

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



**“ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA SOSTENIBILIDAD
FINANCIERA DE LOS CINCO CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN
NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR UBICADA EN EL MUNICIPIO DE
MEJICANOS – DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

**LAURA MARCELA CATALÁN SÁNCHEZ
DIANA LIZETH ESCALANTE ÁBREGO
MARÍA JULIA VÁSQUEZ ORTEGA**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENERO DE 2014

SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIA GENERAL : DRA. ANA LETICIA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO : ING. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ
CONTRERAS

COORDINADOR DE SEMINARIO
DE GRADUACIÓN : LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

DOCENTE DIRECTOR : LICDA. SANDRA ELIZABETH RUÍZ VALENCIA

ENERO DE 2014

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, primeramente a nuestro Señor Jesús, único Dios, misericordioso, que me ha dado la vida y permitido que llegue éste momento demostrándome una vez más que al confiar en Él todo es posible. A mi madre y padre por su amor, consejos y apoyo. A mi hijo, que tuvo paciencia por el tiempo que no le he dedicado durante mis estudios y porque me inspiró para esforzarme, seguir adelante y así poder darle el ejemplo de triunfar en la vida. Y finalmente, a mi equipo de investigación, por su esfuerzo para el cumplimiento de éste último paso, creando nuevos lazos de amistad.

Laura Marcela Catalán Sánchez

Gracias Padre Dios, por haberme proporcionado, salud, sabiduría, fortaleza y perseverancia para que fuera posible alcanzar este triunfo en mi vida, a Ti Madre Santísima María por servirme como modelo de mujer, a mi amado esposo, a mi querido hijo que fue parte de mi inspiración de superación; por todo el apoyo, sacrificio y comprensión que me dieron a lo largo de la carrera en estos años, a mi madre Antonia (Q.D.D.G.) que siempre estuvo en mis pensamientos; a mis compañeras de grupo que con esfuerzo y dedicación hemos terminado nuestro trabajo de investigación, a los catedráticos que me transmitieron sus conocimientos.

María Julia Vásquez Ortega

Agradezco infinitamente a Dios todo poderoso, por brindarme sabiduría, perseverancia y la fortaleza para guiarme en terminar mi carrera universitaria. A mi abuela, madre y tío por sus consejos, apoyo y comprensión en el trayecto de mis estudios. A mis amigos y compañeras de grupo por todo su esfuerzo para ayudarme a cumplir una de mis metas.

Diana Lizeth Escalante Abrego

A nuestra Docente Directora: Licda. Sandra Elizabeth Ruiz, por orientar este esfuerzo con dedicación, confianza y enseñanza durante el desarrollo del Trabajo de Investigación; y al **personal de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador** que muy amablemente nos brindaron su apoyo con mucho interés para poder realizar la investigación.

ÍNDICE

Contenido	Página
RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
CAPÍTULO I.....	1
A. GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.....	1
1. Definición.....	1
2. Antecedentes.....	1
3. Importancia.....	2
4. Marco Legal.....	3
5. Actividad Económica.	4
B. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.	5
1. Antecedentes.	5
2. Fines.	5
3. Filosofía Institucional.....	6
4. Ubicación geográfica.	7
5. Servicios que presta.	8
6. Estructura Organizativa.....	10
7. Marco Legal.	12
8. Centros de Desarrollo Infantil.	12
9. Proyectos Productivos.	17
C. GENERALIDADES SOBRE ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	18
1. Definiciones.....	18
2. Importancia.....	19
3. Tipos.....	19
4. Mezcla de mercadeo.....	22
D. GENERALIDADES SOBRE SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.....	24
1. Definiciones.....	24
2. Importancia.....	25

3. Objetivos.....	25
4. Características.....	26
5. Ventajas.....	27
CAPÍTULO II	
DIAGNÓSTICO SOBRE LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LOS CINCO CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.....	28
A. IMPORTANCIA.....	28
B. OBJETIVOS.....	28
1. General.....	28
2. Específicos.....	28
C. METODOLOGÍA UTILIZADA.....	29
1. Método.....	29
a. Análisis.....	29
b. Deductivo.....	29
2. Tipo de investigación.....	29
3. Diseño de la investigación.....	29
4. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	30
a. Técnicas.....	30
b. Instrumentos.....	31
5. Fuentes de información.....	32
a. Primarias.....	32
b. Secundarias.....	33
6. Ámbito de la investigación.....	33
7. Identificación de unidades de análisis.....	33
8. Universo y muestra.....	34
a. Determinación del universo.....	34
b. Cálculo de la muestra.....	35
9. Procesamiento de la información.....	36
a. Tabulación.....	36
b. Comentarios.....	36
D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO.....	36

1. Filosofía institucional.....	36
2. Servicios.....	36
a. Servicios de carácter social.....	36
b. Venta de Servicios.....	37
c. Centro de Usos Múltiples.....	38
3. Productos.....	38
a. Medicina Natural.....	38
b. Producción agrícola.....	38
c. Producción apícola.....	39
4. Calidad.....	40
5. Precios.....	41
6. Oferta.....	44
7. Demanda.....	45
8. Promoción.....	46
9. Propaganda.....	46
10. Publicidad.....	46
11. Ventas personales.....	46
12. Ofertas y descuentos.....	46
13. Comunicación interactiva.....	47
14. Comercialización.....	47
15. Plaza.....	47
a. Nicho de mercado.....	47
b. Canales de distribución.....	48
16. Procesos.....	48
17. Recursos humanos.....	48
18. Capacitaciones.....	49
19. Presentación.....	49
20. Sostenibilidad financiera.....	49
a. Ingresos.....	49
b. Egresos.....	50
E. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	51
1. alcances.....	51

2. limitaciones.....	51
F. CONCLUSIONES.....	52
G. RECOMENDACIONES.....	53
CAPÍTULO III	
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LOS CINCO CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.....	
54	
A. IMPORTANCIA.....	54
B. OBJETIVOS.....	55
1. General.....	55
2. Específicos.....	55
C. DIVULGACIÓN DE LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.....	56
D. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	57
1. Organigrama.....	57
2. Funciones.....	58
3. Perfil del Coordinador de la Unidad de Sostenibilidad.....	59
4. Perfil del Vendedor.....	60
E. ESTRUCTURA DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO.....	60
1. Estrategias de Mercadeo.....	60
a. Productos y Servicios.....	60
b. Precios.....	67
c. Plaza.....	72
d. Promoción.....	73
e. Personal.....	78
f. Presentación.....	79
g. Procesos.....	81
2. Estrategias para la Sostenibilidad.....	82
F. CUADRO INTEGRADO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	83
G. FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	84
H. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	84
I. BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	

RESUMEN

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador (ANADES) es una organización sin fines de lucro, la cual genera ingresos propios, desarrollando actividades productivas como: la venta de servicios de turismo y café orgánico; a pesar de éstos, los ingresos son insuficientes y se enfrenta a problemas de sostenibilidad financiera, incluyendo los centros infantiles; por ello necesita fortalecer su capacidad de comercialización de los productos y servicios que ofrece, así como también gestionar mayor apoyo de los cooperantes para incrementar los ingresos.

El objetivo de la investigación es elaborar estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de los cinco centros infantiles y para ello fue necesario realizar la investigación de tipo explicativo utilizando el método científico y auxiliándonos del analítico y deductivo, con el propósito de relatar los eventos relacionados con el quehacer de la Asociación; para lo que fue necesario conocer la situación actual, recolectando información de fuentes primarias a través de técnicas como la observación directa, entrevistas y encuestas; las entrevistas se realizaron a la Tesorera de la Junta Directiva, Directora Ejecutiva, Coordinadoras del Programa de Sostenibilidad y Educación para conocer de primera mano la situación general de los centros infantiles; las encuestas fueron dirigidas a Sub Coordinadoras de los Centros Infantiles, Empleados, Clientes y Usuarios permitiendo obtener información relevante sobre el objeto de estudio como la percepción que se tenía sobre cada elemento de la mezcla de mercadeo. También, se utilizaron fuentes secundarias como libros, trabajos de investigación, leyes, sitios web y otros documentos que complementaron la información para realizar el diagnóstico de la Asociación.

Con la información obtenida se concluyó que la filosofía institucional no se encuentra visible para los usuarios y visitantes, que la promoción de productos y servicios es insuficiente, y que por lo tanto las ventas son bajas; no hay un mercado meta definido; los precios de los productos y servicios son accesibles, pero no se cuenta con políticas para su establecimiento; los medios de comunicación interactiva se encuentran desactualizados y limitan el diálogo entre empleados y usuarios.

Por lo anterior, se recomienda visibilizar la filosofía institucional por medio de afiches, realizar actividades de promoción de los productos y servicios para incrementar la comercialización, definir el mercado meta al cual se dirigirá, diseñar políticas para el establecimiento de precios, revisar y actualizar el sitio web, facebook, y correo electrónico para mejorar la comunicación entre empleados y usuarios, buscar nuevos cooperantes nacionales e internacionales para obtener más ingresos para los centros infantiles.

Por lo cual se elaboró la propuesta de estrategias de mercadeo, donde se plantea: cambios en la estructura organizacional, visibilizar la filosofía institucional, mezcla de mercadeo para la captación de nuevos clientes, a través de mejoras en los productos y servicios, lineamientos para el establecimiento de precios, determinación de medios de publicidad para darse a conocer y establecerse en un mercado meta definido. Además, se diseñó estrategias de sostenibilidad financiera, para diversificar las formas de recaudación de fondos e incrementar la cooperación para la ejecución de los proyectos y así garantizar el funcionamiento de los centros infantiles.

INTRODUCCIÓN

Las Organizaciones no Gubernamentales brindan apoyo humanitario a las personas más vulnerables de un país. Tal es el caso de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, que tiene como propósito promover el desarrollo integral de familias, comunidades pobres y marginadas por la sociedad. En la actualidad ésta Asociación ha visto la necesidad de buscar más recursos económicos para financiar el funcionamiento de sus cinco centros infantiles ubicados en tres municipios: Mejicanos, Jiquilisco y Perquín; por lo cual la institución debe elaborar estrategias de mercadeo para su sostenibilidad, orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes y exigencias de la competencia en el mercado.

