficio social	Todo material necesario para llevar a cabo cada uno de los cursos	Facilitadoras e Instructoras	CDMA
	Seguimiento permanente a Comités de Mujeres	Reuniones de tipo informativas así como capacitaciones	Papelería, cañón, etc.	Ludy Noemí de Medina.	

Fechas	Actividades	Estrategias	Recursos	Responsable	Coordinación
Marzo	Asamblea para Secretaría de la Mujer	Establecer redes de apoyo con la Secretaría	Mesas, sillas y refrigerio	Ludy Noemí de Medina	CDMA
	Homenaje al día internacional de la Mujer(8 de Marzo realizado)	Celebrar el día internacional de la mujer a fin de servir como incentivo el autoestima de la mujeres que reciben el servicio	Mesas, sillas y refrigerio,	Ludy Noemí de Medina	CDMA
Abril	Gestionar con diferentes organizaciones que apoyen el desarrollo integral de la mujer.	Gestión de fondos para apoyar iniciativas de las mujeres.	Perfil del programa	Comisión de la Mujer	CDMA
Mayo	Coordinar Campañas Médicas para Mujeres a través de la Clínica Municipal. Día internacional de la Salud femenina (28 de Mayo)	Motivar a las mujeres en el cuidado de la salud corporal	Proporcionados por la clínica	Ludy Noemí de Medina y Dra. Yasika de Chinchilla	CDMA
	Feria artesanal	Involucrar el mayor número de mujeres para que promuevan sus productos y a la vez promocionar los servicios de CDMA	Canopes, diversos productos elaborados por las mujeres del Centro	Mesas, sillas, canopes, banner y refrigerios	CDMA
Junio	Clausura de los Talleres	Realizar un acto de graduación por la culminación del curso recibido y a la vez persuadir a las mujeres a continuar con nuevos cursos para el próximo semestre	Mesas, sillas, Canopes, refrigerio, diplomas, etc.	CDMA Y OMAN	Comisión de la Mujer.
Julio	Promoción del Inicio de los Talleres	Recorrer diversas comunidades para repartir propaganda así como pegar afiches en lugares estratégicos del los cursos a impartir y solicitar un espacio para entrevista en canal 50	Hojas Volantes y Afiches	Ludy Noemí de Medina y personal del CDMA	CDMA
	Inscripción de Mujeres participantes en talleres	Establecer jornadas de inscripción así como proporcionar Asesoría de los diversos cursos que se impartirse	Fichas de inscripción	Personal CDMA	CDMA

Fechas	Actividades	Estrategias	Recursos	Responsable	Coordinación
Julio	Inicio de los Talleres	Motivar a las mujeres para recibir los cursos además, proporcionar un servicio de calidad de manera eficiente y así lograr el beneficio social	Todo material necesario para llevar a cabo cada uno de los cursos	Facilitadoras e Instructoras	CDMA
Agosto	Panel Forum sobre los Derechos de la Mujer	Realizar un forum sobre Derechos de la Mujer con el objetivo que conozcan los derechos básicos y no permitir el abuso	Mesas, sillas y refrigerio,	participación ciudadana y mujeres organizadas	CDMA, Procuraduría DDHH y
				CDMA	Comisión de la Mujer
Septiembre	Organización de Intercambio de Experiencias, formativas, talleres y convivios con otros Municipios.	Coordinar con las instancias que promueven los espacios de recreación de cultura y deportes para las mujeres y lograr el intercambio de experiencias	Transportes, papelería y refrigerio-	CDMA	Comisión de la Mujer.
	Promoción del Inicio de los Talleres	Recorrer diversas comunidades para repartir propaganda así como pegar afiches en lugares estratégicos del los cursos a impartir y solicitar un espacio para entrevista en canal 50	Hojas Volantes y Afiches	Ludy Noemí de Medina y personal del CDMA	CDMA
	Inscripción de Mujeres participantes en talleres	Establecer jornadas de inscripción así como proporcionar Asesoría de los diversos cursos que se impartirse	Fichas de inscripción	Personal CDMA	CDMA
Octubre	Inicio de los Talleres	Motivar a las mujeres para recibir los cursos además, proporcionar un servicio de calidad de manera eficiente y así lograr el beneficio social	Todo material necesario para llevar a cabo cada uno de los cursos	Facilitadoras e Instructoras	CDMA
	Campaña sobre la importancia de Medicina Preventiva.	Motivar a las mujeres en el cuidado de la salud corporal	Proporcionados por la clínica	Promotoras de participación ciudadana	CDMA

Fechas	Actividades	Estrategias	Recursos	Responsable	Coordinación
Noviembre	Feria artesanal II	Involucrar el mayor número de mujeres para que promuevan sus productos y a la vez promocionar los servicios de CDMA	Canopys, diversos productos elaborados por las mujeres del Centro	Mesas, sillas, canopes, banner y refrigerios	CDMA
	Clausura de Talleres	Realizar un acto de graduación por la culminación del curso recibido y a la vez persuadir a las mujeres a continuar con nuevos cursos para el próximo semestre	Sillas, canopys, mesas, transporte, diplomas, refrigerios, etc.	CDMA y OMAN	Comisión de la Mujer
	Día de la no violencia (25 de Noviembre)	Promover el desarrollo y la aplicación de la política de equidad de género	Mesas, sillas y refrigerio,	Ludy Noemí de Medina y personal del CDMA	
	Feria artesanal III	Involucrar el mayor número de mujeres para que promuevan sus productos y a la vez promocionar los servicios de CDMA	Canopys, diversos productos elaborados por las mujeres del Centro	Mesas, sillas, canopes, banner y refrigerios	CDMA
Diciembre	Iniciar el modulo de arreglos navideños	Enfocarse en la enseñanza exclusiva de arreglos navideños	Todo material necesario para llevar a cabo el taller	CDMA	CDMA
	Cabildo Abierto	Dar a conocer las metas y logros obtenidos en las mujeres beneficiadas	Sillas, mesas, canopes, refrigerio,	CDMA	Comisión de la mujer.
	Clausura de Talleres	Realizar un acto de graduación por la culminación del curso recibido y a la vez persuadir a las mujeres a continuar con nuevos cursos para el próximo semestre	Sillas, canopys, mesas, transporte, diplomas, refrigerios, etc.	CDMA y OMAN	Comisión de la Mujer

Fuente: Elaboración propia del grupo.

Área de capacitación, formación y asesoría	Horarios de atención	Período de duración (Meses)	Capacidad de atención (personas)	SALÓN	LUNES			MARTES			MIÉRCOLES			JUEVES			VIERNES			SÁBADO		
					Salón			Salón			Salón			Salón			Salón			Salón		
					1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Macramé básico 3	SABADOS 9:00 A 12:00	5	25-32	SALÓN 3																		A
Macramé básico 1	LUNES, MIÉRCOLES 9:00 A 11:00	5	15-20	SALÓN 3			A					A										
Macramé avanzado 3	SABADOS 9:00 A 12:00	5	20 a 28	SALÓN 2																		A
Macramé avanzado 1	LUNES, MIÉRCOLES 9:00 A 11:00	5	10 a 15	SALÓN 3			A					A										
Bordado a mano 1	LUNES, MIÉRCOLES 2:00 A 4:00	5	25-36	SALÓN 3			B					B										
Hamacas 1**	NO DEFINIDO *	5	22 a 25		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																	
Hamacas 2**	NO DEFINIDO *	5	22 a 25		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																	
Repujado	VIERNES 9:00 A 12:00	5	15 a 20	SALÓN 2																		A
Tarjetas	VIERNES 2:00 A 4:00	5	15-20	SALÓN 2																		B
Bordado a mano 2	VIERNES 9:00 A 12:00	5	25-36	SALÓN 3																		A
Manualidades 1	VIERNES 2:00 A 4:00	5	25-32	SALÓN 3																		B
Manualidades 2	NO DEFINIDO *	5	10 a 15		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																	
Piñatería 2	NO DEFINIDO	5	10 a 15		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																	
Ramos, coronas y arreglos de temporada 1	NO DEFINIDO *	3	15-25		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																	

Área de capacitación, formación y asesoría	Horarios de atención	Período de duración (Meses)	Capacidad de atención (personas)	SALON	LUNES			MARTES			MIÉRCOLES			JUEVES			VIERNES			SÁBADO			
					Salón			Salón			Salón			Salón			Salón			Salón			
					1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Ramos, coronas y arreglos de temporada 2	VIERNES 9:00 A 12:00	3	15-30	SALON 1													A						
Ramos, coronas y arreglos de temporada 3	VIERNES 2:00 A 4:00	3	15-30	SALÓN 1													B						
Ramos, coronas y arreglos de temporada 4	NO DEFINIDO *	3	15-35		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																		
Ramos, coronas y arreglos de temporada 5	NO DEFINIDO *	3	15-35		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																		
Ramos, coronas y arreglos de temporada 6	NO DEFINIDO *	3	15-36		IMPARTIDO EN COMUNIDAD																		
Corte y Confección	NO DEFINIDO *	5	10-18		IMPARTIDO EN CRD																		
Corte y Confección	NO DEFINIDO *	5	10-18		IMPARTIDO EN CRD																		
Capacitación personal	Se imparten dos charlas mensualmente	5	20 a 25		SALÓN DE CLASES																		
Organización de la mujer comunal	Horario libre*	3	No definido		SALÓN DE CLASES																		
Escuela Política	Horario libre*	12	No definido		SALÓN DE CLASES																		
TURNO	MAÑANA	A																					
	TARDE	B																					
NO DEFINIDO *	SERA PACTADO SEGUN DISPONIBILIDAD DE TIEMPO DE TALLERISTA Y MUJERES DE LA COMUNIDAD																						
Horario libre*	HORARIO PACTADO DE ACUERDO A DISPONIBILIDAD DE AMBAS PARTES																						

Fuente: Elaboración propia del grupo.

Nota: Cada Taller irá acompañado por una charla mensual; detallada de la siguiente forma:

8) Formación De Desarrollo Integral Política Ideológica

Mes	Charla	Encargado
Febrero	Equidad de Género, Derechos y Política Municipal	MÉLIDAS
Marzo	Leyes que Favorecen a la Mujer	Procuraduría de Derechos Humanos.
Abril y Mayo	Formación y Capacitación en Asociatividad en Micro, Mediana Empresa	FADEMYPE
Julio	Autoestima	Psicólogo
Agosto	Salud Sexual y reproductiva	Dra. Yesika de Chinchilla (Doctora Clínica Municipal)
Septiembre	Análisis de la realidad nacional y su historia, contexto del país, historia y modelo actual y sus aplicaciones en la vida nacional	Coordinador del FMLN en Apopa
Octubre y Noviembre	Formación y Capacitación en Asociatividad en Micro, Mediana Empresa	FADEMYPE

Fuente: Elaboración propia del grupo.

9) Capacitación Modular de Líderes para el Desarrollo Comunitario

El Programa tendrá de duración un año, se desarrollará en 4 módulos y comprenderá los siguientes aspectos: necesidad del liderazgo en el proceso de desarrollo, alternativas en el aprendizaje de oficios, la formación humana como factor del progreso, la unidad familiar como núcleo vital de la sociedad y la salud integral en el avance de los pueblos.

10) Programa de Líderes

En este curso se promueve el desarrollo de liderazgo en la mujer en zonas urbanas y rurales, orientándola para que participe eficientemente en proyectos de desarrollo comunitario y se convierta en Agente de Cambio.

B. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

- Baca Urbina, Gabriel, "Evaluación de Proyectos" Editorial Mc Graw Hill. México, 2006, Quinta edición.
- Cañas Martínez, Balbino Sebastián, "Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos", Tercera Edición, 2001, El Salvador.
- Colin, M. F. Bruce y Mcmeekin, R.W. "El ciclo del proyecto". Introducción a las etapas de planificación y ejecución de los proyectos en el sector de la educación, Banco Mundial. Materiales de Capacitación de IDE. febrero, 1982.
- Fontaine, Ernesto R. "Evaluación Social de Proyectos", Editorial Alfaomega, Colombia, 2002.
- Kotler, Phillip, "Marketing" Octava Edición, Editorial Prentice, 2001.
- Miranda Miranda, Juan José, Gestión de Proyectos, Identificación-Formulación-Evaluación, 4ª edición, Colombia, 2003.
- Mohr, Fernando Fuentes. Análisis Técnico para Proyectos de Desarrollo, San José, Costa Rica, ICAP 1998.
- Malhotra, Naresh K. Investigación de Mercados, 2ª edición, editorial Pearson education, 1997.

- Sampieri Hernández, Roberto y otros, "Metodología de la Investigación, Editorial Mc Graw Hill, México 2003, 3° edición.
- Sapag Chain, Nassir, "Evaluación de proyectos de Inversión de la Empresa", Pearson, Argentina, 2003.
- Sapag Chain, Nassir, "Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos", Editorial Mc Graw Hill, Colombia., 2003.
- Staton Etzel, Walter, Fundamentos de Marketing, 11ª edición, editorial Mc Graw Hill, 1999.

TESIS

- Castillo Andrade, Claudia Messalina, y otros. Estudio de factibilidad para la creación de un albergue a beneficio de enfermos con cáncer, ubicado en la colonia Tec-Pan, jurisdicción de San Juan Opico, departamento de La Libertad. Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad de El Salvador, 2007.
- Cantaderio Carranza, Beatriz Carolina y otras. Estudio de Factibilidad para la creación de talleres artesanales de productos de barro, en el Municipio de Santo Domingo de Guzmán, Departamento de Sonsonate. Licenciatura en Administración de Empresas. Universidad de El Salvador, 2006.

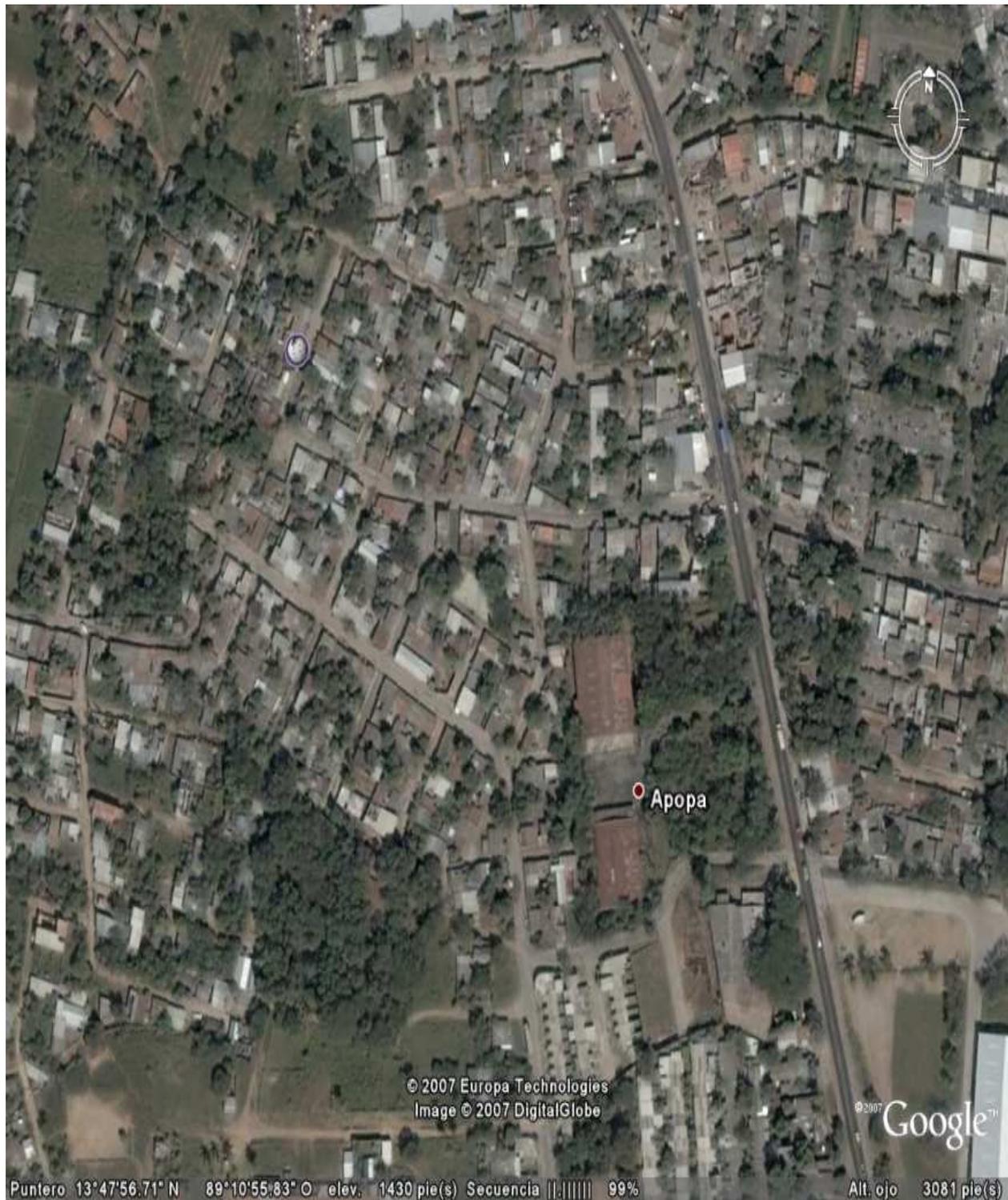
CONSULTAS WEB

- http://html.rincondelvago.com/metodos-de-investigacion_3.html

- http://200.57.38.163/secretaria_economia/Muestras_Videos/cursos/Desarrollo_metodolog%C3%ADas1/Penetracion%20de%20mercado.htm
- <http://www.monografias.com/trabajos12/markin/markin2.shtml#PRODUCTO>
- <http://alcaldiadeapopa.spaces.live.com/>
- <http://earth.google.com/apopa,sansalvador,elsalvador>.
- <http://www.upseros.com/fotocopiadora/ficheros/Analisis%20y%20Diseno%20de%20Sistemas%20de%20Informacion/Pronostico%20de%20Costos.pdf>

Anexos

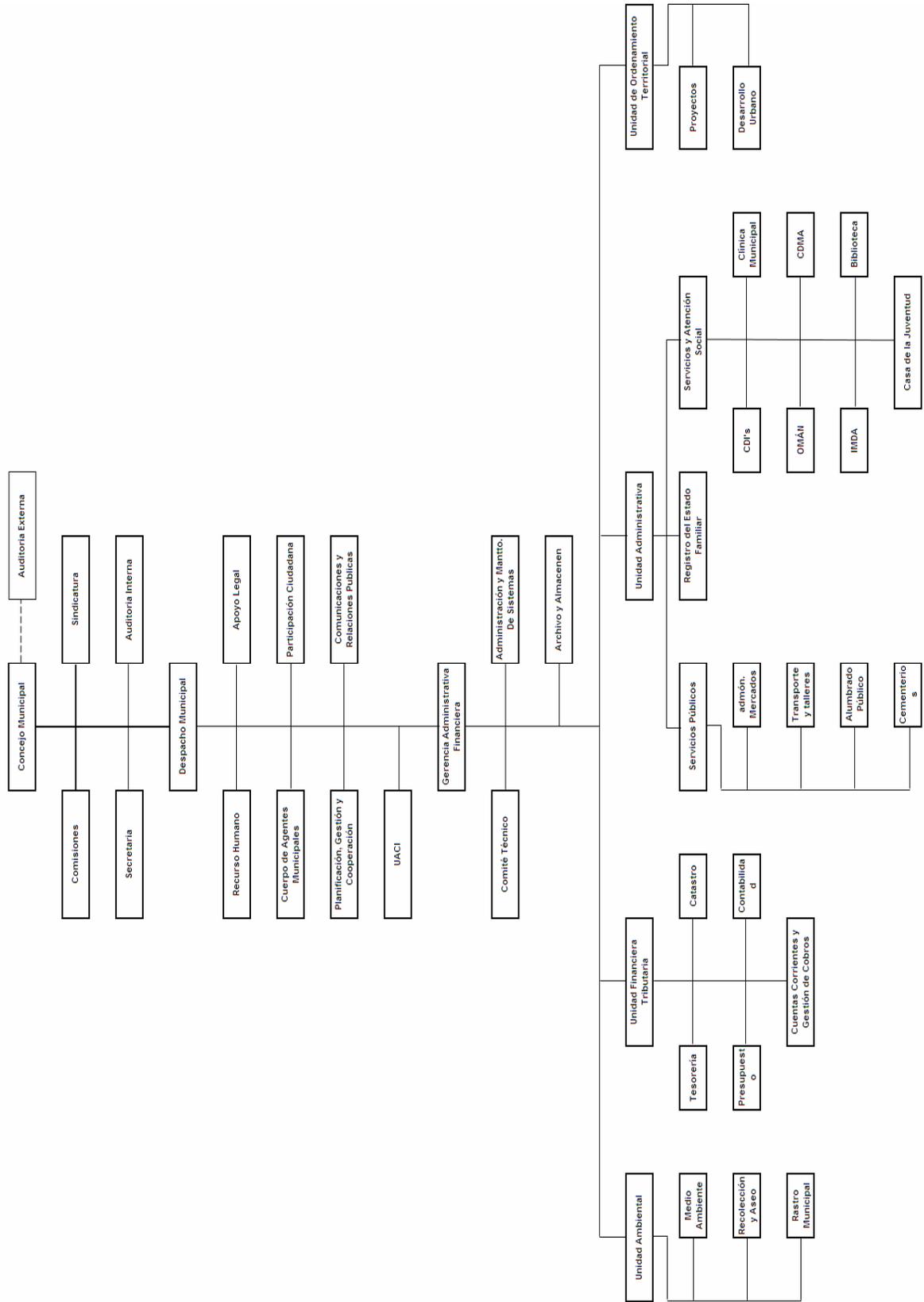
ANEXO 1



Fuente: <http://earth.google.com/apopa,sansalvador,elsalvador>.