El capítulo I, está dividido en cuatro partes donde se contemplan aspectos bibliográficos de la investigación, la primera es sobre las generalidades de las Organizaciones No Gubernamentales en el departamento de San Salvador, tales como: definición, antecedentes, importancia, marco legal y actividad económica. La segunda, información básica sobre el objeto de estudio, la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, donde se detallan antecedentes, fines, filosofía institucional, ubicación geográfica, servicios que presta, estructura organizativa, marco legal, centros de desarrollo infantil y proyectos productivos. La tercera parte la componen aspectos teóricos sobre las estrategias de mercadeo, que incluye definiciones, importancia, tipos y mezcla de mercadeo. La cuarta presenta información básica sobre la sostenibilidad financiera, como definiciones, importancia, objetivos, características y ventajas.

En el capítulo II se presenta el diagnóstico y como primer punto se establece la importancia, objetivos y metodología utilizada en la investigación de campo, cuya finalidad fue obtener información relevante de forma directa de ocho unidades de análisis involucradas en el quehacer de la Asociación, entre las cuales estuvieron: Tesorera de la Junta Directiva, Directora Ejecutiva, Coordinadora del Programa de Sostenibilidad y de Educación, Sub coordinadoras de los Centros Infantiles, Empleados, Clientes y Usuarios.

Los datos obtenidos en la investigación de campo realizada a las diferentes unidades de análisis, fueron procesados y tabulados, para luego determinar la situación de los siguientes aspectos: La necesidad de dar a conocer la filosofía empresarial, las características de los servicios, productos, calidad, precios, oferta, demanda, promoción, propaganda, publicidad, ventas personales, ofertas, descuentos, comunicación interactiva, comercialización, plaza, procesos, recursos humanos, capacitaciones, presentación y sostenibilidad financiera.

Por consiguiente, para obtener ésta información, se tuvo situaciones favorables y desfavorables que se presentan en los alcances y limitaciones.

Al contar con la información antes mencionada se concluyó y se derivaron recomendaciones para la Asociación.

Finalmente en el Capítulo III se diseña la “Propuesta de Estrategias de Mercadeo para la Sostenibilidad Financiera de los Cinco Centros Infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador”, en la cual se muestra la importancia y objetivos, seguido de la divulgación de la filosofía institucional y la estructura organizacional, posteriormente estrategias de mercadeo y de sostenibilidad financiera, con el objeto de incrementar los ingresos de la Asociación, para lo cual es necesario realizar las inversiones detalladas en un cuadro integrado. También se presenta las alternativas de fuentes de financiamiento y por último un cronograma de ejecución del proyecto.

Al final se presenta las referencias bibliográficas que nos proporcionaron la base teórica y los anexos que respaldan la investigación realizada.

CAPÍTULO I

A. GENERALIDADES DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.

1. Definición.¹

“Una Organización no Gubernamental se define como una entidad cívica voluntaria sin fines de lucro, que tiene estructura organizacional permanente, existencia y reconocimiento jurídico”. Sobre todo, estas representan los intereses de grupos y estratos sociales; es por ello que para cumplir tal función necesitan de una alta o mediana calificación técnica, administrativa, gerencial y científica; para influir en los procesos sociales.

2. Antecedentes.²

En El Salvador las Organizaciones no Gubernamentales que más adelante las llamaremos ONG'S, surgieron en los años de 1950 y 1955 al crearse los organismos especializados patrocinados por los Estados Unidos, quienes ya discutían acerca de las relaciones de asistencia técnica y económica de las Naciones Unidas. A partir de ese momento comenzaron a recibir ayuda privada, apoyo moral de los ciudadanos y hasta del Gobierno mismo.

En los años de 1960 a 1969 las áreas de acción que atendían principalmente eran servicios de salud, beneficencia y asistencia social, modernización de la agricultura y promoción de la cultura, luego surgieron la fundación promotora de cooperativas (FUNPROCOOP) y otras instituciones con iniciativa de la iglesia católica como: La Fundación de Vivienda Mínima (FUNDASAL) y la Asociación Fe y Alegría.

¹<http://juntasdirectivasong.blogspot.com/>

²<http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16885/capitulo%201.pdf>

Durante los años de 1970-1979, con la descentralización del Estado y con la creciente participación ciudadana en los modelos del desarrollo humano, el número de organizaciones en nuestro país se incrementó significativamente, al tiempo que da una unión particular que genera cambio ideológico de algunas de ellas, que se vincularon a planteamientos reivindicativos (justicia social e igualdad), y otras con acciones asistencialistas (ayuda de emergencia y proyectos sociales).

En los años 1980-1990 fue un reto difícil, ya que la población atravesaba la guerra civil, pobreza, destrucción; en este momento la misión de las organizaciones se tornaba hacia la búsqueda de apoyo de organismos internacionales, así como de convencer a las nacionales.

En esa misma década, cambian sus perfiles como organizaciones de beneficencia a un perfil de participación comunitaria y pastoral cristiana; con el objetivo de solventar problemas sociales, políticos y económicos, jugando un papel complementario en la distribución de servicios, en el cual se observa el crecimiento institucional dando origen a nuevas ONG'S.

3. Importancia.

El papel de las ONG'S es importante porque a través de la organización comunitaria promueven el desarrollo social, cubriendo necesidades que el Estado no alcanza a suplir para lograr una mejor calidad de vida de los habitantes del país; impulsando la economía, promoviendo valores, rescatando la cultura y la conservación del medio ambiente; todo esto lo hacen de forma solidaria con el propósito de ayudar a los más necesitados. Por lo tanto, sus fundadores o propietarios no buscan obtener alguna retribución para sí mismos.

Además, contribuyen a sensibilizar la opinión pública acerca de los problemas de desarrollo en el tercer mundo, ejercen una función dinamizadora y muchas veces crítica frente a sus respectivos Gobiernos, con objeto de que éstos impulsen acciones de cooperación internacional e incrementen los recursos destinados al entorno social.

4. Marco Legal.³

Actualmente, las Organizaciones no Gubernamentales están reguladas por la “Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro y su Reglamento”, en la cual se definen todos los términos legales que regulan estas organizaciones, así como los Modelos de Estatutos e Instructivos para solicitar Personalidad Jurídica en el Ministerio de Gobernación, que es la Institución que vela por el buen funcionamiento de estas organizaciones.

También se cuenta dentro de la misma Ley con los Modelos de Escrituras de Constitución y además todo lo relacionado con los aspectos contables e impositivos que deben ser considerados para que actúen de forma legal y transparente.

Según el artículo 26 de dicha Ley, todas las asociaciones y fundaciones tienen derecho a solicitar el reconocimiento de su personalidad jurídica por el Estado, a través del Ministerio de Gobernación, que fue creado a partir del 18 de diciembre de 2001 al suprimirse el Ministerio del Interior.

Todos los fondos que reciben serán controlados por el Ministerio de Hacienda por medio de la Dirección General de Impuestos Internos, que vigilará el uso adecuado de estos según el artículo 36 de la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.

A parte de ésta ley específica que las regula, también están sujetas a cumplir con las demás leyes del Estado relacionadas a lo laboral, mercantil y civil tales como: Constitución de la República, Código de Trabajo, Código de Comercio, Código Civil, Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones, Ley del Seguro Social, Leyes Municipales y otras leyes relacionadas con la actividad a la que se dedique la organización, tales como Ley de la Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, Ley Especial Integral para una vida Libre de Violencia para la Mujeres y Ley de medicamentos entre otras.

³ Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro. Decreto Legislativos N° 894. Del 17 de diciembre de 1996. Publicado en el Diario Oficial No. 238, Tomo No.333.

5. Actividad Económica.⁴

A continuación se detalla la actividad económica de las Organizaciones no Gubernamentales que se encuentran en el departamento de San Salvador:

Organización	Actividad Económica	Población objetivo
Fundación Cristiana de Esperanza y Amor- FUNDACREA	Ayuda humanitaria	Personas de escasos recursos.
Asociación Salvadoreña de Ayuda Humanitaria -PROVIDA	Atención Primaria en Salud, gestión hídrica, gestión de riesgos.	Comités comunitarios en coordinación con líderes y lideresas.
Asociación Salvadoreña para la Protección de Datos e Internet	Protección de datos y libertades de Internet,	Niños y jóvenes
Taller Inestable de Experimentación Teatral- TIET	Producción, investigación, formación, difusión y promoción de las artes escénicas.	Comunidades rurales y urbanas de escasos recursos económicos y socialmente excluidas.
Centro de Cooperación Integral sobre Tecnologías Alternativas -CENCITA	Asesoría técnica y capacitación en agricultura orgánica.	Agricultores y agricultoras.
Fundación Salvadoreña para la Salud y Educación Rural	Educación, Salud, Proyectos Productivos y Medio Ambiente.	Escuelas del área rural.
Médicos por el Derecho a la Salud	La salud.	Comunidades del interior del país.
Asociación de Beneficio Comunitario para El Salvador - ABCOSAL	Promoción y conservación del medio ambiente y Salud Integral.	Población en general.
RED de pastores evangélicos.	Asuntos sociales.	Pandilleros.
Un Techo Para Mi País	Construcción de viviendas de emergencia.	Personas de escasos recursos.
Asociación Comunitaria Integral para El Desarrollo Social-ACOIDES	Desarrollo local.	Personas de escasos recursos.
Asociación de Capacitación, Atención y Prevención del maltrato Infanto-Juvenil-ACAP	Salud mental.	Infancia y juventud.
Asociación de Médicos y Otros Profesionales - ASOMEDYO	Atención primaria de Salud.	Personas de escasos recursos.
La Asociación Nueva Vida	Desarrollo y formación integral.	Infancia y juventud.
Asociación para el Desarrollo Integral Comunitario	Construcción, alfabetización, medio ambiente, salud y Nutrición.	Comunidades más pobres.
Fundación Edificando sobre La Roca	Prevención, rehabilitación y recuperación.	Personas adictas al consumo de drogas, alcohol, delincuencia.
Museo de la Palabra y la Imagen- MUPI	Cultura.	La sociedad.
Asociación GAIA El Salvador	Medio Ambiente.	Población en general.
Asociación Museo de los niños	Educación.	Población infantil.
Asociación Democracia y Desarrollo	Educación y sensibilización orientada al desarrollo.	Población en el proceso de toma de decisiones.
Asociación Salvadoreña de Desarrollo Integral Comunitario	Educación.	Sector público y privado.
Fundación La Niñez Primero	Recreación.	Infancia y juventud.

⁴<http://ong.tupatrocinio.com/el-salvador-san-salvador-p10-d404.html>

B. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

1. Antecedentes.⁵

En 1985 existía un grupo de mujeres de las comunidades eclesiales de base del Centro Urbano José Simeón Cañas (Colonia Zacamil) y sus alrededores que se preocupaban por la orfandad de niños y niñas a consecuencia de la guerra civil que vivía el país entre los años 1972 y 1989; quienes pretendían establecer una casa hogar para darles protección y la atención necesaria.

Estas mujeres fueron apoyadas por amigos y organizaciones internacionales, quienes enterados por la necesidad que atravesaba la población civil en esos momentos gestionaron la compra de un terreno para crear una casa hogar para niños y niñas. Posteriormente se llevó a cabo la gestión de fondos para la construcción del edificio y para lo cual fue necesario obtener su personalidad jurídica, logrando legalizarse el 13 de julio de 1990 y se denominó Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

Una vez funcionando el centro hogar Alfonso Acevedo (que lleva su nombre en honor a José Alfonso Acevedo Mejía, Catequista, mártir de la fe y del servicio a los desplazados de El Salvador que falleció el 12 de septiembre de 1982), la Asociación comenzó a gestionar recursos para los proyectos educativos, salud y de solidaridad familiar que respondían a las necesidades de las familias de la zona.

2. Fines.⁶

Entre los fines de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador están:

- La protección de la niñez salvadoreña desamparada, brindándole cuidado, educación, nutrición, salud física y mental, así como la recreación.

⁵Revista de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, Año 2002, página 2.

⁶ Ministerio de Gobernación de El Salvador. (año 2005). Diario Oficial número 44 Tomo 366, Acuerdo Ejecutivo No.16

- Colaborar con la formación del hombre y la mujer en el área cultural, moral, social y cristiana, creando centros educativos, talleres vocacionales, programas de salud comunitaria, clínicas, proyectos agropecuarios de desarrollo comunal, centros de enseñanza y capacitación, centros de desarrollo infantil, centros de formación pastoral, centros de alfabetización o de otra índole.

3. Filosofía Institucional.⁷

a. Misión

“Empoderar familias y comunidades vulnerables y excluidas, para construir junto con ellas una vida digna, solidaria y sustentable”

b. Visión.

“Somos una Asociación identificada con las y los pobres, inspirada por la armonía, justicia y solidaridad; facilitadora de procesos y comprometida con la transformación social”.

c. Valores institucionales.

Los valores de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, están constituidos por los siguientes:

- **Justicia**

Que cada persona goce del respeto derivado de su dignidad, de acuerdo a su situación particular, es decir en un ambiente de equidad social, que propicia la igualdad de derechos y oportunidades para todas y todos.

- **Solidaridad**

Unidad de esfuerzos por una misma causa justa, dentro de una relación fraterna y recíproca, originada en un compromiso por una vida digna.

⁷ Plan Estratégico Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador años 2012-2014, páginas 6.

- **Armonía**

Identidad, convivencia y cuidado, en estrecha y respetuosa relación entre la naturaleza y la humanidad, respetando la diversidad (de pensamiento, identidad de género, orientación sexual, sentimientos) y contribuir a un ambiente de paz.

- **Espíritu de servicio**

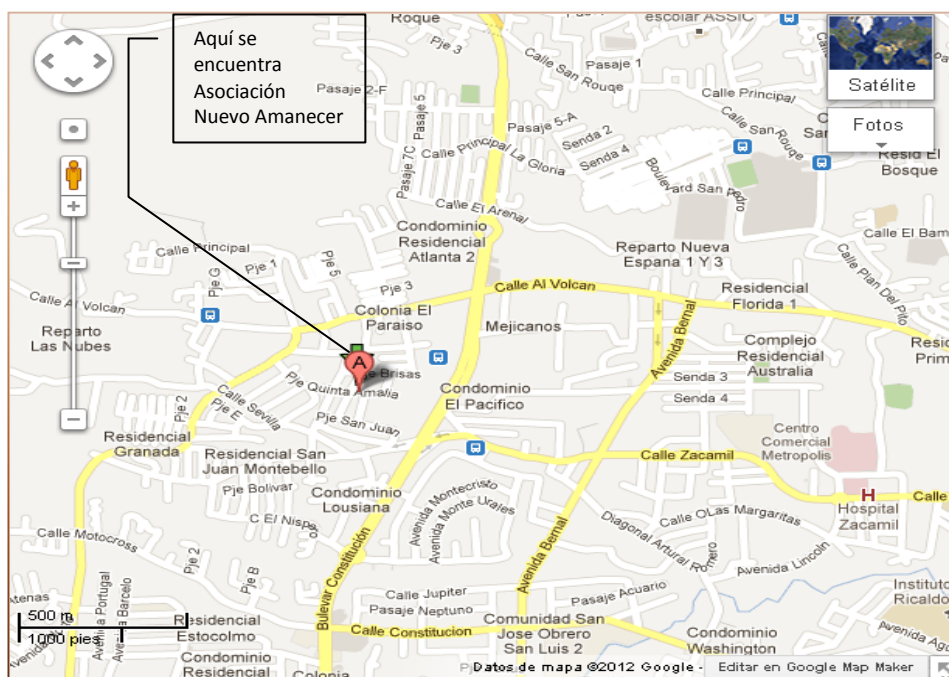
Atender a las personas con generosidad y tener disponibilidad para el trabajo por convicción propia; procurando el bien común y sin esperar una recompensa.

- **Honestidad**

Pensar y actuar en base a la verdad, de manera coherente y con libertad; así como administrar los recursos con transparencia.

4. Ubicación geográfica.⁸

En el siguiente mapa se puede visualizar la ubicación de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador:



⁸<http://maps.google.com.sv/maps?hl=es&tab=wl>

5. Servicios que presta.⁹

Entre los servicios sociales que presta la Asociación están:

a. Educación.

La atención integral de niños y niñas de 2 a 7 años, brindándoles educación inicial y pre-escolar, estimulación temprana, recreación, nutrición, atención en salud y psicológica, formación en valores de solidaridad, amor, servicio y cooperación.

Esto lo hace a través de 5 centros infantiles atendiendo una población promedio de 286 niños y niñas, detallado en el siguiente cuadro:

Población que atiende la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador por cada centro infantil.

Nombre del Centro Infantil	Municipio	Cantidad de niños y niñas atendidos en promedio
Centro Hogar Alfonso Acevedo	Mejicanos	110
Rogelio Poncele	Perquín	49
Amando López	Jiquilisco	46
Presidio Liberado	Jiquilisco	51
Padre Octavio Ortiz	Jiquilisco	30
Total población atendida		286

b. Salud.

El programa de salud comprende los servicios de atención en Clínica Naturaleza y Vida bajo el número E06558 de Junta de Vigilancia Para la Medicina (J.V.P.M.), desarrollo de campañas médicas en zonas rurales y venta de medicina natural tradicional.

Las jornadas médicas van dirigidas a grupos beneficiarios con los que la Asociación trabaja alternamente con otros proyectos, entre estos se puede mencionar: niños y niñas internas en los centros infantiles, apadrinados hasta cumplir 18 años, Comités de salud en las comunidades rurales, mujeres y hombres que desarrollan iniciativas de generación de ingresos y personas afectadas en casos de emergencia por desastres naturales.

⁹ Plan Estratégico Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador años 2012-2014, páginas 8, 17, 18, 22.

c. Desarrollo Comunitario.

Este programa promueve la participación de las familias y comunidades en el cumplimiento de sus derechos, desarrollando acciones preventivas que mejoren sus condiciones sanitarias, fortaleciendo sus capacidades productivas con el objeto de aumentar sus ingresos y su nutrición, brindar respuesta inmediata, rehabilitación y reconstrucción por causa de desastres naturales.

Las áreas de trabajo se mencionan a continuación:



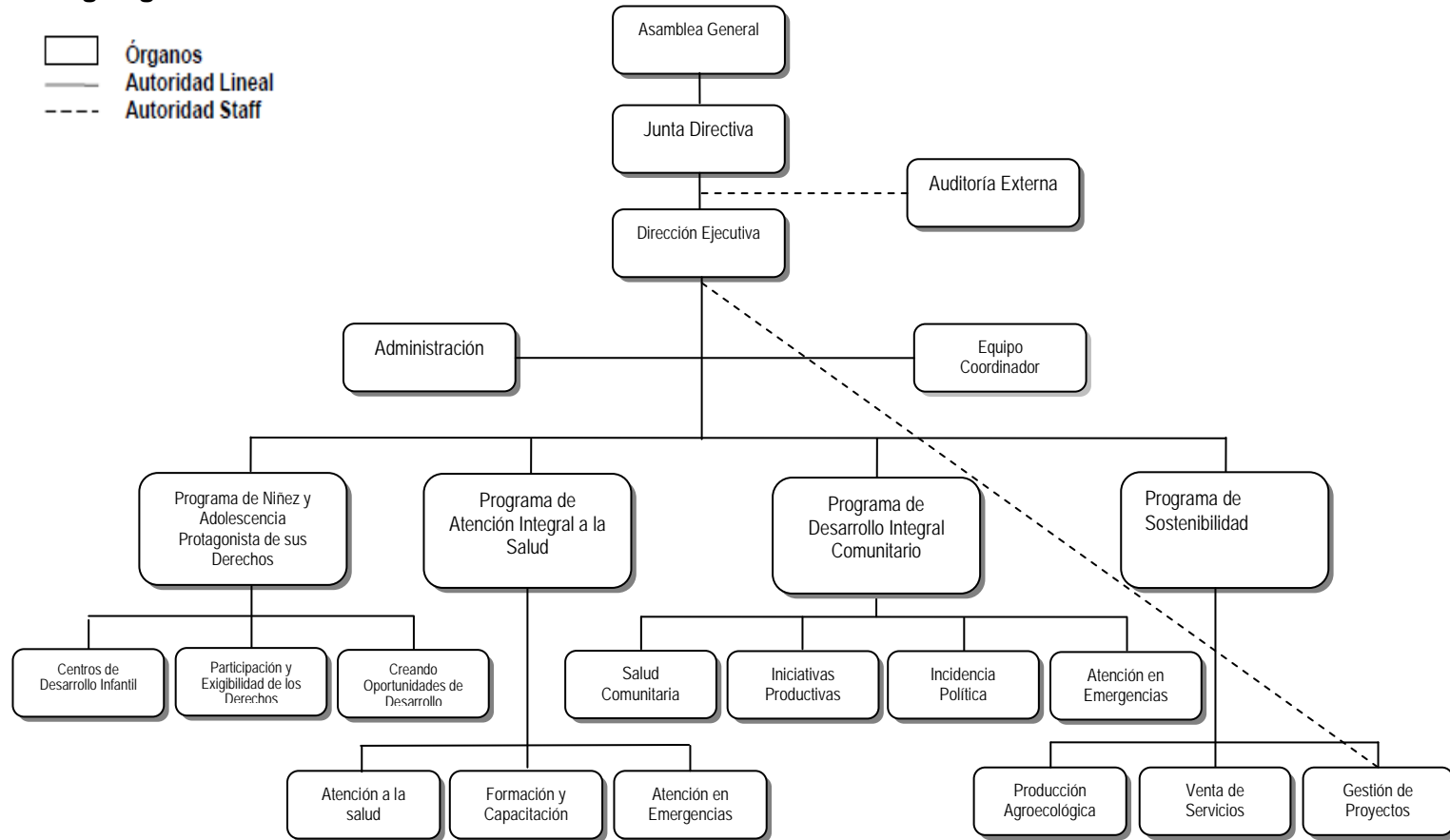
Los beneficiarios de este programa son mujeres y jóvenes en situación de pobreza, ubicados en 34 comunidades de la zona rural de 4 municipios, según detalle siguiente:

Departamento	Municipio	Comunidades
Morazán	Torola	Las Anonas, El Limón, San José Cureñas, Maragua, El Trueno, Ojos de Agua, Agua Zarca, Joya de Tijeretas, El Progreso, El Portillo, El Limón, Torola.
Sonsonate	Cuisnahuat	Balsamar, El Palmar, El Palmarcito, Las Marías, Los Conces, El Sitio, El Tular, Poza Honda, Los Montes, Cuisnahuat.
	San Julián	Palo Verde, Peña Blanca, El Palmar, Achiotal, Ahuashuca, San Julián.
San Vicente	Santa Clara	Los Cocos, Guadalupe, Agua Helada, Santa Rosa, Trinidad Gálvez, Santa Clara.

6. Estructura Organizativa.

La Asociación tiene una estructura organizativa de departamentalización por servicios.

a. Organigrama.¹⁰



¹⁰ Plan Estratégico 2011-2015 de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, página 28.

b. Funciones principales.¹¹

- ✓ Asamblea General: es la máxima autoridad de la Asociación, la cual está constituida por 37 miembros entre fundadores activos y honorarios.
- ✓ Junta Directiva: es elegida por la Asamblea General para un período de dos años, la forman cinco miembros propietarios y cinco suplentes.
- ✓ Dirección Ejecutiva: es nombrada por la Junta Directiva, para que sea la responsable de ejecutar las políticas y decisiones tomadas, ésta supervisa, controla el buen desarrollo de los programas y proyectos, se encarga de la gestión de fondos.
- ✓ Equipo coordinador: está conformado por la dirección, los coordinadores de cada uno de los programas y proyectos, un miembro de la junta directiva, su objetivo es revisar, informar sobre el estado de los proyectos, realizar proyecciones, evaluar y discutir sobre problemas, necesidades y buscar juntos soluciones, tomando decisiones de manera colegiadas para favorecer una relación democrática y participativa.
- ✓ Administración: Lo constituye el personal de secretaría, contabilidad, vigilancia y personal de servicio, quienes contribuyen de una forma indirecta al funcionamiento de los programas sociales.
- ✓ Programas: Estos son de educación, salud y desarrollo comunitario, que impulsan el trabajo con la población beneficiaria; también está el de sostenibilidad para el apoyo de los proyectos sociales, cada uno de ellos cuenta con un coordinador y personal operativo.

¹¹Plan Estratégico 2011-2015 de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, páginas 8-20.

7. Marco Legal.

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador cumple con regulaciones exigidas por diferentes instituciones gubernamentales de acuerdo a la naturaleza de las actividades que realiza, entre las cuales tenemos:

- Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro
- Ley de la Protección Integral de la Niñez y Adolescencia
- Ley de Turismo
- Ley de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo
- Ley del Seguro Social
- Ley del Sistema de Ahorros para Pensiones
- Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios
- Ley del Impuesto Sobre la Renta
- Código Tributario
- Código de Comercio
- Código de Trabajo

8. Centros de Desarrollo Infantil.¹²

La Asociación cuenta con cinco centros infantiles que tienen por objetivo primordial incidir en la educación integral de niños y niñas de dos a seis años de edad, desarrollando de manera responsable experiencias de educación alternativa para contribuir en su formación, con identidad, autonomía, actitud crítica, igualdad, valores cristianos, de solidaridad y respeto. Así también promover la participación comunitaria para el desarrollo de los centros infantiles rurales, a continuación se detalla cada uno de ellos:

¹²Plan Estratégico 2011-2015 de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, página 8.

a. Centro Hogar Alfonso Acevedo.



Está ubicado en Colonia El Triunfo #14, Cantón San Ramón, municipio de Mejicanos. Atendiendo actualmente una población de 110 niños y niñas.

El “Centro Hogar” fue el primer proyecto que impulsó el surgimiento de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, esto para darle respaldo legal a éste centro infantil que inicialmente se llamaba “Casa hogar para niños huérfanos” y fue en el año de 1992 cuando la Asociación obtuvo su personalidad jurídica y lo denominó como “Centro Hogar de Proyección Comunitaria Alfonso Acevedo”.

José Alfonso Acevedo Mejía, conocido como "Foncho". Catequista, mártir de la fe y del servicio a los desplazados de El Salvador, hacía las veces de "párroco" en San Ramón, desde que la persecución a la Iglesia dejó sin sacerdote a esa populosa barriada de la capital, gran servidor y animador de la comunidad, fueron su preocupación constante: huérfanos, viudas y desplazados por la guerra. También fue jefe de publicidad del periódico "La Prensa Gráfica", de San Salvador y padre de ocho hijos.

Fue Asesinado a sus 46 años el 12 de septiembre de 1982, a las dos de la mañana, varios hombres uniformados lo sacaron de su casa, como a un delincuente, le vendaron los ojos, le amarraron las manos a la espalda y lo torturaron brutalmente; al amanecer, sus amigos encontraron su cuerpo en el otro extremo de la ciudad con tres balazos en la cabeza. Sus restos se encuentran sepultados en la iglesia de San Francisco de Asís, municipio de Mejicanos. Por su trabajo y entrega a la comunidad, es que el “Centro Hogar” hace memoria a su nombre.¹³

¹³ <http://fundahmer.org.sv/Sitioweb>

b. Centro Infantil Rogelio Ponseele.



Su ubicación se encuentra en el Barrio El Centro del municipio de Perquín departamento de Morazán. Su cobertura actual es de 49 niños y niñas.

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador fundó este centro infantil en el año de 1995, a partir de un movimiento del comité de mujeres de la iglesia católica en Morazán, quienes junto a la comunidad decidieron hacer honor al nombre del sacerdote Rogier Van Jan Ponseele, por ser un facilitador de la búsqueda de la verdad para la justicia, con la predicación del evangelio y ejemplo de solidaridad.

Es belga de nacimiento (Bruselas, 1934), sacerdote diocesano alto de estatura y de tez muy blanca, llegó a El Salvador hace más de 35 años sin hablar español al arribar al norte de Morazán, pero que ahora habla y pronuncia a la perfección el mismo lenguaje de los campesinos; fue uno de los curas que acompañó a la guerrilla durante la guerra civil salvadoreña, sin portar ni usar jamás un arma, sufrió de cerca la masacre de El Mozote (diciembre de 1981).¹⁴

c. Centro Infantil Amando López.



Se encuentra en la Comunidad Amando López, a 17 km al sur de la Carretera Litoral, en la región del Bajo Lempa de Usulután. A la fecha beneficia a 46 niños y niñas de la Comunidad Amando López.

¹⁴ jjdalton.blogspot.com/2007_12_01_archive.html

Éste centro infantil fue creado por un grupo de excombatientes de la guerra civil y 110 familias refugiadas en el campamento de Colomoncagua- Honduras que se tomaron unas tierras del municipio de Jiquilisco; quienes estando organizados se avocaron a la Asociación para que les brindara apoyo, ante lo cual se implementó el proyecto de leche y pan para los niños y niñas que albergaba y se le llamó en su inicio “Centro Hogar de Día”. En honor al Padre Amando López Quintanilla, uno de los seis sacerdotes Jesuitas asesinados en la masacre de la Universidad Centroamericana (UCA) el 16 de noviembre de 1989, la comunidad decide ponerle su nombre.

Nació en Cubo de Bureba, Burgos (España), 6 de febrero de 1936. Al dejar la dirección de la UCA de Managua, se tomó un año sabático en la facultad de teología San Francisco de Borja, en Sant Cugat (Barcelona). A finales de 1984 se establece en San Salvador, fue profesor de filosofía, teología, y coordinador de la carrera de filosofía. Se dedicó a la docencia, atendió sacerdotalmente a la comunidad de Tierra Virgen, en las afueras del municipio de Soyapango. Primero vivió en una de las comunidades de estudiantes Jesuitas, pero después, a finales de 1988, se pasó a la residencia universitaria donde lo encontraron sus asesinos.¹⁵

d. Centro Infantil Presidio Liberado.



Se encuentra ubicado en la zona del Bajo Lempa, jurisdicción del municipio de Jiquilisco Departamento de Usulután. Actualmente atiende 51 niños y niñas.

¹⁵ www.votb.org/amando.php

Fue fundado en el año 1996, por los miembros de la comunidad, quienes fueron excombatientes de la guerra civil que estaban concentrados en una zona del Departamento de la Libertad, y vigilados por el ejército nacional; pero durante el período de las negociaciones de los acuerdos de paz se trasladaron hacia Usulután y tomándose las tierras donde actualmente se encuentran establecidos, nombrando a este nuevo asentamiento “**Presidio Liberado**” por la libertad obtenida después del presidio que sufrieron.

e. Centro Infantil Padre Octavio Ortiz.