ANEXO 2

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA MUNICIPALIDAD DE APOPA AÑO 2007



Fuente: Alcaldía Municipal de Apopa.

ANEXO 3



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

I. OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

La presente entrevista está dirigida a la Dirección Administrativa del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA), con el propósito de ampliar los conocimientos de la situación actual con que se encuentran trabajando.

II. GENERALIDADES

Nombre: _____

Cargo que desempeña: _____

Tiempo de laborar en dicho cargo: _____

III. CUERPO DEL CUESTIONARIO

1. ¿En qué fecha fue fundado el CDMA?

2. ¿Cuáles son los objetivos que persigue CDMA?

3. ¿Cuál es la misión o razón de ser del CDMA?

4. ¿Cuál es la visión que se ha proyectado el CDMA?

5. ¿Podría mencionar el nombre de las entidades que apoyan al CDMA?

Institución

Área de apoyo

_____	_____
_____	_____
_____	_____

6. ¿Qué tipo de servicios brindan a las mujeres?

7. ¿Tiene El CDMA claramente definido su mercado meta?

No

Si

Menciónelo:

8. Escriba de los servicios que brinda el CDMA en orden de importancia los primeros seis de los cuales se tiene mayor demanda

_____	_____
_____	_____
_____	_____

9. ¿El CDMA cobra alguna cuota por los servicios que presta?

Si

No

10. ¿Cuáles son los criterios utilizados para establecer las cuotas para los servicios que ofrece el CDMA?

11. ¿Cuál es el proceso que deben de seguir todas las mujeres que desean recibir los servicios que presta el CDMA?

12. ¿Cuáles son las Área de capacitación, formación y asesoría, horarios de atención, Período de duración, Capacidad de atención y Costo mensual de cada uno de los servicios que ofrece el CDMA? (ubicar por orden de importancia)

Área de capacitación, formación o asesoría	Horarios de atención	Período de duración (Meses)	Capacidad de atención	Costo mensual (\$)

13. ¿Con cuánto personal cuenta para impartir los diferente servicios?

14. ¿En qué zona del municipio de Apopa están actualmente trabajando?

Zona Urbana Zona Rural

15. ¿Cuál es la ubicación geográfica actual del CDMA?

16. ¿En qué lugar se imparten mayor número de capacitaciones?, ¿Por qué?

17. ¿Con cuál equipo y tecnología cuenta el CDMA actualmente?

18. ¿Qué medios publicitarios utiliza para posicionarse en la población?

19. ¿Actualmente el presupuesto asignado cubre las necesidades del CDMA?

Si No

¿Por qué? _____

20. ¿Con qué tipo de fuente de financiamiento cuenta el CDMA?

21. ¿Dónde comprar los recursos utilizados en el CDMA para impartir los cursos de capacitación?

22. ¿Qué tipo de control de ingresos y egresos utiliza el CDMA?

23. ¿El CDMA tiene algún(os) proyectos de expansión en relación a la ubicación del centro, capacidad instalada, distribución de áreas de capacitación? Si No

¿Cuáles? _____

24. ¿Qué recomienda usted para lograr ampliar la cobertura del CDMA?

25. ¿Tienen conocimiento de otros centros de capacitación, formación y asesoría que ayuden a la mujer dentro del Municipio de Apopa?

Si No

¿Cuál(es)? _____

26. Marque con una "X" la casilla correspondiente, a las Fortalezas y Debilidades que usted considera que posee el CDMA:

Criterio	Fortaleza	Debilidad
Atención al Cliente		
Calidad en el servicio		
Estructura organizativa		
Innovación del servicio		
Organización de funciones y responsabilidades		
Clima laboral		
Infraestructura del centro		
La tecnología		
Número de beneficiarias		
Penetración del mercado		
Número de empleados		
Estructura de cuotas		
Horarios flexibles		
Autonomía		
Presupuesto asignado		
Seguimiento a las usuarias después de haber recibido el servicio		
Zonas cubiertas a las cuales se les brinda el servicio		

27. Marque con una "X" las Oportunidades y Amenazas que según su criterio posee el CDMA:

Criterio	Oportunidades	Amenazas
Credibilidad		
Nueva tecnología		
Prestigio		
Publicidad		
Bajos ingresos económicos		
Diversificación de los servicios		
La competencia		
Posicionamiento en el mercado		
Servicio aceptado en el mercado		
Promociones		
Medios utilizados para dar a conocer el servicio		

28. Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

IV. DATOS DEL ENTREVISTADOR

Nombre: _____
 Fecha : _____
 Hora : _____
 Revisó: _____



ANEXO 4

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

II. OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

La presente entrevista está dirigida a la Gerencia Administrativa Financiera de la Alcaldía Municipal de Apopa, con el propósito de ampliar los conocimientos de la situación actual financiera con que se encuentra trabajando el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa CDMA.

II. DATOS DE CONTROL

Nombre: _____

Cargo que desempeña: _____

Tiempo de laborar en dicho cargo: _____

III. CUERPO DE LA ENTREVISTA

1. ¿Desde cuándo el CDMA forma parte deL presupuesto de los Servicios y Atención Social en la Alcaldía Municipal de Apopa?

2. ¿Quiénes son los responsables de elaborar el presupuesto?

3. ¿Cuáles son los criterios, políticas o reglamentos que regulan la asignación de recursos para el CDMA?

4. ¿Qué tipo de control de ingresos y egresos presenta el CDMA a la Alcaldía?

5. ¿Se encuentra la Unidad de Gestión y Cooperación gestionando fondos que contribuyan a fortalecer el desarrollo de la unidad del CDMA?

Si, ¿Cuáles?

No ¿Por qué?

6. Con base a los ingresos totales que percibe la Alcaldía Municipal de Apopa, ¿Cuál es el porcentaje que destinan al CDMA? y ¿Cuál es el monto asignado?

7. ¿Cuáles son los indicadores que utilizan para medir el costo beneficio de la unidad?

8. Según su criterio ¿Estaría el concejo de la Alcaldía Municipal de Apopa, en la disposición de incluir para el próximo período un incremento presupuestario para el CDMA?

Si

No

Comente:

9. Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

IV. DATOS DEL ENTREVISTADOR

Nombre: _____

Fecha : _____

Hora : _____

Revisó: _____



ANEXO 5
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVO DEL CUESTIONARIO.

La presente encuesta está dirigida a las mujeres mayores de 12 años, con el propósito de conocer y ampliar la información sobre las necesidades de capacitación, formación y asesoría de las mujeres del municipio de Apopa y presentar una propuesta de factibilidad para ampliación de la cobertura del Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa CDMA.

II. INDICACIONES.

Marque con una "X" la respuesta que usted considere adecuada a la pregunta y complemente donde sea necesario.

III. DATOS GENERALES

A. Edad:

- De 12 años a 20 años (_a_) De 21 años a 30 años (_b_)
 De 31 años a 40 años (_c_) De 41 años a Más años (_d_)

B. Nivel de educación

- De 1° a 6° (_a_) De 7° a 9° (_b_)
 Bachillerato (_c_) Técnico (_d_)
 Otros, Especifique: _____ (_e_)

C. Ocupación:

- Ama de casa (_a_) Estudiante (_b_) Empleada (_c_)
 Comerciante (_d_) Profesional (_e_)
 Otros, Especifique: _____ (_f_)

D. ¿En qué zona del municipio de Apopa reside?

- Zona Urbana (_a_) Zona Rural (_b_)

IV. CUERPO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Ha recibido algún tipo de formación, capacitación y asesoría?

Sí (_a_) No (si su respuesta es no pase a la pregunta 4) (_b_)

¿Por qué? _____

2. ¿En dónde ha recibido algún tipo de capacitación? (puede marcar más de una opción)

CDMA (_a_) Iglesia (_b_) SIRAMA (_c_)
 INSAFORP (_d_) ONG (_e_) Otros _____ (_f_)

3. ¿Qué tipo de capacitación o formación recibió? (Puede marcar más de una opción)

Piñatería (_a_) Repujado (_b_) Hamaca (_c_)
 Bordado a mano (_d_) Macramé (_e_) Floristería (_f_)
 Tarjeta (_g_) Panadería (_h_) Bisutería (_i_)
 Cosmetología (_j_) Pastelería (_k_) Cartera (_l_)
 Cocina (_m_) Derechos Humanos (_n_) Modistería (_ñ_)
 Sociopolítico (_o_) Ramos, coronas y arreglos de temporada (_p_)
 Educación en Género y Autoestima. (_q_) Asesoría Legal (en casos de violencia intrafamiliar y cuota alimenticia). (_r_)
 Otros, Especifique: _____ (_s_)

4. ¿Necesita capacitarse en alguna especialidad?

Sí (_a_) No (si su respuesta es no pase a la pregunta 8). (_b_)

¿Por qué? _____

5. ¿Dónde se le facilitaría más recibir el curso?

Comunidad (_a_) Centro de formación (_b_)
 Otros, Especifique: _____ (_c_)

6. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por todo el curso?

De \$1 a \$5 (_a_) De \$5.01 a \$10 (_b_) De \$10.01 a \$20 (_c_)
 De \$20.01 a \$30 (_d_) De \$30.01 a \$40.00 (_e_) De \$40.01 a Más (_f_)
 Otros: _____ (_g_)

7. ¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-------|--|-------|--------------------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> Piñatería | (_a_) | <input type="checkbox"/> Repujado | (_b_) | <input type="checkbox"/> Hamaca | (_c_) |
| <input type="checkbox"/> Bordado a mano | (_d_) | <input type="checkbox"/> Macramé | (_e_) | <input type="checkbox"/> Floristería | (_d_) |
| <input type="checkbox"/> Tarjeta | (_g_) | <input type="checkbox"/> Panadería | (_h_) | <input type="checkbox"/> Bisutería | (_i_) |
| <input type="checkbox"/> Cosmetología | (_j_) | <input type="checkbox"/> Pastelería | (_k_) | <input type="checkbox"/> Cartera | (_l_) |
| <input type="checkbox"/> Cocina | (_m_) | <input type="checkbox"/> Derechos Humanos | (_n_) | <input type="checkbox"/> Modistería | (_ñ_) |
| <input type="checkbox"/> Sociopolítico | (_o_) | <input type="checkbox"/> Ramos, coronas y arreglos de temporada | (_p_) | | |
| <input type="checkbox"/> Educación en Género y Autoestima. | (_q_) | <input type="checkbox"/> Asesoría Legal (en casos de violencia intrafamiliar y cuota alimenticia). | (_r_) | | |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: | _____ | | | | (_s_) |

8. ¿Conoce el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

- Si
- (_a_) NO (Fin de la Encuesta).
- (_b_)

9. ¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-------|-------------------------------------|-------|-----------------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> Periódico | (_a_) | <input type="checkbox"/> Televisión | (_b_) | <input type="checkbox"/> Radio | (_c_) |
| <input type="checkbox"/> Amigos | (_d_) | <input type="checkbox"/> Boletas | (_e_) | <input type="checkbox"/> Internet | (_f_) |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: | _____ | | | | (_g_) |

10. Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

V. DATOS DEL ENCUESTADOR

Nombre: _____

Fecha : _____

Hora : _____

Revisó: _____



ANEXO 6

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

III. OBJETIVO DEL CUESTIONARIO

La presente encuesta está dirigida a las mujeres mayores de 12 años que han recibido capacitación en el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa, con el propósito de conocer y ampliar la información de los servicios recibidos en las áreas de capacitación, formación y asesoría; para la elaboración de una propuesta de factibilidad en la ampliación de la cobertura del CDMA.

IV. INDICACIONES

Marque con una "X" la respuesta que usted considere adecuada a la pregunta y complementé donde sea necesario.

III. DATOS GENERALES

E. Edad:

- De 12 años a 20 años (_a_) De 21 años a 30 años (_b_)
 De 31 años a 40 años (_c_) De 41 años a Más años (_d_)

F. Nivel de educación

- De 1° a 6° (_a_) De 7° a 9° (_b_)
 Bachillerato (_c_) Técnico (_d_)
 Otros, Especifique: _____ (_e_)

G. Ocupación:

- Ama de casa (_a_) Estudiante (_b_) Empleada (_c_)
 Comerciante (_d_) Profesional (_e_)
 Otros, Especifique: _____ (_f_)

H. ¿En qué zona del municipio de Apopa reside?

- Zona Urbana (_a_) Zona Rural (_b_)

IV. CUERPO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Qué tipo de capacitación o formación recibió? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-----|--|-----|--------------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Piñatería | (a) | <input type="checkbox"/> Repujado | (b) | <input type="checkbox"/> Hamaca | (c) |
| <input type="checkbox"/> Bordado a mano | (d) | <input type="checkbox"/> Macramé | (e) | <input type="checkbox"/> Floristería | (f) |
| <input type="checkbox"/> Tarjeta | (g) | <input type="checkbox"/> Panadería | (h) | <input type="checkbox"/> Bisutería | (i) |
| <input type="checkbox"/> Derechos Humanos | (j) | <input type="checkbox"/> Sociopolítico | (k) | <input type="checkbox"/> Cartera | (l) |
| <input type="checkbox"/> Educación en Género y Autoestima. | (m) | <input type="checkbox"/> Ramos, coronas y arreglos de temporada | (n) | | |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (ñ) | <input type="checkbox"/> Asesoría Legal (en casos de violencia intrafamiliar y cuota alimenticia). | (o) | | |

2. ¿Dónde recibió la formación, capacitación y asesoría el curso?

- | | | | |
|--|-----|--|-----|
| <input type="checkbox"/> Comunidad | (a) | <input type="checkbox"/> Centro de formación | (b) |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (c) | | |

3. ¿Cuánto canceló mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibió?

- | | | | | | |
|---|-----|---|-----|---|-----|
| <input type="checkbox"/> De \$1 a \$2 | (a) | <input type="checkbox"/> De \$2.01 a \$4 | (b) | <input type="checkbox"/> De \$4.01 a \$6.00 | (c) |
| <input type="checkbox"/> De \$6.01 a \$10 | (d) | <input type="checkbox"/> De \$10.01 a \$15.00 | (e) | <input type="checkbox"/> De \$15.01 a Más | (f) |
| <input type="checkbox"/> Otros: _____ | (g) | | | | |

4. ¿Hace cuánto tiempo recibió la formación, capacitación y asesoría?

- | | | | |
|---|-----|---|-----|
| <input type="checkbox"/> De 1 a 3 meses | (a) | <input type="checkbox"/> De 4 a 6 meses | (b) |
| <input type="checkbox"/> De 7 a 9 meses | (c) | <input type="checkbox"/> De 10 a 12 meses | (d) |
| <input type="checkbox"/> Más de un año | (e) | | |

5. ¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-----|-------------------------------------|-----|-----------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Periódico | (a) | <input type="checkbox"/> Televisión | (b) | <input type="checkbox"/> Radio | (c) |
| <input type="checkbox"/> Amigos | (d) | <input type="checkbox"/> Boletas | (e) | <input type="checkbox"/> Internet | (f) |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (g) | | | | |

6. ¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que ha recibido en el CDMA?

- | | | | |
|------------------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Excelente | (a) | <input type="checkbox"/> Bueno | (b) |
| <input type="checkbox"/> Regular | (c) | <input type="checkbox"/> Malo | (d) |

7. ¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Área a evaluar	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Local	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)
Herramientas	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)
Equipo	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)

8. ¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que ha recibido le ha permitido desarrollarse integralmente promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Si (_a_) No (_b_)

¿Por qué?: _____

9. De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles son los que han mejorado su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría recibidas?

- A nivel económico (_a_) A nivel personal (_b_)
 A nivel sociopolítico (_c_) A nivel familiar (_d_)
 Otros, Especifique: _____ (_e_)

10. Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

V. DATOS DEL ENCUESTADOR

Nombre: _____
Fecha : _____
Hora : _____
Revisó: _____



ANEXO 7
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

V. OBJETIVO DEL CUESTIONARIO

La presente encuesta está dirigida a las mujeres mayores de 12 años que reciben capacitación en el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa, con el propósito de conocer y ampliar la información de los servicios que reciben en las áreas de capacitación, formación y asesoría; para la elaboración de una propuesta de factibilidad en la ampliación de la cobertura del CDMA.

VI. INDICACIONES

Marque con una "X" la respuesta que usted considere adecuada a la pregunta y complementé donde sea necesario.

III. DATOS GENERALES

I. Edad:

- De 12 años a 20 años (_a_) De 21 años a 30 años (_b_)
 De 31 años a 40 años (_c_) De 41 años a Más años (_d_)

J. Nivel de educación

- De 1° a 6° (_a_) De 7° a 9° (_b_)
 Bachillerato (_c_) Técnico (_d_)
 Otros, Especifique: _____ (_e_)

K. Ocupación:

- Ama de casa (_a_) Estudiante (_b_) Empleada (_c_)
 Comerciante (_d_) Profesional (_e_)
 Otros, Especifique: _____ (_f_)

L. ¿En qué zona del municipio de Apopa reside?

- Zona Urbana (_a_) Zona Rural (_b_)

IV. CUERPO DEL CUESTIONARIO

1. ¿Qué tipo de capacitación o formación recibe? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-----|--|-----|--------------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Piñatería | (a) | <input type="checkbox"/> Repujado | (b) | <input type="checkbox"/> Hamaca | (c) |
| <input type="checkbox"/> Bordado a mano | (d) | <input type="checkbox"/> Macramé | (e) | <input type="checkbox"/> Floristería | (f) |
| <input type="checkbox"/> Tarjeta | (g) | <input type="checkbox"/> Panadería | (h) | <input type="checkbox"/> Bisutería | (i) |
| <input type="checkbox"/> Derechos Humanos | (j) | <input type="checkbox"/> Sociopolítico | (k) | <input type="checkbox"/> Cartera | (l) |
| <input type="checkbox"/> Educación en Género y Autoestima. | (m) | <input type="checkbox"/> Ramos, coronas y arreglos de temporada | (n) | | |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (ñ) | <input type="checkbox"/> Asesoría Legal (en casos de violencia intrafamiliar y cuota alimenticia). | (o) | | |

2. ¿Dónde recibe la formación, capacitación y asesoría el curso?