Se encuentra en una pequeña comunidad situada en las orillas del río Lempa, a unos 18 kilómetros al sur de la Carretera Litoral, en la región del Bajo Lempa de Usulután. Su población actual es de 30 niños y niñas.

En el año 1996 se fundó el centro infantil por los residentes de la Comunidad proveniente de Segundo Montes, Morazán, quienes posteriormente solicitaron el apoyo a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, para que se les proporcionara una metodología educativa. Lo denominaron igual que a su reasentamiento en honor a “Padre Octavio Ortiz”

Octavio Ortiz Luna, Sacerdote Diocesano nativo de Agua Blanca, municipio de Cacaopera Morazán. Se dedicaba especialmente al trabajo con los jóvenes obreros, acostumbraba darles momentos especiales de formación en casas de retiros.

Fue en la madrugada del día 20 de Enero de 1979, cuando en la casa de retiro llamada “El Despertar” (San Antonio Abad-San Salvador), propiedad del arzobispado,

fue invadida por las fuerzas de seguridad, y atacaron con armas de grueso calibre, destruyeron la entrada del edificio, asesinándolo junto a 4 jóvenes que colaboraban en un curso de iniciación cristiana.¹⁶

9. Proyectos Productivos.¹⁷

El programa de sostenibilidad contempla actividades productivas para la generación de recursos económicos que contribuyan al mantenimiento de los centros infantiles. Entre los cuales están:



¹⁶ <http://www.martires.8m.com/octavio.htm>

¹⁷ Plan Estratégico Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador años 2012-2014, página 22.

C. GENERALIDADES SOBRE ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

1. Definiciones.

a. Estrategia.

“Son programas generales de acción y despliegues de esfuerzo y recursos para alcanzar objetivos generales”.¹⁸

“La determinación de los propósitos fundamentales a largo plazo y los objetivos de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estos objetivos.”¹⁹

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede decir que estrategia es un conjunto de guías para tomar decisiones sobre acciones y recursos necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa.

b. Mercadeo.

“Mercadeo es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”²⁰

"Implica que una empresa dirige todas sus actividades a satisfacer a sus clientes y al hacerlo obtiene un beneficio" ²¹

Por tanto, mercadeo es el conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de una población que requiere un bien o servicio, tomando en cuenta los medios y procesos para hacérselos llegar.

¹⁸Koontz, Harold. Administración, México. 3a. Edición. McGraw Hill, año 1988. Página 737.

¹⁹ <http://www.mitecnologico.com/Main/IntroduccionAlProcesoAdministrativo>.

²⁰Kotler, Philip. Fundamentos de Marketing, México. 6ta. Edición. Pearson Educación, 2003. Página 7.

²¹ McCarthy, Jerome. Marketing, Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica, México. 1er. Tomo, McGraw Hill, 2003, página 36.

c. Estrategias de mercadeo.

“Se definen como la actividad de seleccionar y describir uno o más mercados meta; además, de crear y mantener una mezcla de mercadotecnia que produzca intercambios mutuamente satisfactorios.”²²

“Es la guía que hace que la organización tenga un rumbo claro que dirige las actividades para que se pueda crear y entregar un valor real a un grupo o segmento específico”.²³

Por consiguiente, estrategias de mercadeo se refieren a todas las habilidades que se pueden desarrollar para satisfacer las necesidades de los clientes o las exigencias de la competencia en el mercado de un determinado bien o servicio.

2. Importancia.

- Es importante que una organización analice y se plantee lo que quiere lograr con el propósito de definir una o varias estrategias de mercadeo, y así asuma con claridad su rol en el mercado reaccionando a las condiciones de su entorno.
- Igualmente, la elección de una estrategia adecuada determinará los objetivos a largo plazo, la utilización de los recursos necesarios y así asegurar la supervivencia y prosperidad de la misma.

3. Tipos.²⁴

Cada estrategia de mercadeo es única, pero hay varias maneras de clasificarlas, entre las cuales tenemos:

²²Lamb, Charles. Fundamentos de Marketing 4ta edición. Thomson. México, año 2006, página 14.

²³[http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/R/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_\(1\)/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_\(1\).asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/R/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_(1)/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_(1).asp)

²⁴Sandhusen, Richard. Mercadotecnia, México. Compañía Editorial Continental, año 2002, Págs. 74 - 77

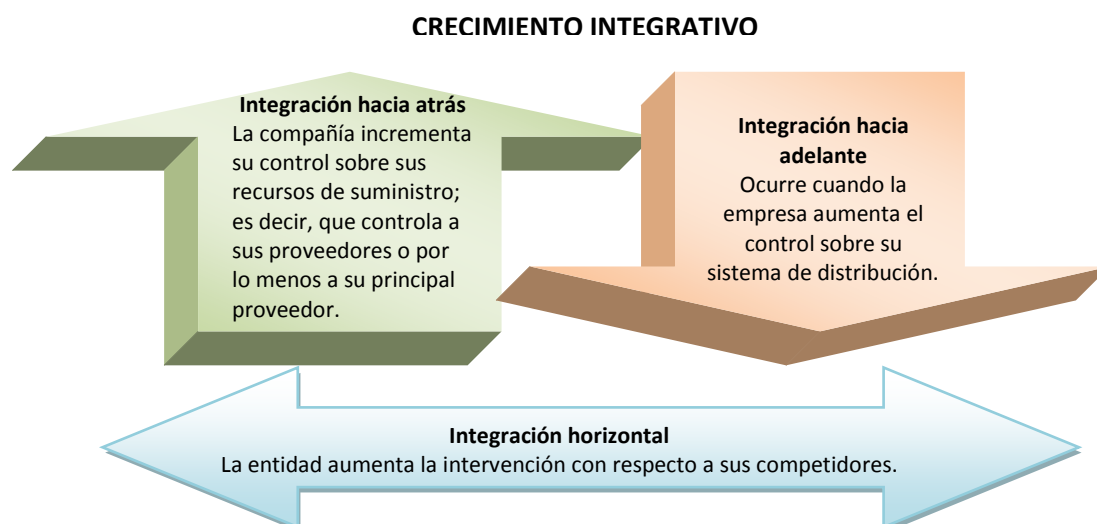
a. Estrategias de Crecimiento Intensivo:

Consisten en cultivar de manera intensiva los mercados actuales de la empresa. Son adecuadas en situaciones donde las oportunidades de mercado existentes aún no han sido explotadas en su totalidad, e incluyen las siguientes estrategias:

Penetración	<ul style="list-style-type: none"> •Se enfoca en mercadeo agresivo de los productos ya existentes, produciendo ingresos y utilidades porque persuade a los clientes actuales a usar más del producto, atrae a clientes de la competencia y convence a los indecisos.
Desarrollo de mercado	<ul style="list-style-type: none"> •Atrae clientes nuevos y estimula ventas adicionales en los actuales, a través de la incorporación de un valor agregado a los productos ya existentes.
Desarrollo del producto	<ul style="list-style-type: none"> •Consiste en crear nuevos productos afines a una línea ya existente, tomando en cuenta los gustos y preferencias que satisfacerán las necesidades aun no cubiertas en el mercado actual.

b. Estrategias de Crecimiento Integrativo.

Se refiere al aprovechamiento de la fortaleza que tiene una determinada organización en su industria para ejercer control sobre los proveedores, distribuidores y/o competidores. En ese sentido, puede desplazarse hacia atrás, adelante u horizontalmente.



c. Estrategias de Crecimiento Diversificado.

Son adecuadas cuando hay pocas oportunidades de crecimiento en el mercado meta de la organización. Generalmente, abarcan diversificación horizontal, en conglomerado concéntrica.

Estrategias de diversificación horizontal.	•Consisten en agregar nuevos productos a una línea, los cuales no están relacionados con los ya existentes, sino que son diseñados para atraer a miembros de sus mercados meta.
Estrategias de diversificación en conglomerado.	•Se refieren a vender nuevos productos no relacionados con la línea que ya cuenta, para de esa manera, atraer a nuevas categorías de clientes.
Estrategias de diversificación concéntrica.	•Introducen nuevos artículos que tienen semejanzas tecnológicas o de mercadeo con los actuales y están diseñados para atraer nuevos segmentos de mercado.

d. Estrategias de Liderazgo de Mercado.

Son utilizadas por corporaciones que dominan en su mercado con productos superiores, eficacia competitiva, o ambas cosas. Una vez que logra el liderazgo, tiene dos opciones estratégicas para seguir creciendo:

Estrategia cooperativa. Estriba en incrementar el tamaño total del mercado, para la misma compañía y los competidores, al encontrar nuevos usuarios y aplicaciones del producto o servicio.	Estrategia competitiva. Trata de lograr una participación adicional en el mercado invirtiendo fuertemente.
---	--

e. Estrategias de Reto de Mercado:

Son aquellas que las empresas pueden adoptar contra los competidores:

Ataque frontal. Es atacar toda la mezcla de mercadeo (producto, precio, distribución, promoción) del líder. Por lo general, la realizan los más fuertes.	Ataque en los costados. Se enfoca en los puntos débiles del líder, como es el precio. Por lo general, la realizan los más frágiles.	Estrategias de derivación. Radica en abarcar áreas que no cubre el líder (generalmente, la realizan los competidores que tienen un producto o servicio muy especializado).
--	---	--

f. Estrategias de Seguimiento de Mercado

Son empleadas por la competencia que no se interesan en retar al líder de manera directa o indirecta. Éstas tratan de mantener su participación en el mercado siguiendo de manera cercana la política de producto, precio, lugar y promoción.

g. Estrategias de Nicho de Mercado

Son utilizadas por contendientes más pequeños que se especializan en dar servicio a nichos del mercado y que los más grandes suelen pasar por alto o desconocen su existencia. Estos ofrecen productos o servicios muy específicos, para satisfacer las necesidades o deseos de grupos pequeños pero homogéneos.

4. Mezcla de mercadeo ²⁵

“Es el conjunto de decisiones sobre las cuales se compone una mezcla determinada de mercadeo”, y está conformada por las siguientes variables:



²⁵Lamb, Charles. Fundamentos de Marketing 4ta edición. Thomson. México, año 2006,

PRODUCTO

Es el bien o servicio que se ofrece para satisfacer las necesidades en el mercado. El cual puede tener los siguientes atributos: variedad, calidad, diseño, características, marca, empaque, tamaños, servicios, garantías, devoluciones.

PRECIO

Es la cantidad de dinero que se paga por un bien o servicio que permiten satisfacer una o varias necesidades. Los elementos que se consideran son: precio de lista, descuentos, márgenes de utilidad, plazo de pagos, condiciones de crédito.

PROMOCIÓN

Sirve para informar, persuadir y recordar al mercado la existencia de un producto con objeto de influir en los sentimientos, creencias o comportamientos del consumidor. La forma de realizar es a través de: publicidad, ventas personales, anuncios, impulsación de ventas.

PLAZA

Es llamado también distribución y se refiere a los medios para hacer llegar el producto en óptimas condiciones al consumidor, los cuales son: canales, cobertura, variedades, ubicaciones, inventarios, transportes.

PERSONAL

Es importante en todas las organizaciones, pero se considera primordial cuando es un servicio; el comportamiento y actitudes del personal establecen la diferencia, para crear valor agregado y ganar ventaja competitiva a través de buenas relaciones con los clientes considerándolos como personas y no como un simple consumidor.

PROCESO

Es un aspecto clave en la calidad de los servicios que comprende todos los procedimientos, mecanismos y rutinas por medio de los cuales se crean y se entregan al usuario, entre los cuales se puede mencionar: el procesamiento de los datos obtenidos en las entrevistas de satisfacción, para realizar acciones que contribuyan a la fidelización del consumidor.

PRESENTACIÓN

Se refiere a la apariencia de los espacios exteriores e interiores de las instalaciones, para crear un ambiente de acuerdo a las percepciones del cliente con respecto al servicio. Los factores relacionados son: accesorios, disposición, color y de bienes asociados como maletines, etiquetas, folletos, rótulos, etc.

D. GENERALIDADES SOBRE SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.

1. Definiciones.

a. Sostenibilidad.

“Es un proceso permanente construido por sus relaciones con el entorno, mediante el cual se garantiza la autonomía necesaria para decidir sobre su propio desenvolvimiento y la capacidad de obtener los recursos humanos, técnicos y financieros adecuados, que les posibilite asegurar tanto en el presente como la reproducción futura de su institución y el cumplimiento de su misión de la forma más eficaz posible”.²⁶

"Un proceso de cambio en el cual la explotación de recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional están en completa armonía y potencian las posibilidades actuales y futuras de resolver las necesidades del ser humano".²⁷

“Este concepto expresa necesidades del hombre, niveles de producción y consumo económicos y el deseo de conservar un capital natural. Es difícil dar una definición que lo abarque todo sin ser repetitiva y sin perder precisión analítica.”²⁸

²⁶Nelson Edgardo Quevedo. Diapositivas del Diplomado en Gestión de ONG'S año 2008. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

²⁷<http://www.monografias.com/trabajos89/desarrollo-sustentable-paises-tercer-mundo/desarrollo-sustentable-paises-tercer-mundo.shtml>

²⁸ <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1222s/a1222s18.pdf>

En conformidad a lo anterior, sostenibilidad consiste en suplir las necesidades económicas, humanas, financieras y técnicas que garanticen el cumplimiento de la misión de una empresa.

b. Sostenibilidad financiera.²⁹

“Quiere decir que forma parte de la sostenibilidad organizativa de una empresa y está relacionado con la capacidad actual de la organización para generar suficientes fondos para conseguir la visión”.

Por otra parte, sostenibilidad financiera es la capacidad económica de una organización para obtener ingresos, cubrir los costos y maximizar los recursos en el desarrollo de sus operaciones.

2. Importancia.

- Es muy importante para una unidad económica pequeña o grande, lo que puede cambiar es la dimensión de los esfuerzos.
- Muchas organizaciones sociales se preguntan cómo manejar sus finanzas y su respuesta tiene que ver con, la organización, capacitación y gestión administrativa que estas unidades han debido incorporar.
- La sostenibilidad financiera tiene que ver con ser competitivo, lo cual dependerá de la capacidad que tenga la organización para poder competir en el mercado y esto implica hacer un uso eficiente de los recursos, aprovechar las economías y ventajas de crecimiento o expansión.

3. Objetivos.

- Aumentar la rentabilidad de los productos que ofrece una organización.
- Fortalecer las relaciones con las contrapartes y clientes.
- Ampliar las relaciones de cooperación internacional y nacional, para contribuir al logro de los objetivos de los programas que ejecute.

²⁹ <https://www.civicus.org/new/media/Desarrollo%20de%20una%20estrategia%20financiera.pdf>

- Posibilitar la obtención de habilidades y conocimientos específicos en función de la misión.
- Garantizar la continuidad y crecimiento de los proyectos que realiza.
- Capacidad para desarrollar sus propias metodologías que respondan a las necesidades y características de sus clientes.

4. Características.³⁰

Realista:

Se basa en dimensionar la capacidad de ejecución que tiene la organización, es decir asegurar el cumplimiento de sus objetivos de acuerdo a sus fortalezas y debilidades.

Eficiente:

Implica obtener resultados de una magnitud importante invirtiendo la mínima cantidad posible.

Diversificada:

Deben existir canales alternativos para su financiamiento, proveniente tanto de ingresos propios como de aportes de diferentes sectores de la sociedad, para lograr que sea oportuno, independiente, seguro y estable.

Aprovechamiento de recursos.

Se refiere a optimización de los bienes con los que cuenta la organización para llevar a cabo los proyectos.

Sostenible en el tiempo:

Los procesos de gestión deben tener garantizada su continuidad.

³⁰De Camino, Ronnie. "La Definición de Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores". Proyecto IICA/GTZ, año 1994. Página 3

5. Ventajas.³¹

- Demostrar a los donantes capacidad financiera.
- El dinero de los donantes sea invertido para conseguir los objetivos de desarrollo.
- La organización siga adelante incluso si algún donante o grupo cesa su financiación.
- Asegurar la supervivencia de la organización a largo plazo.
- Lograr un grado de autonomía financiera.

El contenido de este capítulo es de suma importancia porque contribuye a establecer los lineamientos para la investigación de campo, que permitirá la elaboración del diagnóstico para los cinco centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, que conllevará a proponer estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de éstos.

³¹ <https://www.civicus.org/new/media/Desarrollo%20de%20una%20estrategia%20financiera.pdf>

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LOS CINCO CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

A. IMPORTANCIA.

Fue importante realizar éste estudio porque a través de él se determinó cómo atraer más personas interesadas en contribuir económicamente al desarrollo integral en nutrición, salud y educación con enfoque de derecho, de todos los niños y niñas que atiende la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

B. OBJETIVOS.

1. General.

Elaborar estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de los cinco centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, ubicada en el Municipio de Mejicanos, Departamento de San Salvador.

2. Específicos.

- Realizar un diagnóstico para determinar las fortalezas y oportunidades con que cuenta la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.
- Buscar nuevas fuentes de financiamiento para mejorar el funcionamiento de los cinco centros infantiles.
- Formular estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de los cinco centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

C. METODOLOGÍA UTILIZADA.

1. Método.

Para realizar la investigación se utilizó el análisis y deducción del **método científico**, ya que permitió percibir y plantear el problema, determinar el sujeto y objeto de estudio de manera objetiva y sistemática, llegando a enlazar los resultados esperados.

a. Análisis.

El análisis implicó clasificar y estudiar la información, identificar las relaciones existentes entre los elementos y variables que intervinieron en la elaboración de las estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles.

b. Deductivo.

Se partió de afirmaciones de carácter general, que conllevaron a deducir suposiciones por medio del razonamiento lógico que permitió establecer propuestas para dar solución a la problemática en estudio.

Para realizar el proceso fue necesario visitar la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, con la finalidad de obtener información detallada sobre los antecedentes de los Centros Infantiles; para ello se realizó una entrevista previa a la Directora de la organización, lo cual permitió conocer la filosofía, aspectos generales sobre el funcionamiento, financiamiento y organización de ésta. Además se obtuvieron datos acerca del número total de la población que atiende.

2. Tipo de investigación.

El tipo de investigación que se desarrolló fue **explicativo**, con el propósito de relatar las situaciones y eventos relacionados con el quehacer de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

3. Diseño de la investigación.

El tipo de diseño fue **correlacional no experimental**, puesto que las situaciones que se estudiaron ya existían; se identificó la relación entre las variables estudiadas, sin manipularlas intencionalmente, por lo tanto no fue necesario comprobar la hipótesis.

4. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.

a. Técnicas

- **Entrevista.**

Se realizó entrevistas a las personas relacionadas con la sostenibilidad financiera y funcionamiento de los centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, estas fueron a: Tesorera, Directora Ejecutiva, Coordinadoras y Sub-coordinadoras del Programa de Sostenibilidad y Educación

Las preguntas se realizaron con tacto y flexibilidad, reformulándolas cuando se requería y repitiéndolas para comprobar las respuestas ya dadas en el curso de la entrevista.

Se escuchó de manera paciente y amistosa, procurando no manifestar emociones, y autosuficiencia que limitaran la libre expresión o espontaneidad del informante, así también no se emitió frases de aprobación o reprobación de respuestas.

- **Encuesta.**

Se dirigieron a diferentes unidades de análisis, de la siguiente manera:

Empleados:

- Se entregó los cuestionarios a los coordinadores de programas y se les giró instrucciones sobre el llenado, quienes a su vez lo entregaron a sus empleados y otorgaron un tiempo prudencial para el llenado.
- Semanalmente se recopilaron los cuestionarios complementados en la medida que los fueron llenando y se dieron agradecimientos.

Cooperantes:

- Se solicitó un listado de los nombres de los cooperantes con sus respectivas direcciones electrónicas.
- Se envió el cuestionario por vía electrónica.
- En vista de que algunos correos electrónicos fueron rechazados se buscaron otros en sus páginas web.
- Solamente un cooperante constestó y pidió tiempo para buscar información y reenviarla; sin embargo no la encontró y no pudo contestarlo. Se le agradeció por su interés.