- | | | | |
|--|-----|--|-----|
| <input type="checkbox"/> Comunidad | (a) | <input type="checkbox"/> Centro de formación | (b) |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (c) | | |

3. ¿Cuánto cancela mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibe?

- | | | | | | |
|---|-----|---|-----|---|-----|
| <input type="checkbox"/> De \$1 a \$2 | (a) | <input type="checkbox"/> De \$2.01 a \$4 | (b) | <input type="checkbox"/> De \$4.01 a \$6.00 | (c) |
| <input type="checkbox"/> De \$6.01 a \$10 | (d) | <input type="checkbox"/> De \$10.01 a \$15.00 | (e) | <input type="checkbox"/> De \$15.01 a Más | (f) |
| <input type="checkbox"/> Otros: _____ | (g) | | | | |

4. ¿Desde hace cuánto tiempo recibe la formación, capacitación y asesoría?

- | | | | |
|---|-----|---|-----|
| <input type="checkbox"/> De 1 a 3 meses | (a) | <input type="checkbox"/> De 4 a 6 meses | (b) |
| <input type="checkbox"/> De 7 a 9 meses | (c) | <input type="checkbox"/> De 10 a 12 meses | (d) |
| <input type="checkbox"/> Más de un año | (e) | | |

5. ¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

- | | | | | | |
|--|-----|-------------------------------------|-----|-----------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Periódico | (a) | <input type="checkbox"/> Televisión | (b) | <input type="checkbox"/> Radio | (c) |
| <input type="checkbox"/> Amigos | (d) | <input type="checkbox"/> Boletas | (e) | <input type="checkbox"/> Internet | (f) |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique: _____ | (g) | | | | |

6. ¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA?

- | | | | |
|------------------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> Excelente | (a) | <input type="checkbox"/> Bueno | (b) |
| <input type="checkbox"/> Regular | (c) | <input type="checkbox"/> Malo | (d) |

7. ¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Área a evaluar	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Local	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)
Herramientas	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)
Equipo	(_a_)	(_b_)	(_c_)	(_d_)

8. ¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA le permitirá desarrollarse integralmente en la sociedad promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Si (_a_) No (_b_)

¿Por qué?: _____

9. De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles considera que serán las que mejoraran su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría que recibe? (puede marcar más de una opción)

- A nivel económico (_a_) A nivel personal (_b_)
- A nivel sociopolítico (_c_) A nivel familiar (_d_)
- Otros, Especifique: _____ (_e_)

11. Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

V. DATOS DEL ENCUESTADOR

Nombre: _____

Fecha : _____

Hora : _____

Revisó: _____

ANEXO 8

PROGRAMA DE TALLERES
PRIMER SEMESTRE.

DIA HORA	LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SABADO	
	T2	T	T1	T11	T3	T	T10	T	T4	T	T6	T13
TALLERES												
8:00- 9:00 am.												
9:00- 10:00 am.												
10:00-11:00 am.												
11:00- 12:00 am.												
12:00- 1:00 pm.												
1:00- 2:00 pm.												
2:00- 3:00 pm.												
3:00- 4:00 pm.												
4:00- 5:00 pm.												

PROGRAMA DE TALLERES
SEGUNDO SEMESTRE.

DIA HORA	LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SABADO	
	T3	T6	T1	T2	T4	T3	T1	T9	T1	T5	T7	T8
TALLERES												
8:00- 9:00 am.												
9:00- 10:00 am.												
10:00-11:00 am.												
11:00- 12:00 am.												
12:00- 1:00 pm.												
1:00- 2:00 pm.												
2:00- 3:00 pm.												
3:00- 4:00 pm.												
4:00- 5:00 pm.												

Donde:

- T1= Panadería y Pastelería
- T2= Floristería Básico
- T3= Floristería Avanzado
- T4= Macramé Básico
- T5= Macramé Avanzado
- T6= Piñatería
- T7= Repujado
- T8= Elaboración de Tarjetas
- T9= Manualidades
- T10= Hamacas
- T11= Bordado a mano
- T12= Ramos, coronas y arreglos de temporada
- T13 = Carteras

ANEXO 9**DATOS GENERALES DE NUEVAS INSTALACIONES**

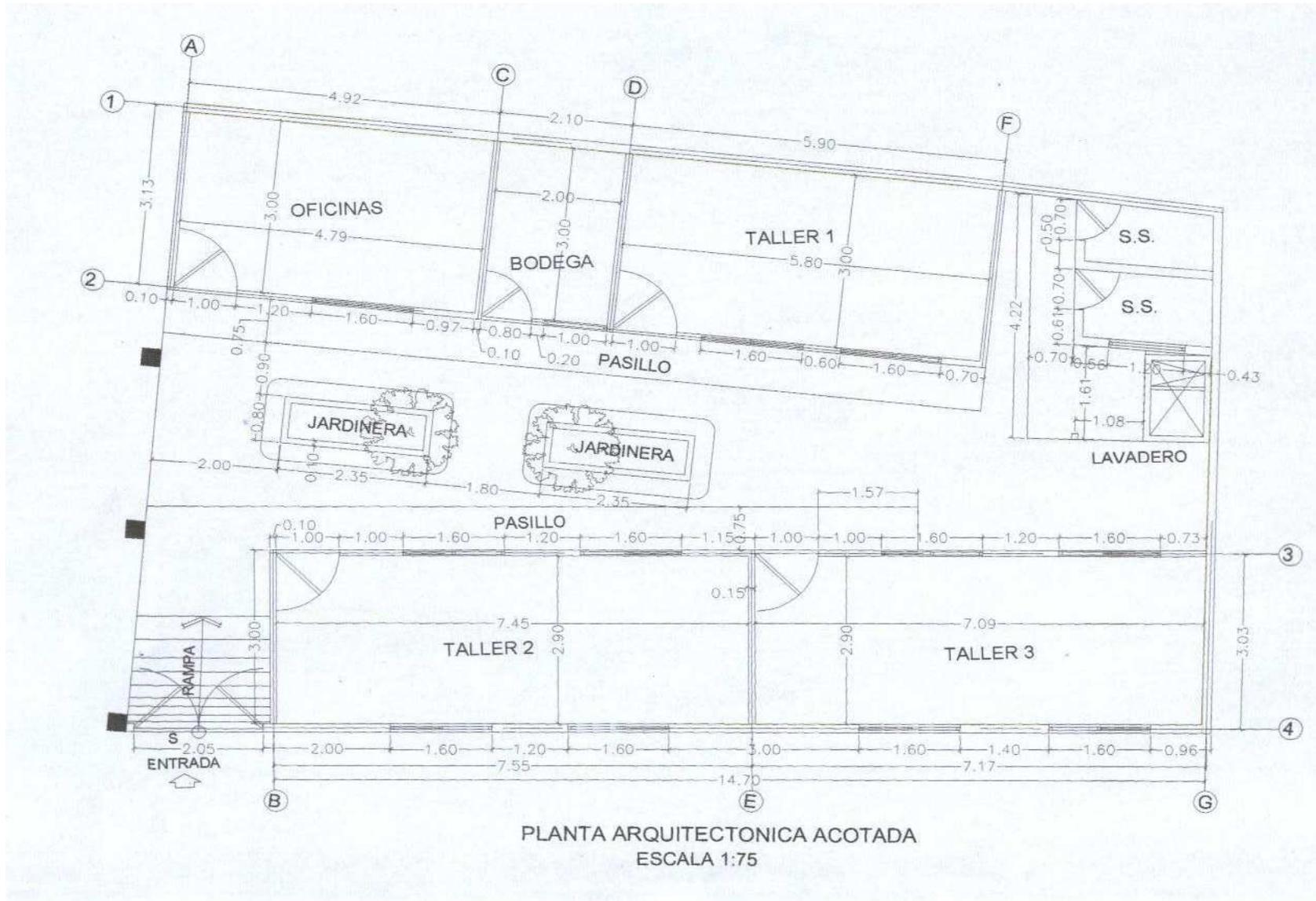
El CDMA tiene proyectado empezar a brindar servicios a partir del mes de enero de 2008 en las nuevas instalaciones del CDMA, las cuales se encuentran ubicadas en Barrio El Calvario y prolongación 4^{ta} Avenida Norte Pje. 6 Poniente Ciudad Obrera (contiguo al mercadito de Madre Tierra), con una extensión de 146.73 mtrs² y una inversión valorizada en \$34,000.

La infraestructura estará compuesta por:

- Área de Administración
- 1 Salón de panadería
- 2 Salones de uso exclusivo para los demás talleres
- 1 Bodega
- Área de servicios generales
- 2 Servicios sanitarios

A continuación se presenta la distribución que tendrá la planta en el plano que se muestra a continuación:

DISTRIBUCIÓN EN PLANTA EN NUEVAS INSTALACIONES CDMA.



Fuente: Alcaldía Municipal de Apopa, Unidad de Proyectos.

Anexo 10

12. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES APOPENSES MAYORES DE 12 AÑOS DE EDAD

Pregunta 1

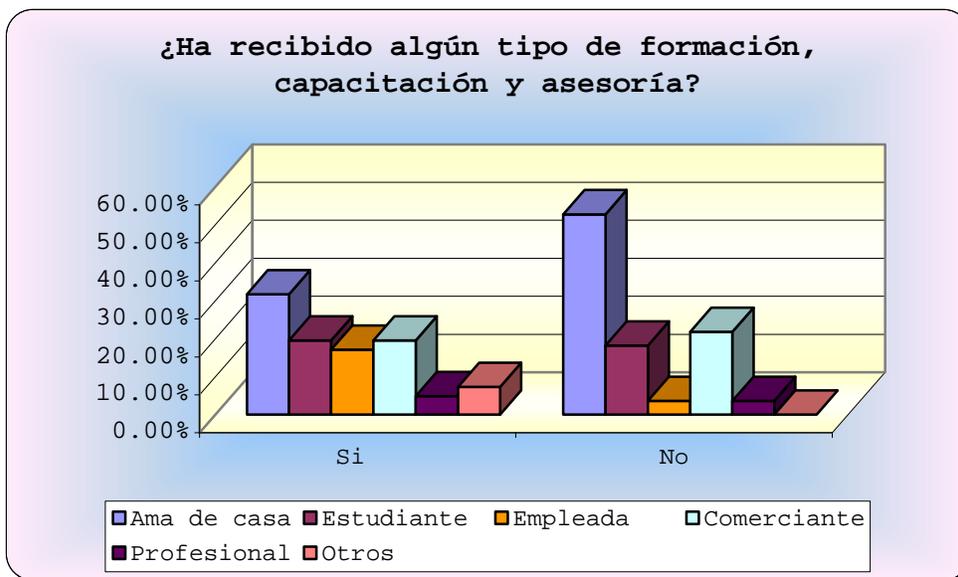
¿Ha recibido algún tipo de formación, capacitación y asesoría?

Resultado:

Cuadro No. 1

¿Ha recibido algún tipo de formación?	Si		No		Total	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Ocupación						
Ama de casa	13	31.71%	29	52.73%	42	43.75%
Estudiante	8	19.51%	10	18.18%	18	18.75%
Empleada	7	17.07%	2	3.64%	9	9.38%
Comerciante	8	19.51%	12	21.82%	20	20.83%
Profesional	2	4.88%	2	3.64%	4	4.17%
Otros	3	7.32%	0	0.00%	3	3.13%
Total general	41	100.00%	55	100.00%	96	100.00%

Gráfico No 1



Pregunta 2

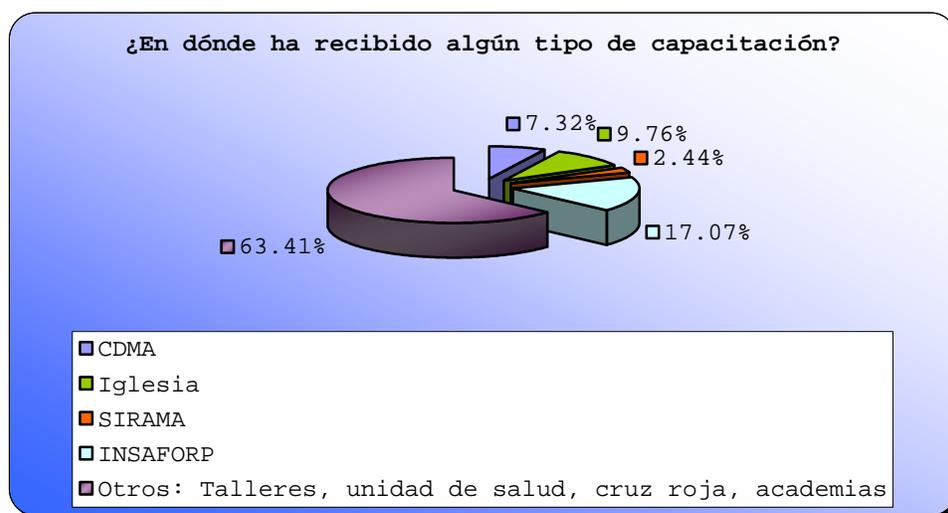
¿En dónde ha recibido algún tipo de capacitación?

Resultado:

Cuadro No. 2

Lugar	Fr.	%
CDMA	3	7.32%
Iglesia	4	9.76%
SIRAMA	1	2.44%
INSAFORP	7	17.07%
Otros: Talleres, unidad de salud, cruz roja, academias	26	63.41%
Total general	41	100.00%

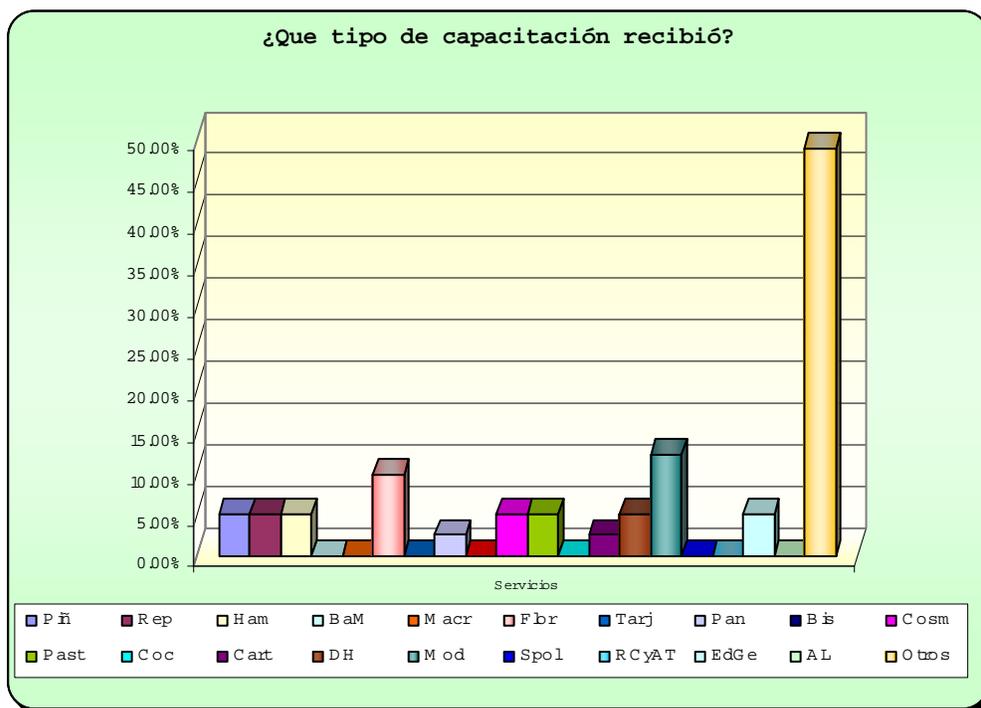
Gráfico No 2

**Pregunta 3**

¿Qué tipo de capacitación o formación recibió? (Puede marcar más de una opción)

Resultado:**Cuadro No. 3**

Servicio	Fr.	%
Piñatería	2	4.88%
Repujado	2	4.88%
Hamacas	2	4.88%
Bordado a Mano	0	0.00%
Macramé	0	0.00%
Floristería	4	9.76%
Tarjetas	0	0.00%
Panadería	1	2.44%
Bisutería	0	0.00%
Cosmetología	2	4.88%
Pastelería	2	4.88%
Cocina	0	0.00%
Cartera	1	2.44%
Derechos Humanos	2	4.88%
Modistería	5	12.20%
Sociopolítico	0	0.00%
Ramos, Coronas y Arreglos de Temporada	0	0.00%
Educación en Género y Autoestima	2	4.88%
Asesoría legal	0	0.00%
Otros: computación, corte y confección, maquina industrial	20	48.78%

Gráfico No 3

Pregunta 4

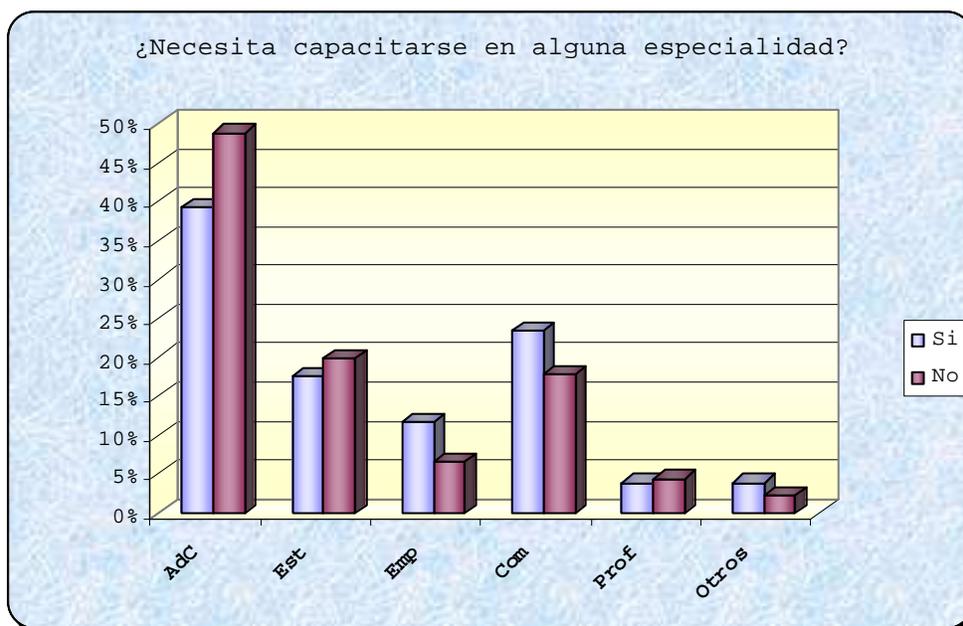
¿Necesita capacitarse en alguna especialidad?