Usuarios:

- Con el apoyo de las Coordinadoras de los centros infantiles, se realizó una programación para llevar a cabo la encuesta en el transcurso de una reunión de encargados de los niños y niñas.
- Se realizó la entrega del cuestionario, se orientó en su llenado, y se mantuvo la expectativa de guiar ante cualquier duda. En algunos centros infantiles fue necesario ayudarles a llenar los cuestionarios.
- Se recogieron los cuestionarios complementados y se dieron agradecimientos.

Clientes:

- Se coordinó con la Directora Ejecutiva, la fecha en la que se pudo realizar la encuesta a los diferentes tipos de clientes.
- Se entregó el cuestionario a cada cliente, y se orientó al llenado .
- Se recogieron los cuestionarios complementados y se dieron agradecimientos.

- **Observación directa.**

Esta se utilizó al momento de realizar las entrevistas y las encuestas de forma natural, sin intervenir de modo alguno con el comportamiento de las personas y los acontecimientos que se dieron en la Asociación; para así obtener información adicional que no fue contemplada en las anteriores.

b. Instrumentos.

- **Guía de entrevista.**

Se estructuró con preguntas abiertas acorde a los objetivos de la investigación y al nivel de los entrevistados, las cuales indujeron a respuestas que originaron nuevas interrogantes para obtener más información.

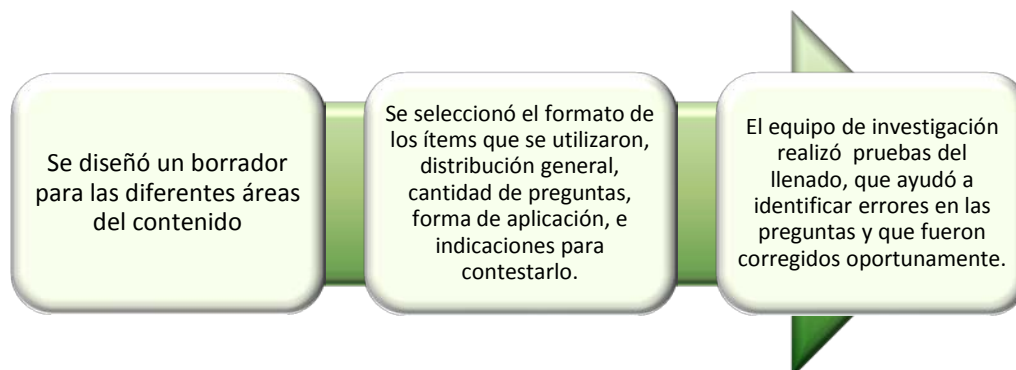
Se entregó al informante una copia con suficiente antelación para aprovechar al máximo los conocimientos y las oportunidades de ampliar la información.

- **Cuestionario.**

Se estructuró de la siguiente forma:

- Nombre de la universidad, facultad y escuela, saludo, tema, objetivo de la investigación, a quien fue dirigido, indicaciones, fecha y contenido.
- Preguntas abiertas y cerradas que permitieron obtener la información que ayudó a la solución del problema.

Los pasos que se desarrollaron fueron los siguientes:



- **Presencia física.**

En el momento de la investigación de campo, se observaron situaciones que no fueron contempladas en los instrumentos anteriores, tales como: condiciones de la infraestructura, clima laboral y el desempeño del personal.

Además se observó otros aspectos como: muchos de los usuarios encuestados no sabían leer y escribir, algunos de los empleados no contaban con tiempo suficiente para el llenado de los cuestionarios y los entregaron posteriormente, algunas preguntas no eran comprendidas por los encuestados, por lo que fue necesario brindarles una explicación.

Para el proceso de recopilación de datos se utilizó grabadora, cámara fotográfica, libreta de apuntes y bolígrafos.

5. Fuentes de información.

a. Primarias.

La información fue proporcionada por fuentes de primera mano, a través de las técnicas de la entrevista, la encuesta y la observación directa, desarrolladas con las personas que laboran para la Asociación, Usuarios y Clientes.

Las entrevistas fueron dirigidas al siguiente personal: Directora Ejecutiva, Tesorera de la Junta Directiva, Coordinadoras del Programa de Sostenibilidad y Educación.

Además se efectuaron encuestas a Sub Coordinadoras de los Centros Infantiles, empleados, usuarios y clientes.

Se visitó las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador (ANADES) y a través de la observación directa se recopiló datos, tales como: estado de las instalaciones, presentación del personal, desempeño laboral, atención a clientes, entre otros.

b. Secundarias.

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador proporcionó revistas, boletines y plan estratégico; además se consultó libros sobre administración, mercadeo, proyectos, trabajos de investigación, leyes, reglamentos, sitios web, etc.

6. Ámbito de la investigación.

La investigación fue realizada según se detalla a continuación:

Nombre		Dirección
Oficinas Centrales de la Asociación		Colonia El Triunfo, pasaje Molina # 14, municipio de Mejicanos – San Salvador
Centros Infantiles	Alfonso Acevedo	Colonia El Triunfo, pasaje Molina # 14, municipio de Mejicanos – San Salvador
	Amando López	Cantón La Canoa, Jiquilisco – Usulután
	Presidio Liberado	Cantón La Canoa, Jiquilisco – Usulután
	Padre Octavio Ortiz	Cantón La Canoa, Jiquilisco – Usulután
	Rogelio Poncele	Barrio El Centro Perquín – Morazán
Finca San Jorge		Cantón Peña Blanca. San Julián – Sonsonate.

7. Identificación de Unidades de análisis.

Las unidades de análisis estuvieron constituidas por:

PERSONAL EJECUTIVO	EMPLEADOS	COOPERANTES	USUARIOS	CLIENTES
--------------------	-----------	-------------	----------	----------

8. Universo y muestra.

a. Determinación del Universo.

El universo estuvo compuesto de la siguiente forma:

UNIDADES DE ANÁLISIS	UNIVERSO	CANTIDAD
a. Personal ejecutivo	Tesorera de Junta Directiva.	1
	Directora Ejecutiva.	1
	Coordinadora del Programa de Educación.	1
	Coordinadora del Programa de Sostenibilidad.	1
	Sub coordinadoras de cada centro infantil.	4
	Sub Total	8
b. Empleados	Educadoras.	17
	Trabajadora social.	1
	Promotores Sociales.	5
	Personal de servicio.	7
	Trabajadores agrícolas.	1
	Personal Administrativo.	5
	Sub Total	36
c. Cooperantes	Pan Para el Mundo.	1
	HIVOS	1
	Cáritas italiana	1
	Embajada de Alemania	1
	Petjades de España	1
	Archiprestago de Huesca. País Vasco.	1
	Adveniat Alemania.	1
	Iglesia Presbiteriana de Canadá.	1
	BANCAJA	1
	Generalitat Valenciana	1
	Sub Total	10
d. Usuarios (Madres, padres o encargados de niños y niñas de los centros infantiles)	Centro Hogar Alfonso Acevedo	21
	Centro Infantil Rogelio Ponceele	24
	Centro Infantil Amando López	12
	Centro Infantil Presidio Liberado	16
	Centro Infantil Padre Octavio Ortiz	10
	Sub Total	83
e. Clientes	Compradores de café empacado al detalle	1
	Turistas Finca San Jorge	25
	Compradores de medicamentos naturales	9
	Sub Total	35
TOTAL		172

b. Cálculo de la Muestra.

No se calculó muestra porque se realizó censo, éste se detalla en el siguiente cuadro:

Unidades de	Población	Cantidad	Técnica a
a. Personal ejecutivo	Tesorera de Junta Directiva.	1	Entrevista
	Directora Ejecutiva.	1	
	Coordinadora del Programa de Educación.	1	
	Coordinadora del Programa de Sostenibilidad.	1	
	Sub coordinadoras de cada centro infantil.	4	Encuesta
	Sub Total	8	
b. Empleados	Educadoras.	17	Encuesta
	Trabajadora social.	1	
	Promotores Sociales.	5	
	Personal de servicio.	7	
	Trabajadores agrícolas.	1	
	Personal Administrativo.	5	
c. Cooperantes	Pan Para el Mundo.	1	Encuesta por correo electrónico
	HIVOS	1	
	Cáritas italiana	1	
	Embajada de Alemania	1	
	Petjades de España	1	
	Archiprestago de Huesca. País Vasco.	1	
	Adveniat Alemania.	1	
	Iglesia Presbiteriana de Canadá.	1	
	BANCAJA	1	
	Generalitat Valenciana	1	
	Sub Total	10	
d. Usuarios (Madres, padres o encargados de niños y niñas de los centros infantiles)	Centro Hogar Alfonso Acevedo	21	Encuesta
	Centro Infantil Rogelio Ponceele	24	
	Centro Infantil Amando López	12	
	Centro Infantil Presidio Liberado	16	
	Centro Infantil Padre Octavio Ortiz	10	
	Sub Total	83	
e. Clientes	Compradores de café empacado al detalle	1	Encuesta
	Turistas	25	
	Compradores de medicamentos naturales	9	
	Sub Total	35	
	Total muestra	172	

9. Procesamiento de la información.

a. Tabulación.

Posteriormente que se recopilaron los datos, se procedió a ordenarlos e ingresarlos a una matriz elaborada en una hoja de cálculo de Excel y se obtuvieron los totales de cada respuesta de los diferentes cuestionarios.

Se presentó la tabulación por cada unidad de análisis, en la cual se detalló la pregunta seguida del objetivo, se elaboró un cuadro de frecuencias conteniendo las alternativas de respuesta con sus respectivos porcentajes; además se representó de forma gráfica, para lograr una mayor comprensión y apreciación de la información obtenida.

b. Comentarios.

Se interpretó los resultados de cada pregunta de los cuestionarios de las diferentes unidades de análisis; los cuales se tomaron en cuenta para elaborar la descripción del diagnóstico, conclusiones y recomendaciones.

D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO.

1. Filosofía institucional

Se determinó que los empleados se identifican con la filosofía institucional, lo cual permite que exista un clima laboral muy bueno; sin embargo, no hay afiches visibles para darla a conocer a visitantes y usuarios. (Según anexoNo. 6 Cuestionario dirigido a Empleados, pregunta No. 7)

2. Servicios

Los servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador están categorizados de la siguiente manera:

a. Servicios de carácter social

Estos se dividen en:

- **Educación**

Se considera que éste servicio es excelente por ser integral, ya que los centros infantiles ofrecen educación inicial y pre-escolar a niños y niñas de 2 a 6 años, brindándoles estimulación temprana, recreación, formación en valores, se controla la talla y peso. También proporcionan refrigerios y almuerzos nutritivos y variados. (Según Anexo No. 7, cuestionario dirigido a Usuarios, pregunta No. 9).