Resultado:

Cuadro No. 4

Necesidad de capacitación	Si		No		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Ama de casa	20	39.22%	22	48.89%	42	43.75%
Estudiante	9	17.65%	9	20.00%	18	18.75%
Empleada	6	11.76%	3	6.67%	9	9.38%
Comerciante	12	23.53%	8	17.78%	20	20.83%
Profesional	2	3.92%	2	4.44%	4	4.17%
Otros	2	3.92%	1	2.22%	3	3.13%
Total general	51	100.00%	45	100.00%	96	100.00%

Gráfico No 4



Pregunta 5

¿Dónde se le facilitaría más recibir el curso?

Resultado:

Cuadro No. 5

¿Dónde se le facilitaría más recibir el curso?	Comunidad		Centro de formación		Otros		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Área Urbana	26	81.25%	17	89.47%	0	0.00%	43	84.31%
Área Rural	6	18.75%	2	10.53%	0	0.00%	8	15.68%
Total general	32	100.00%	19	100.00%	0	0.00%	51	100.00%

Gráfico No 5

**Pregunta 6**

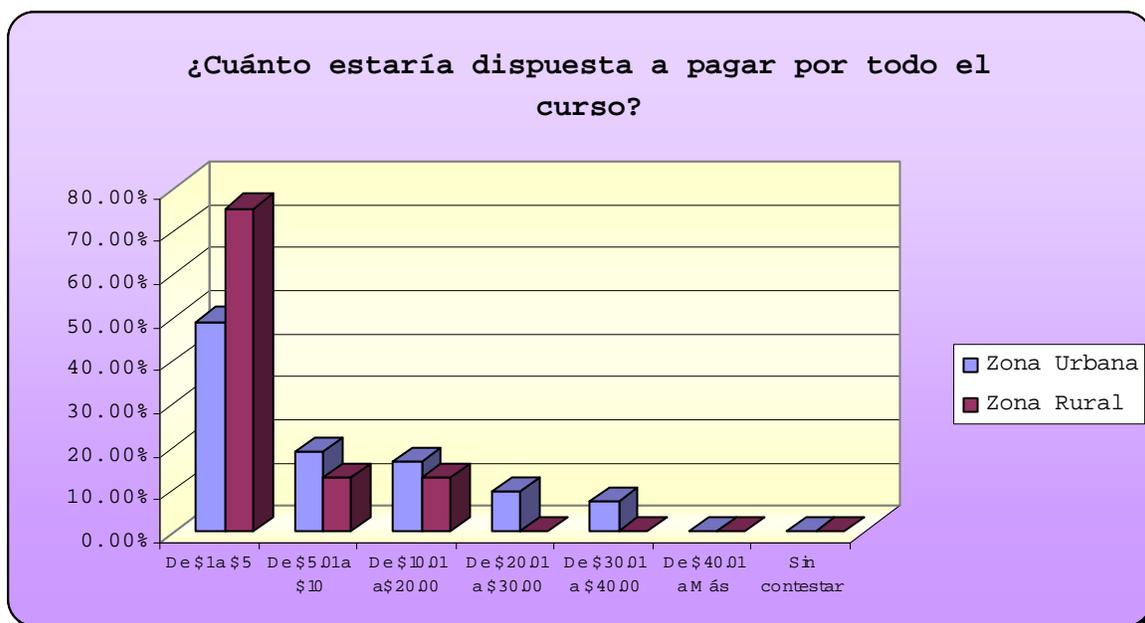
¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por todo el curso?

Resultado:

Cuadro No. 6

Pagos	De \$1.00 a \$5.00		De \$5.01 a \$10.00		De \$10.01 a \$20.00		De \$20.01 a \$30.00		De \$30.01 a \$40.00		De \$40.01 a Más		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Área Urbana	21	48.84%	8	18.60%	7	16.28%	4	9.30%	3	6.98%	0	0.0%	43	100%
Área Rural	6	75.00%	1	12.50%	1	12.50%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.0%	8	100%
Total general	27	52.94%	9	17.65%	8	15.69%	4	7.89%	3	5.88%	0	0.0%	51	100%

Gráfico No 6

**Pregunta 7**

¿Qué tipo de capacitación le gustaría recibir? (puede marcar más de una opción)

Resultado:

Cuadro No. 7

Servicio	Fr.	%
Piñatería	2	3.92%
Repujado	1	1.96%
Hamacas	1	1.96%
Bordado a Mano	11	21.57%
Macramé	0	0.00%
Floristería	0	0.00%
Tarjetas	2	3.92%
Panadería	6	11.76%
Bisutería	0	0.00%
Cosmetología	12	23.53%
Pastelería	3	5.88%
Cocina	3	5.88%
Cartera	7	13.73%
Derechos Humanos	1	1.96%
Modistería	1	1.96%

Sociopolítico	2	3.92%
Ramos, Coronas y Arreglos de Temporada	2	3.92%
Educación en Género y Autoestima	2	3.92%
Asesoría legal	4	7.84%
Otros: computación, contabilidad, corte y confección y comercialización	9	17.65%

Gráfico No 7

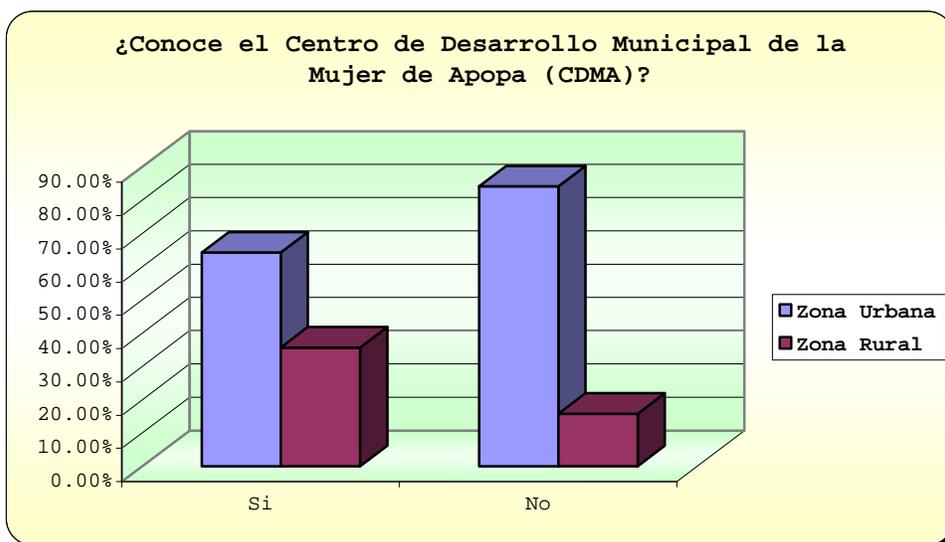


Pregunta 8

¿Conoce el Centro de Desarrollo Municipal de la Mujer de Apopa (CDMA)?

Resultado:**Cuadro No. 8**

¿Conoce el CDMA?	Si		No		Total genera	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Área Urbana	9	64.29%	69	84.15%	78	81.25%
Área Rural	5	35.71%	13	15.85%	18	18.75%
Total general	14	100.00%	82	100.00%	96	100.00%

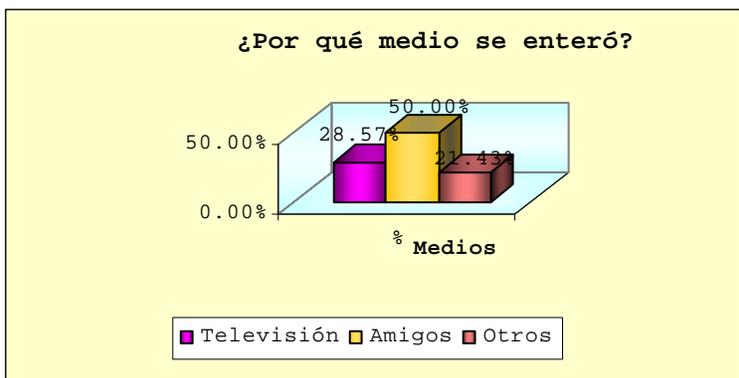
Gráfico No 8**Pregunta 9**

¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

Resultado:**Cuadro No. 9**

Por que medio se enteró	Fr.	%
Televisión	4	28.57%
Amigos	7	50.00%
Otros	3	21.43%
Sin contestar	0	0.00%
Total general	14	100.00%

Gráfico No 9



Pregunta 10

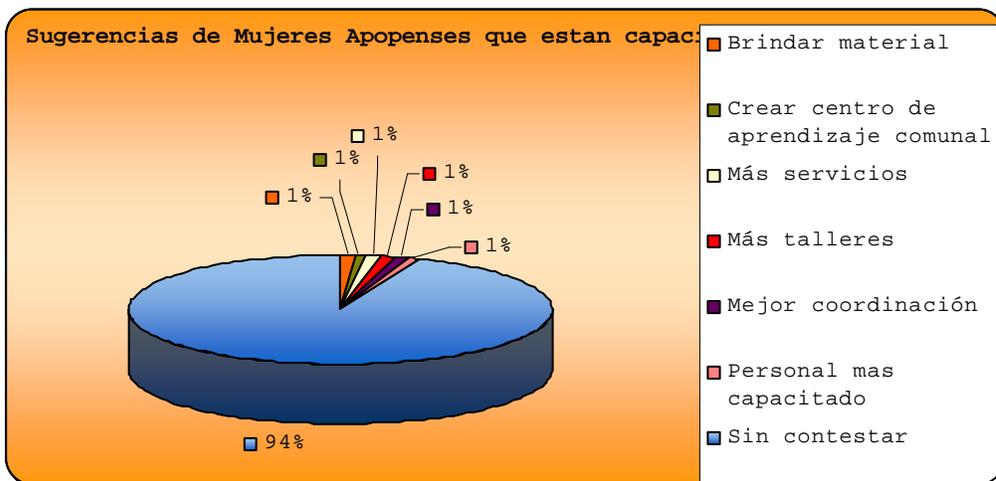
Sí se le brindara la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Resultado:

Cuadro No. 10

Que sugeriría	Fr.	Total
Brindar material	1	1.04%
Crear centro de aprendizaje comunal	1	1.04%
Más servicios	1	1.04%
Más talleres	1	1.04%
Mejor coordinación	1	1.04%
Personal más capacitado	1	1.04%
No sugirió	90	93.75%
Total general	96	100.00%

Gráfico No 10



Anexo 11

13. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES BENEFICIADAS QUE HAN SIDO CAPACITADAS POR EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

Pregunta 1

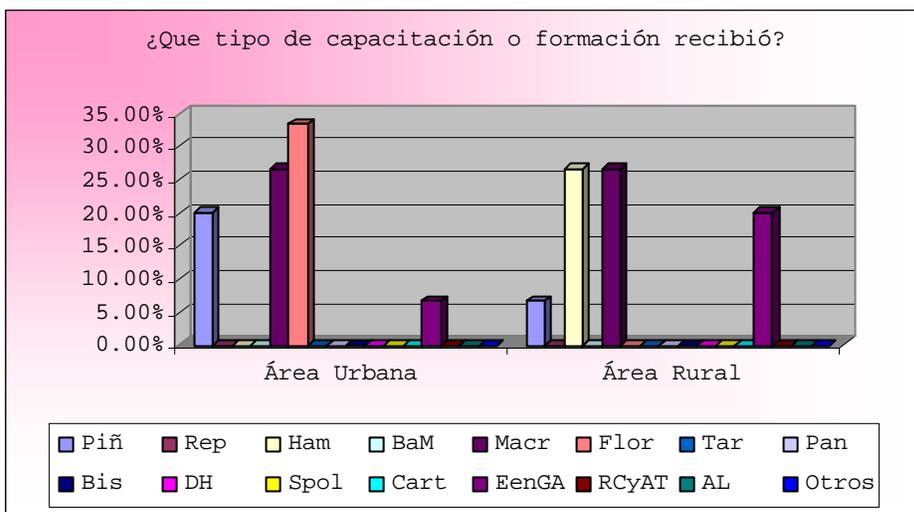
¿Qué tipo de capacitación o formación recibió? (puede marcar más de una opción)

Resultado:

Cuadro No. 11

Servicio	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Piñatería	3	20.00%	1	6.67%	4	26.67%
Repujado	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Hamacas	0	0.00%	4	26.67%	4	26.67%
Bordado a Mano	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Macramé	4	26.67%	4	26.67%	8	53.33%
Floristería	5	33.33%	0	0.00%	5	33.33%
Tarjetas	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Panadería	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Bisutería	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Derechos Humanos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Sociopolítico	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Carteras	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Educación en Género y Autoestima	1	6.67%	3	20.00%	4	26.67%
Ramos, Coronas y Arreglos de Temporada	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Asesoría legal	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

Gráfico No 11



Pregunta 2

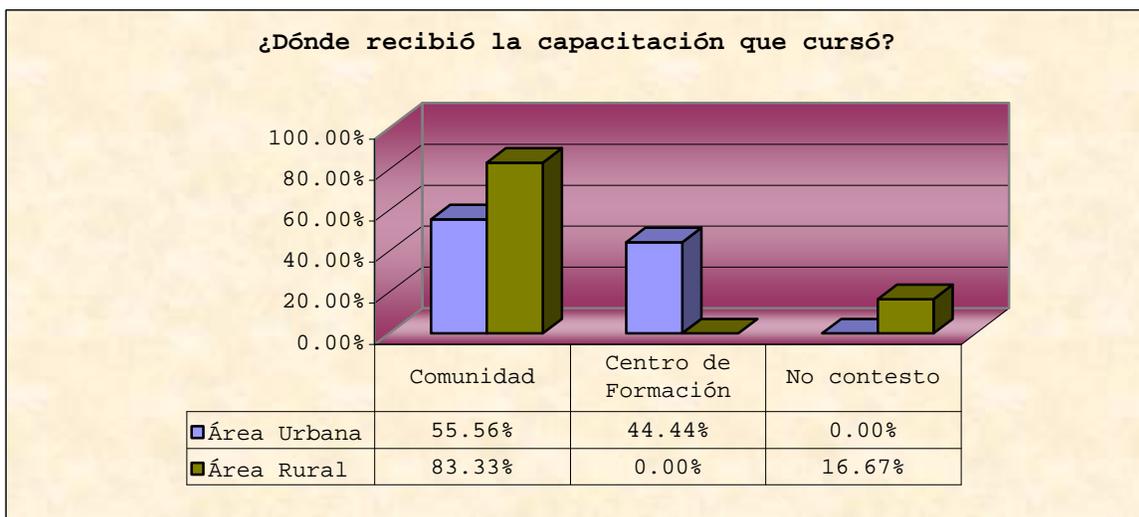
¿Dónde recibió la formación, capacitación y asesoría que curso?

Resultado:

Cuadro No. 12

Desarrollo personal	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Comunidad	5	55.56%	5	83.33%	10	66.67%
Centro de Formación	4	44.44%	0	0.00%	4	26.67%
No contesto	0	0.00%	1	16.67%	1	6.67%
Total general	9	100.00%	6	100.00%	15	100.00%

Gráfico No 12

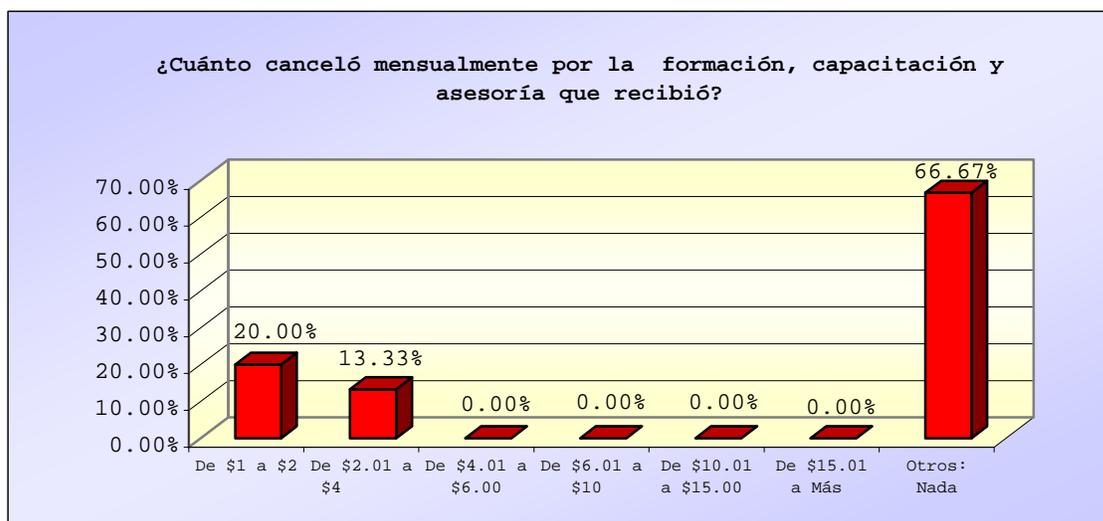


Pregunta 3

¿Cuánto canceló mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibió?

Resultado:**Cuadro No. 13**

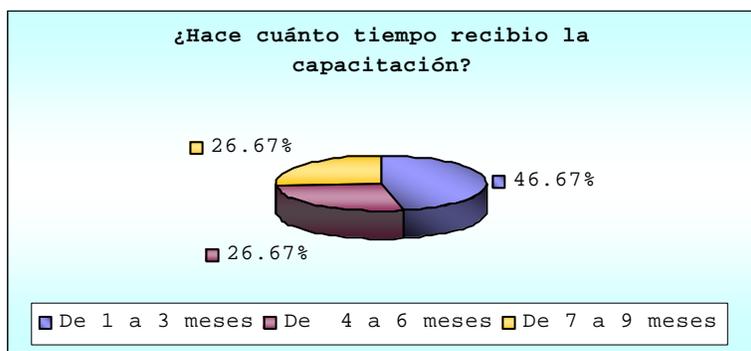
Cuanto cancelo	Fr	%
De \$1 a \$2	3	20.00%
De \$2.01 a \$4	2	13.33%
De \$4.01 a \$6.00	0	0.00%
De \$6.01 a \$10	0	0.00%
De \$10.01 a \$15.00	0	0.00%
De \$15.01 a Más	0	0.00%
Otros: Nada	10	66.67%
Total general	15	100.00%

Gráfico No 13**Pregunta 4**

¿Hace cuánto tiempo recibió la formación, capacitación y asesoría?

Resultado:**Cuadro No. 14**

Alternativa	Fr.	%
De 1 a 3 meses	7	46.67%
De 4 a 6 meses	4	26.67%
De 7 a 9 meses	4	26.67%
Total general	15	100.00%

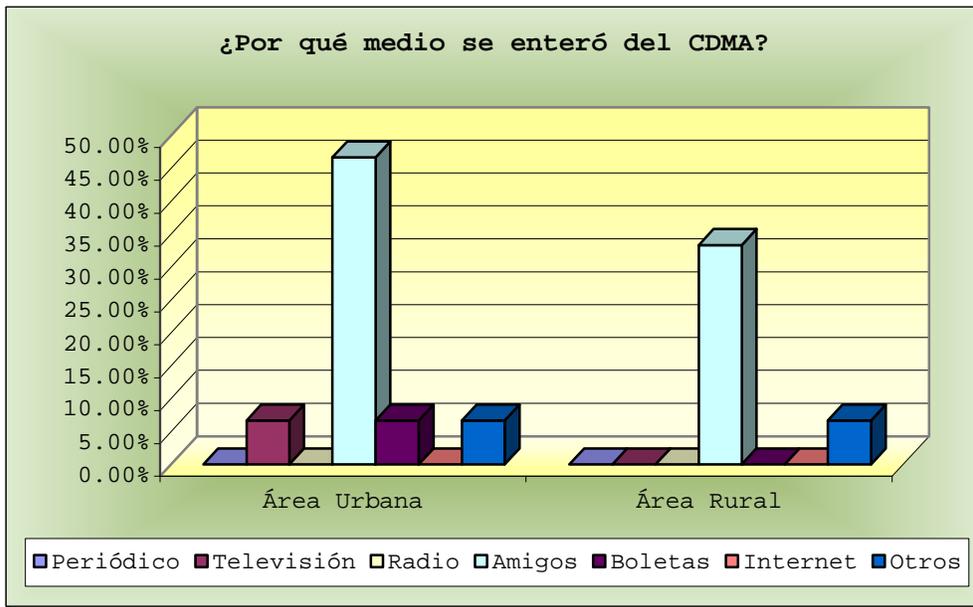
Gráfico No. 14**Pregunta 5**

¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

Resultado:**Cuadro No. 15**

Zona Medio	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Periódico	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Televisión	1	6.67%	0	0.00%	1	6.67%
Radio	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Amigos	7	46.67%	5	33.33%	12	80.00%
Boletas	1	6.67%	0	0.00%	1	6.67%
Internet	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otros	1	6.67%	1	6.67%	2	13.33%

Gráfico No. 15



Pregunta 6

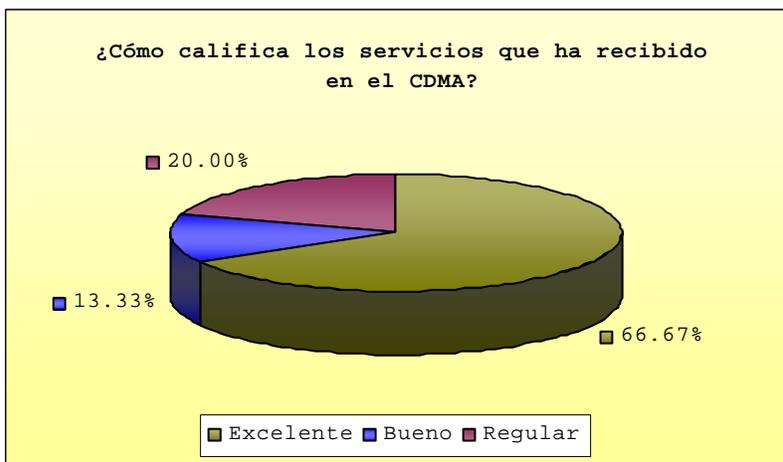
¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que ha recibido en el CDMA?

Resultado:

Cuadro No. 16

Alternativa	Fr.	%
Excelente	10	66.67%
Bueno	2	13.33%
Regular	3	20.00%
Total general	15	100.00%

Gráfico No. 16

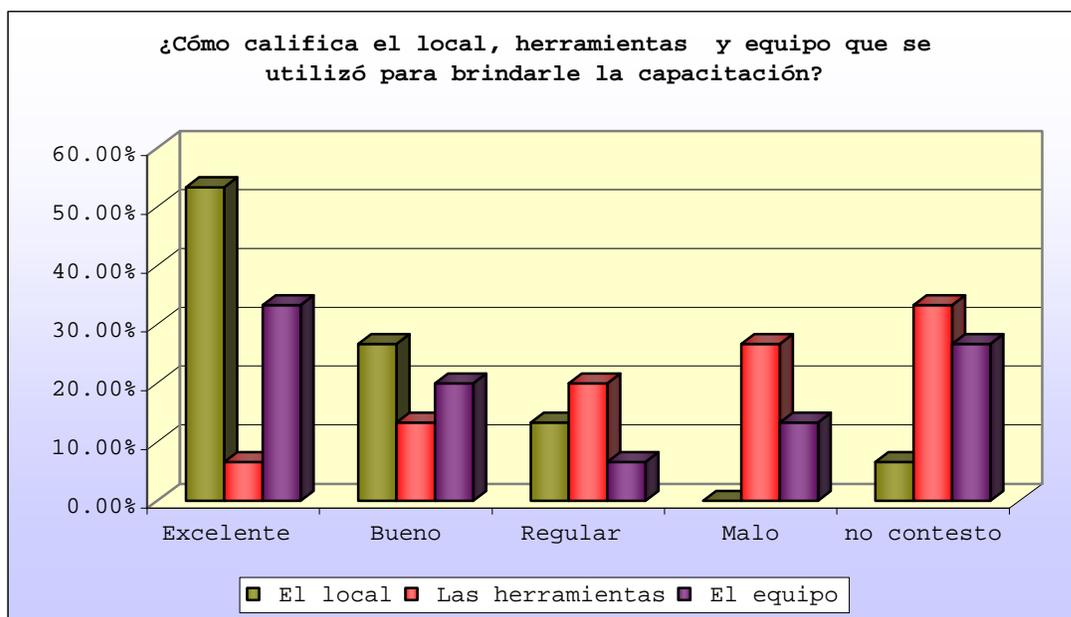


Pregunta 7

¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Resultado:**Cuadro No. 17**

Área Evaluada	El local		Las herramientas		El equipo	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Excelente	8	53.33%	1	6.67%	5	33.33%
Bueno	4	26.67%	2	13.33%	3	20.00%
Regular	2	13.33%	3	20.00%	1	6.67%
Malo	0	0.00%	4	26.67%	2	13.33%
no contesto	1	6.67%	5	33.33%	4	26.67%
Total general	15	100.00%	15	100.00%	15	100.00%

Gráfico No. 17

Pregunta 8

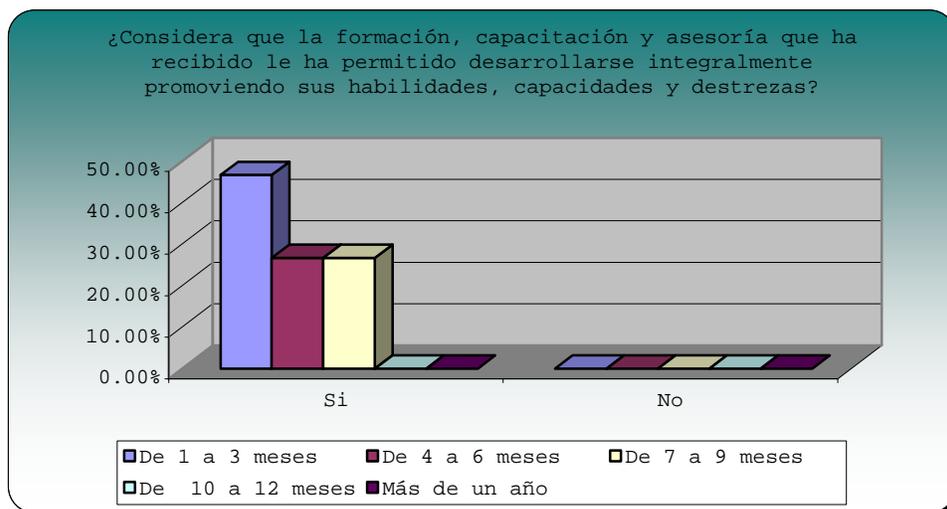
¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que ha recibido le ha permitido desarrollarse integralmente promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Resultado:

Cuadro No. 18

Desarrollo personal	Si		No		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
De 1 a 3 meses	7	46.67%	0	0.00%	7	46.67%
De 4 a 6 meses	4	26.67%	0	0.00%	4	26.67%
De 7 a 9 meses	4	26.67%	0	0.00%	4	26.67%
De 10 a 12 meses	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Más de un año	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Total general	15	100.00%	0	0.00%	15	100.00%

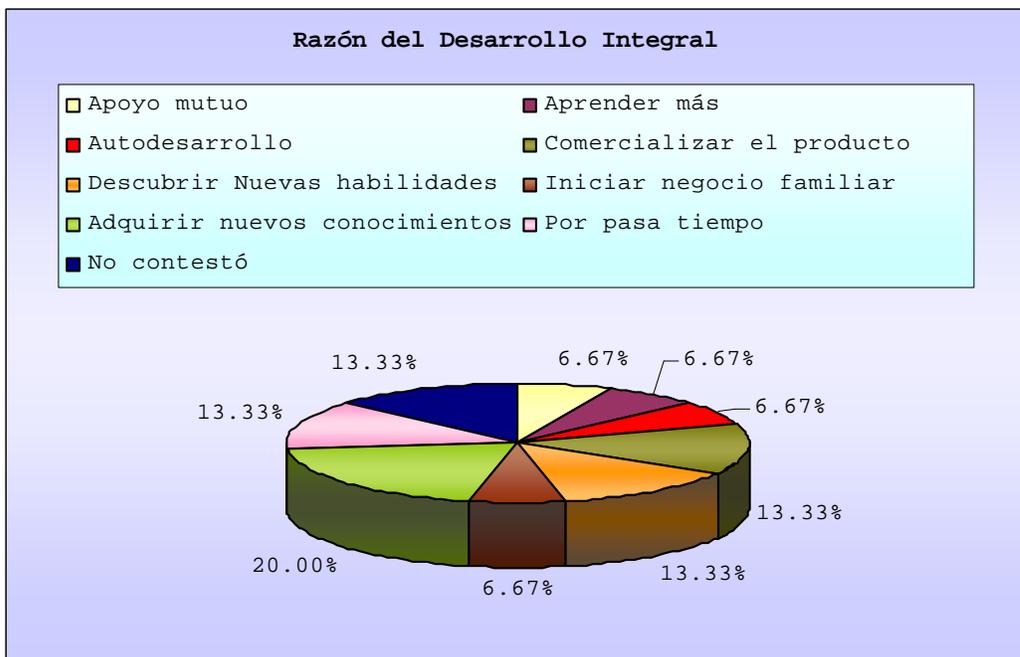
Gráfico No. 18



Cuadro No. 19

Razón	Fr.	%
Apoyo mutuo	1	6.67%
Aprender más	1	6.67%
Autodesarrollo	1	6.67%
Comercializar el producto	2	13.33%
Descubrir Nuevas habilidades	2	13.33%
Iniciar negocio familiar	1	6.67%
Adquirir nuevos conocimientos	3	20.00%
Por pasa tiempo	2	13.33%
No contesto	2	13.33%
Total general	15	100.00%

Gráfico No. 19

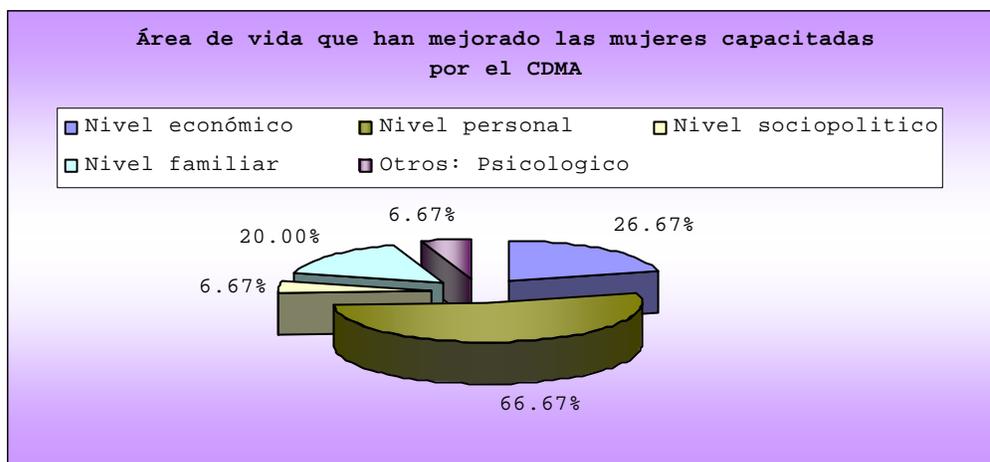


Pregunta 9

De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles son los que han mejorado su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría recibidas?

Resultado:**Cuadro No. 20**

Área de vida	Fr.	%
Nivel económico	4	26.67%
Nivel personal	10	66.67%
Nivel sociopolítico	1	6.67%
Nivel familiar	3	20.00%
Otros: Psicológico	1	6.67%
Total general	15	100.00%

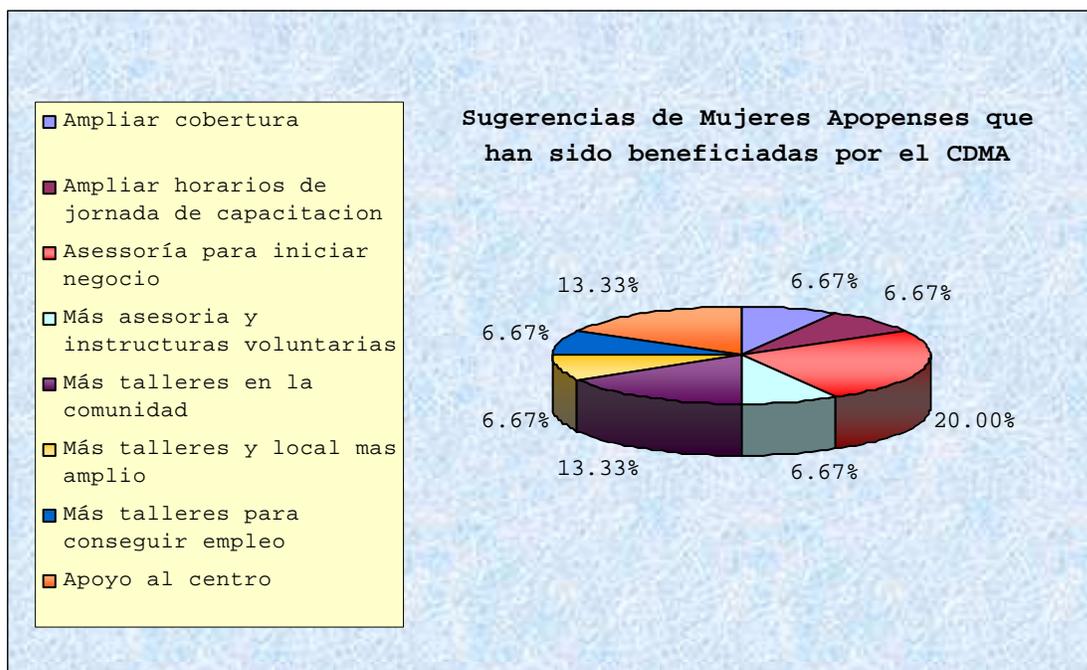
Gráfico No 20

Pregunta 10

Sí se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio
¿Qué le gustaría sugerir?

Resultado:**Cuadro No. 21**

Sugerencia	Fr.	%
Ampliar cobertura	1	6.67%
Ampliar horarios de jornada de capacitación	1	6.67%
Asesoría para iniciar negocio	3	20.00%
Más asesoría e instructoras voluntarias	1	6.67%
Más talleres en la comunidad	5	13.33%
Más talleres y local mas amplio	1	6.67%
Más talleres para conseguir empleo	1	6.67%
Apoyo al centro	2	13.33%
Total general	15	100.00%

Gráfico No 21

Anexo 12

14. ENCUESTA DIRIGIDA A LAS MUJERES QUE SE ESTÁN CAPACITANDO EN EL CENTRO DE DESARROLLO MUNICIPAL DE LA MUJER DE APOPA (CDMA)

Pregunta 1

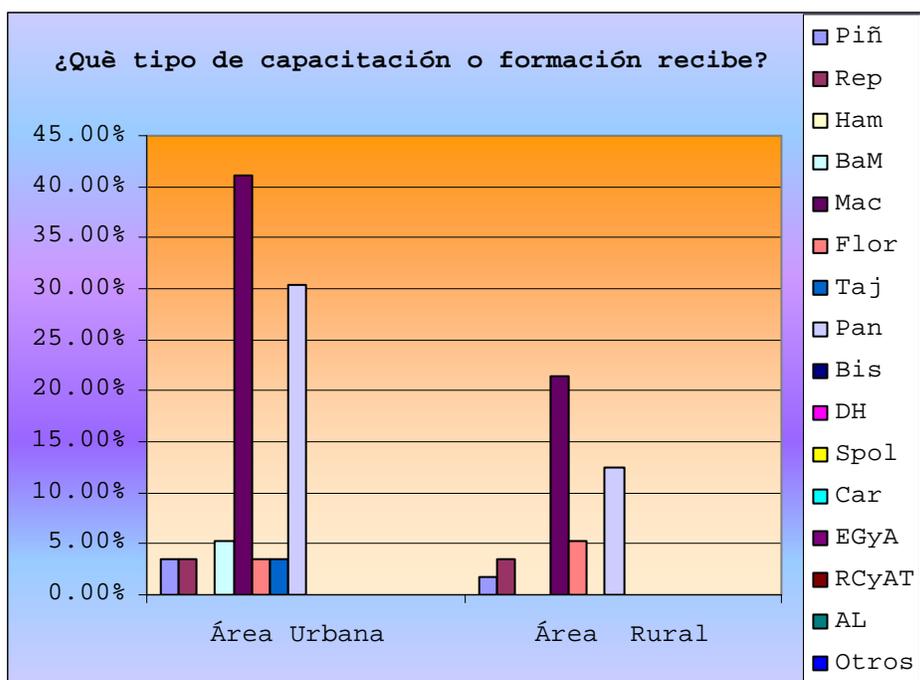
¿Qué tipo de capacitación o formación recibe? (puede marcar más de una opción)

Resultado:

Cuadro No. 22

Servicio	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Piñatería	2	3.57%	1	1.79%	3	5.36%
Repujado	2	3.57%	2	3.57%	4	7.14%
Hamaca	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Bordado a Mano	3	5.36%	0	0.00%	3	5.36%
Macramè	23	41.07%	12	21.43%	35	62.50%
Floristería	2	3.57%	3	5.36%	5	8.93%
Tarjetas	2	3.57%	0	0.00%	2	3.57%
Panadería	17	30.36%	7	12.50%	24	42.86%
Bisutería	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Derechos Humanos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Sociopolítico	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Cartera	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Educación en Género y Autoestima.	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Ramos, coronas y arreglos de temporada	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Asesoría Legal	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

Gráfico No 22



Pregunta 2

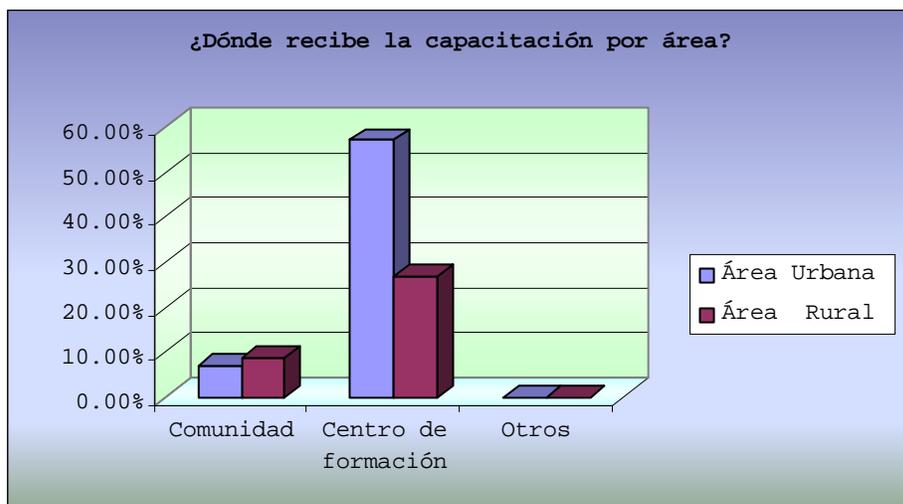
¿Dónde recibe la formación, capacitación y asesoría que cursa?

Resultado:

Cuadro No. 23

Lugar	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Comunidad	4	7.14%	5	8.93%	9	16.07%
Centro de formación	32	57.14%	15	26.79%	47	83.93%
Otros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Total genral	36	64.29%	20	35.71%	56	100.00%

Gráfico No 23

**Pregunta 3**

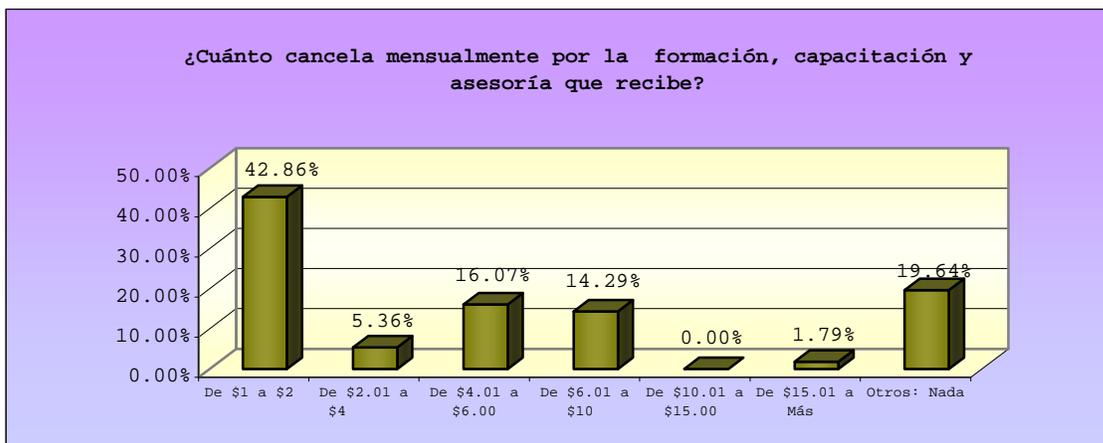
¿Cuánto cancela mensualmente por la formación, capacitación y asesoría que recibe?

Resultado:

Cuadro No. 24

Cuanto cancela	Fr.	%
De \$1 a \$2	24	42.86%
De \$2.01 a \$4	3	5.36%
De \$4.01 a \$6.00	9	16.07%
De \$6.01 a \$10	8	14.29%
De \$10.01 a \$15.00	0	0.00%
De \$15.01 a Más	1	1.79%
Otros: Nada	11	19.64%
Total general	56	100.00%

Gráfico No 24



Pregunta 4

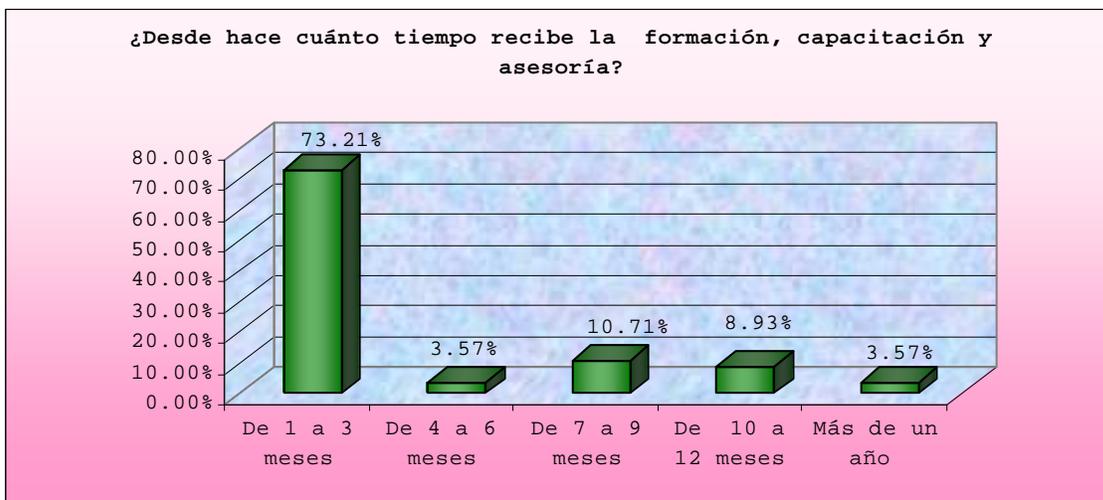
¿Desde hace cuánto tiempo recibe la formación, capacitación y asesoría?

Resultado:

Cuadro No. 25

Tiempo	Fr.	%
De 1 a 3 meses	41	73.21%
De 4 a 6 meses	2	3.57%
De 7 a 9 meses	6	10.71%
De 10 a 12 meses	5	8.93%
Más de un año	2	3.57%
Total general	56	100.00%

Gráfico No 25

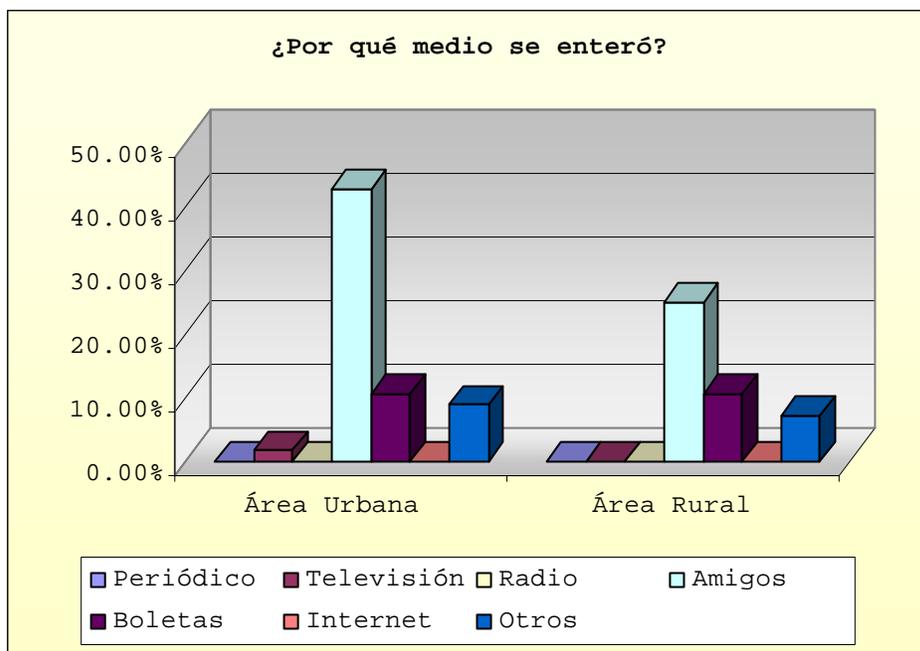


Pregunta 5

¿Por qué medio se enteró? (puede marcar más de una opción)

Resultado:**Cuadro No. 26**

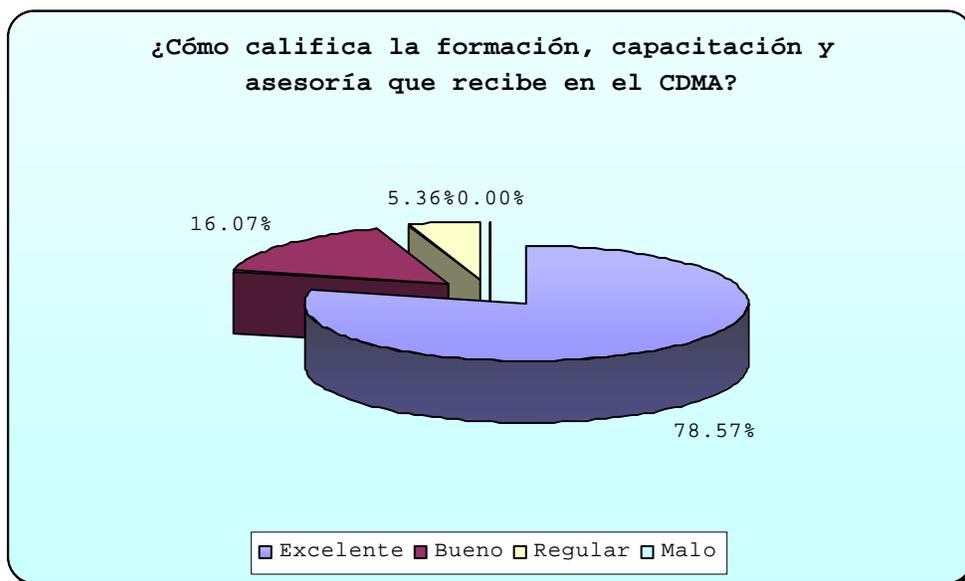
Medio	Área Urbana		Área Rural		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Periódico	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Televisión	1	1.79%	0	0.00%	1	1.79%
Radio	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Amigos	24	42.86%	14	25.00%	38	67.86%
Boletas	6	10.71%	6	10.71%	12	21.43%
Internet	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Otros	5	8.93%	4	7.14%	9	16.07%

Gráfico No 26**Pregunta 6**

¿Cómo califica la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA?

Resultado:**Cuadro No. 27**

Calificación	Fr.	%
Excelente	44	78.57%
Bueno	9	16.07%
Regular	3	5.36%
Malo	0	0.00%
Total general	56	100.00%

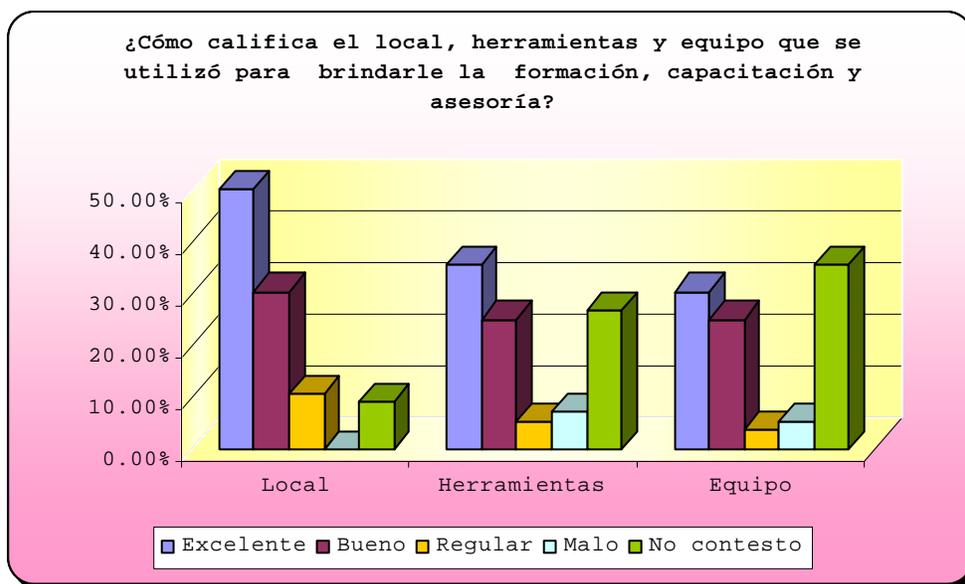
Gráfico No 27**Pregunta 7**

¿Cómo califica el local, herramientas y equipo que se utilizó para brindarle la formación, capacitación y asesoría?

Resultado:**Cuadro No. 28**

Área a evaluar	Local		Herramientas		Equipo	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Excelente	28	50.00%	20	35.71%	17	30.36%
Bueno	17	30.36%	14	25.00%	14	25.00%
Regular	6	10.71%	3	5.36%	2	3.57%
Malo	0	0.00%	4	7.14%	3	5.36%
No contesto	5	8.93%	15	26.79%	20	35.71%
Total general	56	100.00%	56	100.00%	56	100.00%

Gráfico No 28



Pregunta 8

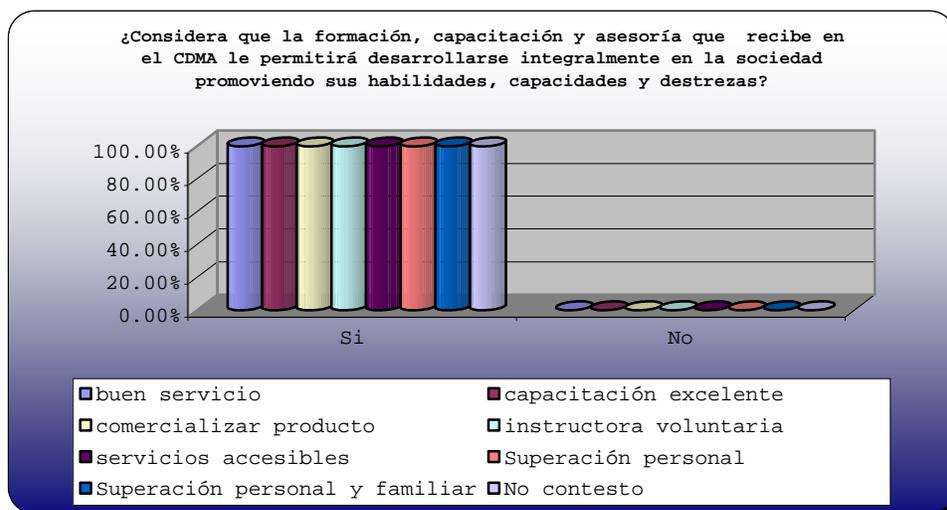
¿Considera que la formación, capacitación y asesoría que recibe en el CDMA le permitirá desarrollarse integralmente en la sociedad promoviendo sus habilidades, capacidades y destrezas?

Resultado:

Cuadro No. 29

Desarrollo	Si		No		Total general	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
buen servicio	3	100.00%	0	0.00%	3	100.00%
capacitación excelente	4	100.00%	0	0.00%	4	100.00%
comercializar producto	10	100.00%	0	0.00%	10	100.00%
instructora voluntaria	4	100.00%	0	0.00%	4	100.00%
servicios accesibles	1	100.00%	0	0.00%	1	100.00%
Superación personal	16	100.00%	0	0.00%	16	100.00%
Superación personal y familiar	5	100.00%	0	0.00%	5	100.00%
No contestó	13	100.00%	0	0.00%	13	100.00%
Total general	56	100.00%	0	0.00%	56	100.00%

Gráfico No 29

**Pregunta 9**

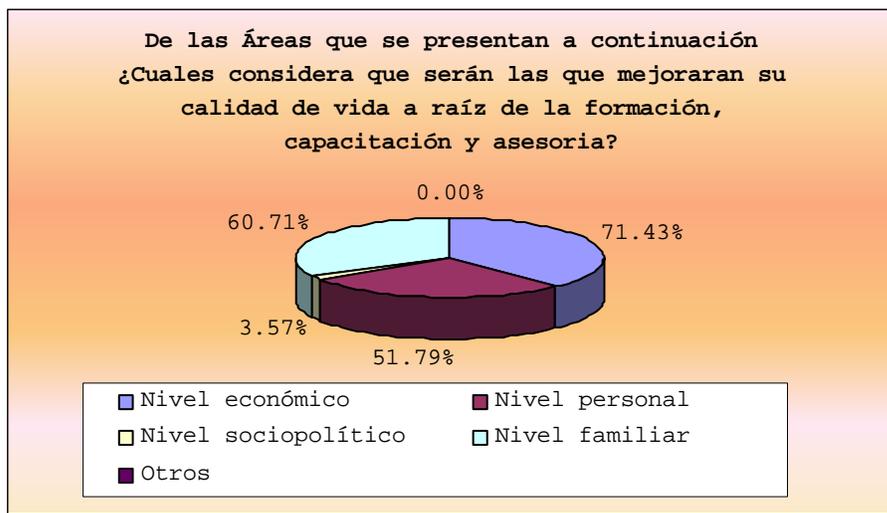
De las áreas que se presentan a continuación ¿Cuáles considera que serán las que mejorarán su calidad de vida a raíz de la formación, capacitación y asesoría que recibe?

Resultado:

Cuadro No. 30

Área de vida	Fr.	%
Nivel económico	40	71.43%
Nivel personal	29	51.79%
Nivel sociopolítico	2	3.57%
Nivel familiar	34	60.71%
Otros	0	0.00%

Gráfico No 30

**Pregunta 10**

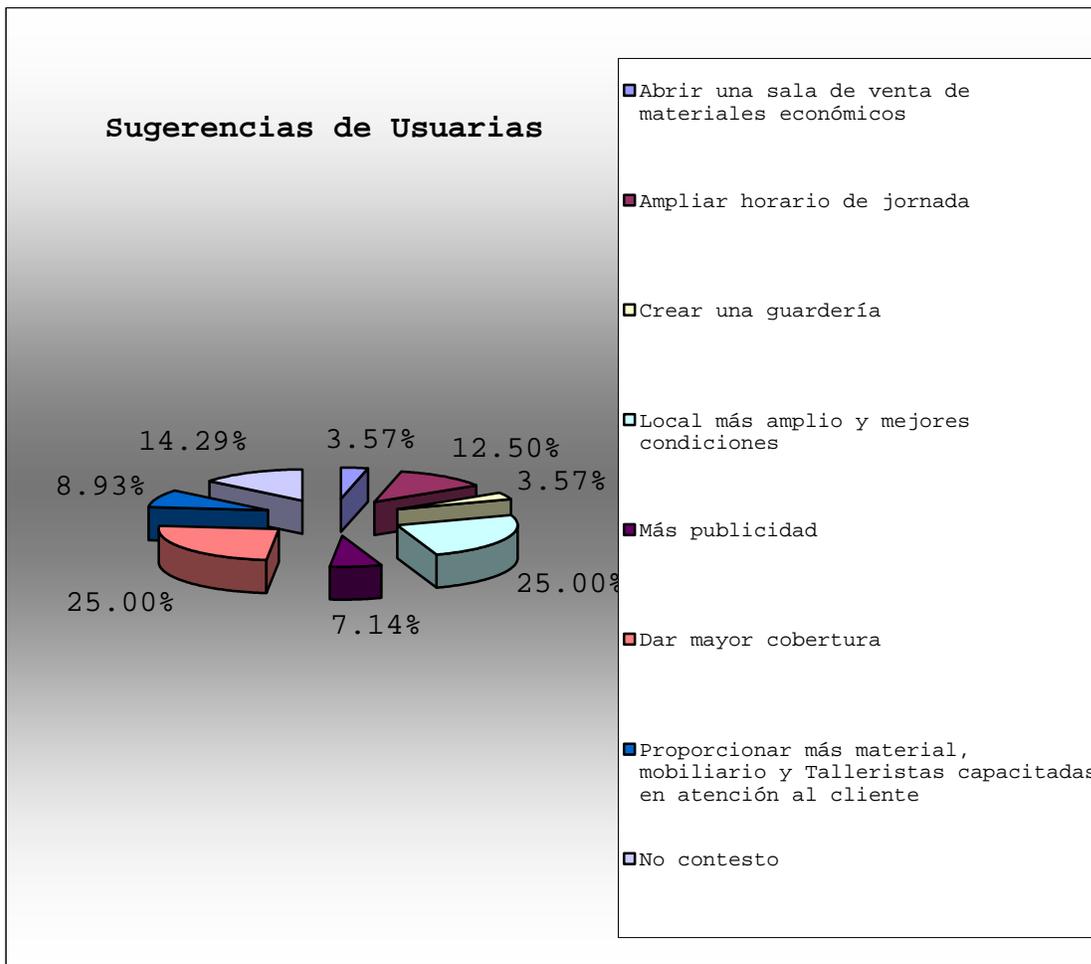
Si se le brindará la oportunidad de ayudar a mejorar el servicio ¿Qué le gustaría sugerir?

Resultado:

Cuadro No. 31

Sugerencias	Fr.	%
Abrir una sala de venta de materiales económicos	2	3.57%
Ampliar horario de jornada	7	12.50%
Crear una guardería	2	3.57%
Local más amplio y mejores condiciones	14	25.00%
Más publicidad	4	7.14%
Dar mayor cobertura	14	25.00%
Proporcionar más material, mobiliario y Talleristas capacitadas en atención al cliente	5	8.93%
No contesto	8	14.29%
Total general	56	100.00%

Gráfico No 31



Anexo 13

AFICHE PROPUESTO



*Deseas crear
un mejor porvenir...*



Ven al
Centro de Desarrollo Municipal
de la Mujer de Apopa
C.D.M.A.
iiiDescubre de lo que eres capaz!!!

TALLERES ARTESANALES

*Floristería
Macramé
Hamaca
Repujado
Piñatería
Bordado a Mano
Tarjeta
Manualidades
Ramos, coronas y
arreglos de temporada*

TALLERES VOCACIONALES

*Panadería
Corte y Confección*

**TALLERES DE DESARROLLO
PERSONAL**

*Autoestima y Género
Salud Sexual y Reproductiva
Derechos Humanos
Escuela Política*

NUESTRA UBICACIÓN:

Barrio El Calvario y prolongación 4^{ta} Avenida Norte Pje. 6
Poniente Ciudad Obrera (contiguo al mercadito de Madre
Tierra)

**Costo del Curso:
Cuota
Voluntaria.**



Anexo 14
VOLANTE PROPUESTO



Ven al
Centro de Desarrollo Municipal
de la Mujer de Apopa
C.D.M.A.
iiiDescubre de lo que eres capaz!!!



TALLERES ARTESANALES

- Floristería
- Macramé
- Hamaca
- Repujado
- Piñatería
- Bordado a Mano
- Tarjeta
- Manualidades
- Ramos, coronas y arreglos de temporada

TALLERES VOCACIONALES

- Panadería
- Corte y Confección

TALLERES DE DESARROLLO PERSONAL

- Autoestima y Género
- Salud Sexual y Reproductiva
- Derechos Humanos
- Escuela política

NUESTRA UBICACIÓN:
Barrio El Calvario y prolongación 4ª Avenida Norte Pje. 6 Poniente
Ciudad Obrera (contiguo al mercadito de Madre Tierra)

**Costo del Curso:
Cuota
Voluntaria.**

Anexo 15

INGRESOS PROYECTADOS POR TALLER DE 2008 A 2010

Talleres	2008	2009	2010
Panadería y Pastelería	\$ 103.20	\$ 113.52	\$ 124.87
Floristería Básico	\$ 72.00	\$ 79.20	\$ 87.12
Floristería Avanzado	\$ 69.60	\$ 76.56	\$ 84.22
Macramé Básico	\$ 72.00	\$ 79.20	\$ 87.12
Macramé Avanzado	\$ 69.60	\$ 76.56	\$ 84.22
Piñatería	\$ 72.00	\$ 79.20	\$ 87.12
Repujado	\$ 21.60	\$ 23.76	\$ 26.14
Elaboración de Tarjetas	\$ 28.80	\$ 31.68	\$ 34.85
Manualidades	\$ 81.60	\$ 89.76	\$ 98.74
Hamacas	\$ 72.00	\$ 79.20	\$ 87.12
Bordado a mano	\$ 96.00	\$ 105.60	\$ 116.16
Ramos, coronas y arreglos de temporada	\$ 129.60	\$ 142.56	\$ 156.82
Corte y Confección	\$ 56.00	\$ 56.00	\$ 56.00
Subtotal	\$ 944.00	\$1,032.80	\$1,130.48

Anexo 16

GASTOS DE OPERACIÓN PARA 2006

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	Total
MATERIALES					
TALLER DE PIÑATA					\$ 736.45
papel de china	300	plg	\$ 0.20	\$ 60.00	
papel crespón kakadu	500	plg	\$ 1.25	\$ 625.00	
alambre de amarre	50	lbs	\$ 0.50	\$ 25.00	
alambre delgado de 1 mm	25	lbs	\$ 0.85	\$ 21.25	
pegamento resistol	1	cuarto	\$ 5.20	\$ 5.20	
TALLER DE HAMACAS					\$ 1,671.00
hilo nylon	810	cono	\$ 1.50	\$ 1,215.00	
manguillo	180	cono	\$ 1.50	\$ 270.00	
aguja para nylon	90	und	\$ 1.00	\$ 90.00	

aguja para cordón	8	und	\$ 3.00	\$ 24.00	
lacito manguillo	8	und	\$ 2.00	\$ 16.00	
cordón	8	und	\$ 7.00	\$ 56.00	
TALLER DE BORDADO A MANO					\$ 300.00
tela rusia	15	yds	\$ 4.00	\$ 60.00	
tela manta	15	yds	\$ 3.00	\$ 45.00	
tela serenata	15	yds	\$ 2.50	\$ 37.50	
sedalina de colores	24	caja	\$ 5.00	\$ 120.00	
lana de colores	150	bll	\$ 0.25	\$ 37.50	
TALLER DE FLORISTERÍA					\$ 1,220.50
papel crespón marca Kakadu de colores	400	plg	\$ 1.25	\$ 500.00	
papel bond de colores t/carta	1,200	pg	\$ 0.04	\$ 48.00	
papel fomy de colores	150	plg	\$ 1.75	\$ 262.50	
papel estaño	125	plg	\$ 0.35	\$ 43.75	
peluche de colores	4	yds	\$ 18.00	\$ 72.00	
listón para chonga de 2" de colores	8	rll	\$ 4.00	\$ 32.00	
papel bond tamaño oficio	10	resma	\$ 5.00	\$ 50.00	
durapax	15	plg	\$ 1.25	\$ 18.75	
listón de tela delgado de color	6	rll	\$ 2.25	\$ 13.50	
listón de tela delgado con orillas doradas	100	yds	\$ 0.20	\$ 20.00	
yute de colores	18	mts	\$ 2.50	\$ 45.00	
alambre de amarre	15	lbs	\$ 0.60	\$ 9.00	
alambre para flor no.18	20	lbs	\$ 0.80	\$ 16.00	
brillantina de color	10	lbs	\$ 3.00	\$ 30.00	
silicón delgado	2	gruesa	\$ 2.50	\$ 5.00	
tirro	20	rll	\$ 0.85	\$ 17.00	
resistol	1	gln	\$ 14.00	\$ 14.00	
tijera en zig-zag	1	und	\$ 2.50	\$ 2.50	

tijera grande marca Mundial	1	und	\$ 5.00	\$ 5.00	
alicate	1	und	\$ 6.00	\$ 6.00	
spray	2	und	\$ 2.00	\$ 4.00	
pistola para silicón	2	und	\$ 3.25	\$ 6.50	
TALLER DE CARTERAS					\$ 344.30
cambas de colores	200	und	\$ 1.25	\$ 250.00	
rafias	100	und	\$ 0.73	\$ 73.00	
agujas	30	und	\$ 0.25	\$ 7.50	
manguera transparente para cartera	60	yds	\$ 0.23	\$ 13.80	
TALLER MACRAMÉ					\$ 1,113.10
cordel blanco no.36	80	lbs	\$ 4.25	\$ 340.00	
hilo nylon no. 18	84	lbs	\$ 4.25	\$ 357.00	
hilo suave plásticas	25	lbs	\$ 2.00	\$ 50.00	
pita corriente de mezcal	80	bll	\$ 3.50	\$ 280.00	
añilina de color	4	lbs	\$ 4.00	\$ 16.00	
tijeras grandes marca mundial	3	und	\$ 5.00	\$ 15.00	
tirros	6	und	\$ 0.85	\$ 5.10	
hebillas plásticas de 2"	36	und	\$ 0.40	\$ 14.40	
carritos para zipper	36	und	\$ 0.35	\$ 12.60	
zipper plásticos	10	yds	\$ 0.30	\$ 3.00	
papel bond	5	resmas	\$ 4.00	\$ 20.00	
Total Gastos de Operación					\$ 5,385.35

GASTOS DE OPERACIÓN PARA 2007

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	Total
			UNITARIO		
MATERIALES					
TALLER DE PIÑATA					\$ 736.45
papel de china	300	plg	\$ 0.20	\$ 60.00	
papel crespón kakadu	500	plg	\$ 1.25	\$ 625.00	
alambre de amarre	50	lbs	\$ 0.50	\$ 25.00	
alambre delgado de 1 mm	25	lbs	\$ 0.85	\$ 21.25	
pegamento resistol	1	cuarto	\$ 5.20	\$ 5.20	
TALLER DE HAMACAS					\$ 1,671.00
hilo nylon	810	cono	\$ 1.50	\$ 1,215.00	
manguillo	180	cono	\$ 1.50	\$ 270.00	
aguja para nylon	90	und	\$ 1.00	\$ 90.00	
aguja para cordón	8	und	\$ 3.00	\$ 24.00	
lacito manguillo	8	und	\$ 2.00	\$ 16.00	
cordón	8	und	\$ 7.00	\$ 56.00	
TALLER DE BORDADO A MANO					\$ 300.00
tela rusia	15	yds	\$ 4.00	\$ 60.00	
tela manta	15	yds	\$ 3.00	\$ 45.00	
tela serenata	15	yds	\$ 2.50	\$ 37.50	
sedalina de colores	24	caja	\$ 5.00	\$ 120.00	
lana de colores	150	bll	\$ 0.25	\$ 37.50	
TALLER DE FLORISTERÍA					\$ 1,220.50
papel crespón marca Kakadu de colores	400	plg	\$ 1.25	\$ 500.00	
papel bond de colores t/carta	1,200	pg	\$ 0.04	\$ 48.00	
papel fomy de colores	150	plg	\$ 1.75	\$ 262.50	
papel estaño	125	plg	\$ 0.35	\$ 43.75	
peluche de colores	4	yds	\$ 18.00	\$ 72.00	

listón para chonga de 2" de colores	8	rrol	\$ 4.00	\$ 32.00	
papel bond tamaño oficio	10	resma	\$ 5.00	\$ 50.00	
durapax	15	plg	\$ 1.25	\$ 18.75	
listón de tela delgado de color	6	rll	\$ 2.25	\$ 13.50	
listón de tela delgado con orillas doradas	100	yds	\$ 0.20	\$ 20.00	
yute de colores	18	mts	\$ 2.50	\$ 45.00	
alambre de amarre	15	lbs	\$ 0.60	\$ 9.00	
alambre para flor no.18	20	lbs	\$ 0.80	\$ 16.00	
brillantina de color	10	lbs	\$ 3.00	\$ 30.00	
silicón delgado	2	gruesa	\$ 2.50	\$ 5.00	
tirro	20	rll	\$ 0.85	\$ 17.00	
resistol	1	gln	\$ 14.00	\$ 14.00	
tijera en zig-zag	1	und	\$ 2.50	\$ 2.50	
tijera grande marca Mundial	1	und	\$ 5.00	\$ 5.00	
alicate	1	und	\$ 6.00	\$ 6.00	
spray	2	und	\$ 2.00	\$ 4.00	
pistola para silicón	2	und	\$ 3.25	\$ 6.50	
TALLER DE CARTERAS					\$ 344.30
camas de colores	200	und	\$ 1.25	\$ 250.00	
rafias	100	und	\$ 0.73	\$ 73.00	
agujas	30	und	\$ 0.25	\$ 7.50	
manguera transparente para cartera	60	yds	\$ 0.23	\$ 13.80	
TALLER MACRAMÉ					\$ 1,629.89
cordel blanco no.36	80	lbs	\$ 4.25	\$ 340.00	
hilo nylon no. 18	84	lbs	\$ 4.25	\$ 357.00	
hilo suave plástico	25	lbs	\$ 2.00	\$ 50.00	
pita corriente de mezcal	80	bll	\$ 3.50	\$ 280.00	
añilina de color	4	lbs	\$ 4.00	\$ 16.00	

tijeras grandes marca mundial	3	und	\$ 5.00	\$ 15.00	
tirros	6	und	\$ 0.85	\$ 5.10	
hebillas plásticas de 2"	36	und	\$ 0.40	\$ 14.40	
carritos para zipper	36	und	\$ 0.35	\$ 12.60	
ziper plásticos	10	yds	\$ 0.30	\$ 3.00	
papel bond	5	resmas	\$ 4.00	\$ 20.00	
TALLER CORTE DE CONFECCIÓN				\$ -	\$ 516.79
papel de empaque	240	pliegos	\$ 0.12	\$ 28.80	
cono de hilos	24	conos	\$ 1.00	\$ 24.00	
tela lino	10	rollos	\$ 40.00	\$ 400.00	
botones	84	docena	\$ 0.36	\$ 30.24	
zipper	15	docena	\$ 1.50	\$ 22.50	
aguja manual	3	pqte	\$ 0.25	\$ 0.75	
aguja para máquina	3	pqte	\$ 3.50	\$ 10.50	
Total Gastos de Operación					\$ 6,418.93

GASTOS DE OPERACIÓN PARA 2008

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	Total
			UNITARIO		
MATERIALES					
TALLER DE PIÑATA					\$ 2,258.84
papel de china	900	plg	\$ 0.20	\$ 184.03	
papel crespón kakadu	1500	plg	\$ 1.28	\$1,917.00	
alambre de amarre	150	lbs	\$ 0.51	\$ 76.68	
alambre delgado de 1 mm	75	lbs	\$ 0.87	\$ 65.18	
pegamento resistol	3	cuarto	\$ 5.32	\$ 15.95	
TALLER DE HAMACAS					\$ 5,219.03
hilo nylon	2430	cono	\$ 1.56	\$3,794.81	

manguillo	540	cono	\$ 1.56	\$ 843.29	
aguja para nylon	270	und	\$ 1.04	\$ 281.10	
aguja para cordón	24	und	\$ 3.12	\$ 74.96	
lacito manguillo	24	und	\$ 2.08	\$ 49.97	
cordón	24	und	\$ 7.29	\$ 174.90	
TALLER DE BORDADO A MANO					\$ 936.99
tela rusia	45	yds	\$ 4.16	\$ 187.40	
tela manta	45	yds	\$ 3.12	\$ 140.55	
tela serenata	45	yds	\$ 2.60	\$ 117.12	
sedalina de colores	72	caja	\$ 5.21	\$ 374.80	
lana de colores	450	bll	\$ 0.26	\$ 117.12	
TALLER DE FLORISTERÍA					\$ 3,743.52
papel crespón marca Kakadu de colores	1200	plg	\$ 1.28	\$1,533.60	
papel bond de colores t/carta	3600	pg	\$ 0.04	\$ 147.23	
papel fomy de colores	450	plg	\$ 1.79	\$ 805.14	
papel estaño	375	plg	\$ 0.36	\$ 134.19	
peluche de colores	12	yds	\$ 18.40	\$ 220.84	
listón para chonga de 2" de colores	24	rll	\$ 4.09	\$ 98.15	
papel bond tamaño oficio	30	resma	\$ 5.11	\$ 153.36	
durapax	45	plg	\$ 1.28	\$ 57.51	
listón de tela delgado de color	18	rll	\$ 2.30	\$ 41.41	
listón de tela delgado con orillas doradas	300	yds	\$ 0.20	\$ 61.34	
yute de colores	54	mts	\$ 2.56	\$ 138.02	
alambre de amarre	45	lbs	\$ 0.61	\$ 27.60	
alambre para flor no.18	60	lbs	\$ 0.82	\$ 49.08	
brillantina de color	30	lbs	\$ 3.07	\$ 92.02	
silicón delgado	6	gruesa	\$ 2.56	\$ 15.34	
tirro	60	rll	\$ 0.87	\$ 52.14	

resistol	3	gln	\$ 14.31	\$ 42.94	
tijera en zig-zag	3	und	\$ 2.56	\$ 7.67	
tijera grande marca Mundial	3	und	\$ 5.11	\$ 15.34	
alicate	3	und	\$ 6.13	\$ 18.40	
spray	6	und	\$ 2.04	\$ 12.27	
pistola para silicón	6	und	\$ 3.32	\$ 19.94	
TALLER DE CARTERAS	0				\$ 1,075.35
cambas de colores	600	und	\$ 1.30	\$ 780.83	
rafias	300	und	\$ 0.76	\$ 228.00	
agujas	90	und	\$ 0.26	\$ 23.42	
manguera transparente para cartera	180	yds	\$ 0.24	\$ 43.10	
TALLER MACRAMÉ					\$ 3,475.42
cordel blanco no.36	240	lbs	\$ 4.42	\$1,061.92	
hilo nylon no. 18	252	lbs	\$ 4.42	\$1,115.02	
hilo suave plastico	75	lbs	\$ 2.08	\$ 156.17	
pita corriente de mezcal	240	bll	\$ 3.64	\$ 874.52	
añilina de color	12	lbs	\$ 4.16	\$ 49.97	
tijeras grandes marca mundial	9	und	\$ 5.21	\$ 46.85	
tirros	18	und	\$ 0.88	\$ 15.93	
hebillas plásticas de 2"	108	und	\$ 0.42	\$ 44.98	
carritos para zipper	108	und	\$ 0.36	\$ 39.35	
ziper plásticos	30	yds	\$ 0.31	\$ 9.37	
papel bond	15	resmas	\$ 4.09	\$ 61.34	
TALLER CORTE DE CONFECCIÓN				\$ -	\$ 516.79
papel de empaque	240	pliegos	\$ 0.12	\$ 28.80	
cono de hilos	24	conos	\$ 1.00	\$ 24.00	
tela lino	10	rollos	\$ 40.00	\$ 400.00	
botones	84	docena	\$ 0.36	\$ 30.24	

zipper	15	docena	\$ 1.50	\$ 22.50	
aguja manual	3	pqte	\$ 0.25	\$ 0.75	
aguja para máquina	3	pqte	\$ 3.50	\$ 10.50	
Total Gastos de Operación					\$16,709.16

GASTOS DE OPERACIÓN PARA 2009

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	Total
			UNITARIO		
MATERIALES					
TALLER DE PIÑATA					\$ 2,309.44
papel de china	900	plg	\$ 0.21	\$ 188.15	
papel crespón kakadu	1500	plg	\$ 1.31	\$1,959.94	
alambre de amarre	150	lbs	\$ 0.52	\$ 78.40	
alambre delgado de 1 mm	75	lbs	\$ 0.89	\$ 66.64	
pegamento resistol	3	cuarto	\$ 5.44	\$ 16.31	
TALLER DE HAMACAS					\$ 5,433.54
hilo nylon	2430	cono	\$ 1.63	\$3,950.78	
manguillo	540	cono	\$ 1.63	\$ 877.95	
aguja para nylon	270	und	\$ 1.08	\$ 292.65	
aguja para cordón	24	und	\$ 3.25	\$ 78.04	
lacito manguillo	24	und	\$ 2.17	\$ 52.03	
condón	24	und	\$ 7.59	\$ 182.09	
TALLER DE BORDADO A MANO					\$ 975.50
tela rusia	45	yds	\$ 4.34	\$ 195.10	
tela manta	45	yds	\$ 3.25	\$ 146.33	
tela serenata	45	yds	\$ 2.71	\$ 121.94	
sedalina de colores	72	caja	\$ 5.42	\$ 390.20	

lana de colores	450	bll	\$ 0.27	\$ 121.94	
TALLER DE FLORISTERIA					\$ 3,827.37
papel crespón marca Kakadu de colores	1200	plg	\$ 1.31	\$1,567.95	
papel bond de colores t/carta	3600	pg	\$ 0.04	\$ 150.52	
papel fomy de colores	450	plg	\$ 1.83	\$ 823.18	
papel estaño	375	plg	\$ 0.37	\$ 137.20	
peluche de colores	12	yds	\$ 18.82	\$ 225.79	
listón para chonga de 2" de colores	24	rll	\$ 4.18	\$ 100.35	
papel bond tamaño oficio	30	resma	\$ 5.23	\$ 156.80	
durapax	45	plg	\$ 1.31	\$ 58.80	
listón de tela delgado de color	18	rll	\$ 2.35	\$ 42.33	
listón de tela delgado con orillas doradas	300	yds	\$ 0.21	\$ 62.72	
yute de colores	54	mts	\$ 2.61	\$ 141.12	
alambre de amarre	45	lbs	\$ 0.63	\$ 28.22	
alambre para flor no.18	60	lbs	\$ 0.84	\$ 50.17	
brillantina de color	30	lbs	\$ 3.14	\$ 94.08	
silicon delgado	6	gruesa	\$ 2.61	\$ 15.68	
tirro	60	rll	\$ 0.89	\$ 53.31	
resistol	3	gln	\$ 14.63	\$ 43.90	
tijera en zig-zag	3	und	\$ 2.61	\$ 7.84	
tijera grande marca Mundial	3	und	\$ 5.23	\$ 15.68	
alicate	3	und	\$ 6.27	\$ 18.82	
spray	6	und	\$ 2.09	\$ 12.54	
pistola para silicón	6	und	\$ 3.40	\$ 20.38	
TALLER DE CARTERAS	0				\$ 1,119.55
cambas de colores	600	und	\$ 1.35	\$ 812.92	
rafias	300	und	\$ 0.79	\$ 237.37	
agujas	90	und	\$ 0.27	\$ 24.39	

manguera transparente para cartera	180	yds	\$ 0.25	\$ 44.87	
TALLER MACRAMÉ					\$ 3,617.12
cordel blanco no.36	240	lbs	\$ 4.61	\$1,105.57	
hilo nylon no. 18	252	lbs	\$ 4.61	\$1,160.85	
hilo suave plástico	75	lbs	\$ 2.17	\$ 162.58	
pita corriente de mezcal	240	bll	\$ 3.79	\$ 910.47	
añilina de color	12	lbs	\$ 4.34	\$ 52.03	
tijeras grandes marca mundial	9	und	\$ 5.42	\$ 48.78	
tirros	18	und	\$ 0.92	\$ 16.58	
hebillas plásticas de 2"	108	und	\$ 0.43	\$ 46.82	
carritos para zipper	108	und	\$ 0.38	\$ 40.97	
zipper plásticos	30	yds	\$ 0.33	\$ 9.76	
papel bond	15	resmas	\$ 4.18	\$ 62.72	
TALLER CORTE DE CONFECCIÓN				\$ -	\$ 516.79
papel de empaque	240	pliegos	\$ 0.12	\$ 28.80	
cono de hilos	24	conos	\$ 1.00	\$ 24.00	
tela lino	10	rollos	\$ 40.00	\$ 400.00	
botones	84	docena	\$ 0.36	\$ 30.24	
zipper	15	docena	\$ 1.50	\$ 22.50	
aguja manual	3	pqte	\$ 0.25	\$ 0.75	
aguja para maquina	3	pqte	\$ 3.50	\$ 10.50	
Total Gastos de Operación					\$17,799.30

GASTOS DE OPERACIÓN PARA 2010

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	Total
			UNITARIO		
MATERIALES					
TALLER DE PIÑATA					\$ 2,361.17
papel de china	900	plg	\$ 0.21	\$ 192.37	
papel crespón kakadu	1500	plg	\$ 1.34	\$2,003.84	
alambre de amarre	150	lbs	\$ 0.53	\$ 80.15	
alambre delgado de 1 mm	75	lbs	\$ 0.91	\$ 68.13	
pegamento resistol	3	cuarto	\$ 5.56	\$ 16.67	
TALLER DE HAMACAS					\$ 5,656.85
hilo nylon	2430	cono	\$ 1.69	\$4,113.15	
manguillo	540	cono	\$ 1.69	\$ 914.03	
aguja para nylon	270	und	\$ 1.13	\$ 304.68	
aguja para cordón	24	und	\$ 3.39	\$ 81.25	
lacito manguillo	24	und	\$ 2.26	\$ 54.16	
cordón	24	und	\$ 7.90	\$ 189.58	
TALLER DE BORDADO A MANO					\$ 1,015.59
tela rusia	45	yds	\$ 4.51	\$ 203.12	
tela manta	45	yds	\$ 3.39	\$ 152.34	
tela serenata	45	yds	\$ 2.82	\$ 126.95	
sedalina de colores	72	caja	\$ 5.64	\$ 406.24	
lana de colores	450	bll	\$ 0.28	\$ 126.95	
TALLER DE FLORISTERIA					\$ 3,913.11
papel crespón marca Kakadu de colores	1200	plg	\$ 1.34	\$1,603.07	
papel bond de colores t/carta	3600	pg	\$ 0.04	\$ 153.90	
papel fomy de colores	450	plg	\$ 1.87	\$ 841.61	
papel estaño	375	plg	\$ 0.37	\$ 140.27	
peluche de colores	12	yds	\$ 19.24	\$ 230.84	

listón para chonga de 2" de colores	24	rrol	\$ 4.27	\$ 102.60	
papel bond tamaño oficio	30	resma	\$ 5.34	\$ 160.31	
durapax	45	plg	\$ 1.34	\$ 60.12	
listón de tela delgado de color	18	rll	\$ 2.40	\$ 43.28	
listón de tela delgado con orillas doradas	300	yds	\$ 0.21	\$ 64.12	
yute de colores	54	mts	\$ 2.67	\$ 144.28	
alambre de amarre	45	lbs	\$ 0.64	\$ 28.86	
alambre para flor no.18	60	lbs	\$ 0.85	\$ 51.30	
brillantina de color	30	lbs	\$ 3.21	\$ 96.18	
silicón delgado	6	gruesa	\$ 2.67	\$ 16.03	
tirro	60	rll	\$ 0.91	\$ 54.50	
resistol	3	gln	\$ 14.96	\$ 44.89	
tijera en zig-zag	3	und	\$ 2.67	\$ 8.02	
tijera grande marca Mundial	3	und	\$ 5.34	\$ 16.03	
alicate	3	und	\$ 6.41	\$ 19.24	
spray	6	und	\$ 2.14	\$ 12.82	
pistola para silicón	6	und	\$ 3.47	\$ 20.84	
TALLER DE CARTERAS	0				\$ 1,165.56
camas de colores	600	und	\$ 1.41	\$ 846.33	
rafias	300	und	\$ 0.82	\$ 247.13	
agujas	90	und	\$ 0.28	\$ 25.39	
manguera transparente para cartera	180	yds	\$ 0.26	\$ 46.72	
TALLER MACRAME					\$ 3,764.61
cordel blanco no.36	240	lbs	\$ 4.80	\$1,151.01	
hilo nylon no. 18	252	lbs	\$ 4.80	\$1,208.56	
hilo suave plástico	75	lbs	\$ 2.26	\$ 169.27	
pita corriente de mezcal	240	bll	\$ 3.95	\$ 947.89	
añilina de color	12	lbs	\$ 4.51	\$ 54.16	

tijeras grandes marca mundial	9	und	\$ 5.64	\$ 50.78	
tirros	18	und	\$ 0.96	\$ 17.27	
hebillas plásticas de 2"	108	und	\$ 0.45	\$ 48.75	
carritos para zipper	108	und	\$ 0.39	\$ 42.65	
ziper plásticos	30	yds	\$ 0.34	\$ 10.16	
papel bond	15	resmas	\$ 4.27	\$ 64.12	
TALLER CORTE DE CONFECCIÓN				\$ -	\$ 516.79
papel de empaque	240	pliegos	\$ 0.12	\$ 28.80	
cono de hilos	24	conos	\$ 1.00	\$ 24.00	
tela lino	10	rollos	\$ 40.00	\$ 400.00	
botones	84	docena	\$ 0.36	\$ 30.24	
zipper	15	docena	\$ 1.50	\$ 22.50	
aguja manual	3	pgte	\$ 0.25	\$ 0.75	
aguja para maquina	3	pgte	\$ 3.50	\$ 10.50	
Total Gastos de Operación					\$18,393.68

Anexo 17
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y FINANCIEROS

CONCEPTO	2006	2007	Proyectado	Proyectado	Proyectado
			2008	2009	2010
Gastos de Administración					
Sueldos fijos		\$ 9,528.00	\$ 9,528.00	\$ 9,528.00	\$ 9,528.00
Aguinaldos fijos		\$ 775.45	\$ 775.45	\$ 775.45	\$ 775.45
Sueldos eventuales	\$ 2,400.00	\$8,972.00	\$9,932.00	\$9,932.00	\$9,932.00
Aguinaldos eventuales	\$ 138.68	\$ 518.45	\$ 518.45	\$ 518.45	\$ 518.45
cotizaciones ISSS Permanentes		\$ 1,146.36	\$ 1,146.36	\$ 1,146.36	\$ 1,146.36
cotizaciones ISSS Eventuales	\$ 158.16	\$ 591.30	\$ 591.30	\$ 591.30	\$ 591.30
AFP Permanentes		\$ 226.80	\$ 226.80	\$ 226.80	\$ 226.80
AFP Eventuales	\$ 60.67	\$ 532.17	\$ 532.17	\$ 532.17	\$ 532.17
Suministros	\$2,214.65	\$2,214.65	\$2,497.41	\$2,518.92	\$2,540.90
Materiales de Oficina	\$ -	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76	\$ 11.76
Materiales Informáticos	\$ -	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00
Bienes de Uso y Consumo Diversos	\$ -	\$ -			
Transportes, Fletes y Almacenamientos	\$ 458.70	\$ 1,729.00	\$ 1,729.00	\$ 1,729.00	\$ 1,729.00
Servicios de Publicidad	\$ 550.00	\$ 550.00	\$575.00	\$575.00	\$575.00
Arrendamiento de Bienes Muebles	\$ -	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00	\$ 570.00
Mobiliarios	\$ -	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Servicios Básicos*	\$ -	\$ -	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00
Imprevistos	\$ 389.27	\$ 80.50	\$ 80.50	\$ 80.50	\$ 80.50
Maquinarias y Equipos	\$ -	\$ -	105		
Bienes Muebles Diversos	\$ -	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6,370.13	\$ 27,801.44	\$ 30,434.20	\$ 30,350.71	\$30,372.69
Gastos Financieros					
Cargos Bancarios	\$ -	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 12.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	\$6,370.13	\$ 27,813.44	\$ 30,446.20	\$ 30,362.71	\$30,384.69

*Los servicios básicos para 2006 y 2007 son absorbidos por la clínica municipal por lo que el CDMA no incurre en ninguna aportación para este gasto. Hasta 2008 que cuenta con instalación propia, generara gastos por servicios básicos.

Anexo 18
DEPRECIACION
(MÉTODO DE LINEA RECTA)

Valor	\$8,000.00
Vida Útil	5 años
% Depreciación	20%
Año 1	\$ 1,600.00
Año 2	\$ 1,600.00
Año 3	\$ 1,600.00
Año 4	\$ 1,600.00
Año 5	\$ 1,600.00

Anexo 19
INVERSION

Inversión anual				Inversión Proyectada	
DETALLE	Cantidad	2006	2007	Cantidad	2008
Herramientas					
Tijeras para manualidades	15	\$ 15.75			
Tenazas	15	\$ 34.50			
Bascula	1	\$ 15.00			
Horno de Gas C/tambo	1		\$8,000.00		
Mesas de Trabajo	4	\$240.00		75	\$262.50
Mesa metálica para panadería				1	\$175.00
sillas plásticas	40	\$140.00			
Clavijero	2	\$100.00			
Subtotal		\$545.25	\$8,000.00		\$437.50
Equipo					
Computadora C/licencias, UPS	1		\$ 750.00		
Mueble para computadora de madera	1		\$ 70.00		
Escritorio	2		\$ 160.00		
Impresor canon	1		\$ 45.00		
Pizarra	1	\$ 60.00			
Archivador metálico	1	\$ 80.00			
Radio grabadora	1	\$100.00		1	\$ 100.00
Oasis	1	\$ 80.00			
Cafetera	1	\$ 35.00			
Subtotal		\$355.00	\$1,025.00		\$100.00
Total Inversión		\$ 900.25	\$9,025.00		\$ 537.50

Anexo 20

**INGRESOS PROYECTADOS POR TALLER SEGÚN CUOTA VOLUNTARIA DE 2008 A 2010
DÓLARES AMERICANOS**

Talleres	2006	2007	2008	2009	2010
Panadería y Pastelería	\$ 16,00	\$ 34,40	\$ 103,20	\$ 113,52	\$ 124,87
Floristería Básico	\$ 62,40	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 79,20	\$ 87,12
Floristería Avanzado	\$ 12,00	\$ 23,20	\$ 69,60	\$ 76,56	\$ 84,22
Macramé Básico	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 79,20	\$ 87,12
Macramé Avanzado	\$ -	\$ 23,20	\$ 69,60	\$ 76,56	\$ 84,22
Piñatería	\$ 76,80	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 79,20	\$ 87,12
Repujado	\$ -	\$ 7,20	\$ 21,60	\$ 23,76	\$ 26,14
Elaboración de Tarjetas	\$ -	\$ 9,60	\$ 28,80	\$ 31,68	\$ 34,85
Manualidades	\$ 37,60	\$ 27,20	\$ 81,60	\$ 89,76	\$ 98,74
Hamacas	\$ 33,60	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 79,20	\$ 87,12
Bordado a mano	\$ 25,60	\$ 32,00	\$ 96,00	\$ 105,60	\$ 116,16
Ramos, coronas y arreglos de temporada	\$ 36,00	\$ 43,20	\$ 129,60	\$ 142,56	\$ 156,82
Corte y Confección	\$ -	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
Total	\$ 320,00	\$ 352,00	\$ 944,00	\$1.032,80	\$1.130,48

Anexo 21
AHORROS ESTIMADOS PERIODOS 2006 Y 2007

Talleres	2006			2007		
	Mujeres	Ahorro	Total	Mujeres	Ahorro	Total
Panadería y Pastelería	20	\$ 60.00	\$ 1,200.00	43	\$ 60.00	\$ 2,580.00
Floristería Básico	78	\$ 60.00	\$ 4,680.00	30	\$ 60.00	\$ 1,800.00
Floristería Avanzado	15	\$ 60.00	\$ 900.00	29	\$ 60.00	\$ 1,740.00
Macramé Básico	25	\$ 60.00	\$ 1,500.00	30	\$ 60.00	\$ 1,800.00
Macramé Avanzado	-	\$ 60.00	\$ -	29	\$ 60.00	\$ 1,740.00
Piñatería	96	\$ 60.00	\$ 5,760.00	30	\$ 60.00	\$ 1,800.00
Repujado				9	\$ 60.00	\$ 540.00
Elaboración de Tarjetas				12	\$ 60.00	\$ 720.00
Manualidades	47	\$ 60.00	\$ 2,820.00	34	\$ 60.00	\$ 2,040.00
Hamacas	42	\$ 60.00	\$ 2,520.00	30	\$ 60.00	\$ 1,800.00
Bordado a mano	32	\$ 60.00	\$ 1,920.00	40	\$ 60.00	\$ 2,400.00
Ramos, coronas y arreglos de temporada	45	\$ 40.00	\$ 1,800.00	54	\$ 40.00	\$ 2,160.00
Corte y Confección				70	\$ 60.00	\$ 4,200.00
Total	400		\$ 23,100.00	440		\$ 25,320.00
Charlas Formativos			\$ -			\$ -
Asesoría sobre Violencia Intrafamiliar	-		\$ -	39	\$ 10.00	\$ 390.00
Escuela Política*	20		\$ -	18		\$ -
salud Mental	-		\$ -	29	\$ 10.00	\$ 290.00
Taller de Masculinidad	-		\$ -	33	\$ 10.00	\$ 330.00
Subtotal	20		\$ -	119		\$ 1,010.00
TOTAL	420		\$23,100.00	559		\$ 26,330.00

AHORROS ESTIMADOS PERIODOS 2008, 2009 Y 2010.

Talleres	2008			2009			2010		
	Mujeres	Ahorro	Total	Mujeres	Ahorro	Total	Mujeres	Ahorro	Total
Panadería y Pastelería	129	\$ 60.00	\$ 7,740.00	142	\$ 60.00	\$ 8,514.00	156	\$ 60.00	\$ 9,365.40
Floristería Básico	90	\$ 60.00	\$ 5,400.00	99	\$ 60.00	\$ 5,940.00	109	\$ 60.00	\$ 6,534.00
Floristería Avanzado	87	\$ 60.00	\$ 5,220.00	96	\$ 60.00	\$ 5,742.00	105	\$ 60.00	\$ 6,316.20
Macramé Básico	90	\$ 60.00	\$ 5,400.00	99	\$ 60.00	\$ 5,940.00	109	\$ 60.00	\$ 6,534.00
Macramé Avanzado	87	\$ 60.00	\$ 5,220.00	96	\$ 60.00	\$ 5,742.00	105	\$ 60.00	\$ 6,316.20
Piñatería	90	\$ 60.00	\$ 5,400.00	99	\$ 60.00	\$ 5,940.00	109	\$ 60.00	\$ 6,534.00
Repujado	27	\$ 60.00	\$ 1,620.00	30	\$ 60.00	\$ 1,782.00	33	\$ 60.00	\$ 1,960.20
Elaboración de Tarjetas	36	\$ 60.00	\$ 2,160.00	40	\$ 60.00	\$ 2,376.00	44	\$ 60.00	\$ 2,613.60
Manualidades	102	\$ 60.00	\$ 6,120.00	112	\$ 60.00	\$ 6,732.00	123	\$ 60.00	\$ 7,405.20
Hamacas	90	\$ 60.00	\$ 5,400.00	99	\$ 60.00	\$ 5,940.00	109	\$ 60.00	\$ 6,534.00
Bordado a mano	120	\$ 60.00	\$ 7,200.00	132	\$ 60.00	\$ 7,920.00	145	\$ 60.00	\$ 8,712.00
Ramos, coronas y arreglos de temporada	162	\$ 40.00	\$ 6,480.00	178	\$ 40.00	\$ 7,128.00	196	\$ 40.00	\$ 7,840.80
Corte y Confección	70	\$ 60.00	\$ 4,200.00	70	\$ 60.00	\$ 4,200.00	70	\$ 60.00	\$ 4,200.00
Total	1,180		\$ 67,560.00	1,291		\$ 73,896.00	1,413		\$ 80,865.60
Charlas Formativos			\$ -			\$ -			\$ -
Asesoría sobre Violencia Intra familiar	117	\$ 10.00	\$ 1,170.00	129	\$ 10.00	\$ 1,287.00	129	\$ 10.00	\$ 1,287.00
Escuela Política*	54		\$ -	59		\$ -	59		\$ -
salud Mental	87	\$ 10.00	\$ 870.00	96	\$ 10.00	\$ 957.00	96	\$ 10.00	\$ 957.00
Taller de Masculinidad	99	\$ 10.00	\$ 990.00	109	\$ 10.00	\$ 1,089.00	109	\$ 10.00	\$ 1,089.00
Subtotal	357		\$ 3,030.00	393		\$ 3,333.00	393		\$ 3,333.00
TOTAL	1,537		\$70,590.00	1,684		\$77,229.00	1,806		\$84,198.60

* Este curso no ha sido considerado dentro del cálculo del ahorro dado que este se imparte como refuerzo a la militancia del partido en gestión.