- **Atención en salud**

La Clínica Naturaleza y Vida cuenta con espacio físico y equipo para brindar atención odontológica, masaje y sauna, pero éstos servicios no los brinda por falta de recursos económicos; por lo cual se considera que está sub-utilizando su capacidad instalada.

b. Venta de Servicios

En cuanto a la venta de servicios, se determinó lo siguiente:

- **Agro ecoturismo**

La Finca San Jorge es un oasis que invita a turistas nacionales y extranjeros a poder relajarse, disfrutar de un ambiente natural o búsqueda de aventuras entre la naturaleza. Los servicios se detallan a continuación:

Servicio	Descripción
Alojamiento para visitantes	Cuenta con 5 cabañas privadas con capacidad para 3 personas cada una, limpias, confortables, ventiladas y con servicios sanitarios internos.
Caminatas a diferentes atractivos naturales	Río Tazulá, mirador del amate y cueva de los murciélagos, para lo cual dispone de 2 guías para orientar a los grupos de visitantes. Sin embargo hay poca señalización para facilitar el acceso de los turistas
Espacios para acampar	A pesar de estar equipados con dos tiendas de campaña, lámparas y lazos, hace falta señalización preventiva y vigilancia.
Salón de usos múltiples	En su mayoría es alquilado para capacitaciones, tiene capacidad para 50 personas, provisto de sillas y equipo audio visual, éste se proporciona solamente bajo reservaciones, lo que implica que grupos improvisados no disponen de su uso.
Servicio de cafetería	La alimentación que se ofrece es variada según el gusto de los clientes y está sujeta a reservaciones; por no ser un servicio permanente no cuenta con inventario de alimentos para atender grupos improvisados.
Demostraciones de procesamiento de café y bálsamo	Se realizan bajo reservaciones, según temporada y disposición de personal. Se realizan en tiempo real, se dan explicaciones de los pasos a seguir y se permite participar a los espectadores.

c. Centro de Usos Múltiples

El Centro de Usos Múltiples fue construido con la finalidad de generar ingresos que ayuden a financiar el funcionamiento del Centro Infantil Rogelio Ponce, a través del alquiler de salón para eventos y habitaciones para alojamiento.

El salón para eventos tiene la capacidad para 40 personas, equipado con aire acondicionado, sillas, mesas y equipo audio visual. Para atender las necesidades de este negocio, se ha asignado a una persona responsable, quien se encarga de calendarizar las reservaciones, realizar la logística y preparar alimentos cuando es requerido con el apoyo de una cocinera; sin embargo hace falta iniciativa para proponer menús a los usuarios y búsqueda de nuevos clientes. Además, no se cuenta con reservas de alimentos para atender grupos improvisados. También se ofrece el servicio de alojamiento, el cual consta de cuatro habitaciones con capacidad para 3 personas en cada una. Usualmente ha sido utilizado para huéspedes extranjeros.

Los dos servicios mencionados carecen de mantenimiento en sus instalaciones.

3. Productos

a. Medicina Natural

La Clínica Naturaleza y Vida tiene el fin de brindar tratamientos naturales a sus pacientes, porque no vende medicamentos químicos y promueve el consumo de medicina natural tradicional, tales como plantas, homeopáticos, esencias florales, jarabes, cápsulas, vitaminas, jabones y champús; sin embargo, algunos de éstos fueron encontrados sin registro sanitario, las plantas medicinales no estaban etiquetadas, y todos los productos no tenían precio visible.

b. Producción agrícola

El objetivo primordial de la producción agrícola es contribuir con el funcionamiento de los centros infantiles, aportando en especie productos cosechados para la alimentación de los niños y niñas. También contribuye financieramente a través de la venta de los siguientes productos orgánicos cultivados en la Finca San Jorge:

Café Tazulá: se cultiva las variedades pacas y bourbon, a mediana altura. La Asociación lo comercializa tostado y molido, éste es de color marrón oscuro, con fuerte aroma y sabor achocolatado, empacado en bolsa laminada de una libra, con viñetas impresas en papel que contienen el origen, logotipo, marca, lema y el nombre de la Asociación; pero le hace falta fechas de producción y vencimiento, registro sanitario y forma de preparación. Este cultivo es el que genera más ingresos; la Asociación, ha decidido venderlo solamente procesado, ya que así obtiene más ganancias; sin embargo, recupera lentamente la inversión porque sus ventas son bajas.

Bálsamo: es una resina de color café oscuro, que se extrae del árbol del mismo nombre. La Asociación lo almacena crudo en barriles y espera el momento oportuno para venderlo según el precio impuesto por el comprador, quien lleva sus propios depósitos para trasladarlo. En las plantaciones de bálsamo se ha invertido poco en resiembra y los costos de su mantenimiento normalmente han sido bajos, logrando obtener un alto porcentaje de ganancias; sin embargo no se ha alcanzado explotar las diferentes temporadas de extracción, por falta de mano de obra, de una persona experta en éste tipo de cultivo y de un plan para la recolección.

Frutas: La naranja, limón y mandarina son vendidas a granel, sin empaque y marca. La cosecha de estos cultivos se da una vez al año.

Hortalizas: se cultiva tomate, chile verde, pepino, rábano y lechuga palmeada por temporada. Al igual que las frutas también se vende a granel y no cuentan con marca ni empaque. (Según anexo No. 4, entrevista dirigida a Coordinadora de Sostenibilidad pregunta No.3)

c. Producción apícola

La miel de abejas es una sustancia líquida, dulce, de color amarillo, producida por la abeja apismellifera. **Es envasada en botellas plásticas sin viñeta que la identifique como un producto de la Asociación.** Se cuenta con diez colmenas y su cosecha aproximada es de 50 botellas, debido a que se está reactivando. (Según observación directa)

4. Calidad

Los servicios de educación que brindan los centros infantiles son considerados excelentes por los usuarios; pero se encontró debilidades en el desarrollo de temas para las escuelas familiares, en el llenado de formularios requeridos por el Instituto Salvadoreño para la Niñez y Adolescencia y hojas evaluativas del desarrollo de los alumnos. (Según Anexo No. 7, cuestionario dirigido a Usuarios, pregunta No. 9).

En cuanto a la calidad de los servicios médicos y medicinas naturales, son considerados como muy buenos por las personas que los adquieren, porque los tratamientos son eficaces, existe organización con respecto a las consultas, el tiempo de espera es razonable, se cuenta con suficiente existencias de las medicinas, la atención al cliente es cordial y eficiente; pero el horario de atención es reducido a los días lunes, martes y miércoles de 8:00 a.m. a 12:00 m.d.

Los servicios de turismo en la Finca San Jorge son de buena calidad, porque es un lugar atractivo, con buen clima, comodidad, se cuenta con infraestructura y equipos necesarios; el trato de las personas que atienden es amable, eficiente, demuestran conocimiento del lugar y de las actividades que allí se realizan; sin embargo, no se cuenta con una programación de grupos y en algunas temporadas no se logra atender a todos los visitantes. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 10).

En el Centro de Usos Múltiples la atención al cliente, la calidad de los alimentos, higiene, comodidad y buen trato a los usuarios es buena; pero en cuanto a la puntualidad de las personas encargadas de dar los servicios hay deficiencias, debido a que ninguna de ellas asume iniciativa para ofrecer menús y preparar presupuestos para realizar las compras, además se incumple horarios. (Según Anexo No. 2, entrevista a Directora Ejecutiva, pregunta No.3).

La mayoría de personas que adquieren los productos agrícolas, consideran que son de muy buena calidad, sus atributos más relevantes son la presentación, variedad, tamaño y empaque. Sobre todo los clientes los consumen por ser cultivados de forma orgánica.

En cuanto al café, el proceso de separación para poder clasificarlo de acuerdo al tamaño del grano en 1ra, 2da y 3ra calidad, lo hacen únicamente cuando el cliente lo pide y para procesarlo se mezclan, por lo que representa una desventaja para poder venderlo a mejor precio. (Según anexo No. 8, Encuesta dirigida a Clientes, preguntas No. 10 y 11).

5. Precios

Con respecto a los precios de los productos y servicios de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador ofrecidos a sus clientes y usuarios para la sostenibilidad de los centros infantiles son considerados como accesibles; sin embargo, sus ventas son bajas.

En cuanto a los servicios de educación, para el sostenimiento de los Centros Infantiles, las familias pagan cuotas diferenciadas que son establecidas de acuerdo a un estudio socioeconómico que se realiza al momento de la matrícula, éstas oscilan según los rangos presentados en la tabla siguiente:

Nombre del Centro Infantil	Cuota Mínima	Cuota Máxima
Alfonso Acevedo	\$25	\$45
Rogelio Ponceele	\$3	\$25
Amando López	\$1	\$1
Presidio Liberado	\$1	\$1
Padre Octavio Ortiz	\$1	\$1

Estas cuotas representan un valor simbólico, ya que el costo de atender cada niño o niña en un centro infantil es mucho mayor.

A continuación se detalla los precios de la Clínica Naturaleza y Vida:

Tipo de servicio	Descripción	Precios
Servicios médicos	Consulta General a externos	\$5.71
	Consulta a niños del Centro Infantil	\$3.39
Laboratorio clínico	Exámenes de heces y orina	\$1.75
	Exámenes de sangre	Entre \$3.29 y \$4.75
Medicina natural	Plantas	De \$0.52 a \$1.30
	Homeopáticos	\$3
	Esencias florales	\$3
	Jarabes	De \$2.25 a \$4.75
	Cápsulas	\$0.12
	Vitaminas	De \$0.05 a \$0.13
	Jabones	\$1.29
	Champús	\$4.75

Los precios se determinan, para el caso de los servicios médicos considerando la accesibilidad al público, los de laboratorio clínico son definidos de acuerdo al costo de los insumos utilizados, y en cuanto a la medicina natural son establecidos con un margen de ganancia.

El establecimiento de los precios de los servicios de turismo proporcionados en la Finca San Jorge es individual y por paquetes; y a pesar de ser económicos, en algunas ocasiones se conceden rebajas a petición del cliente.

Servicios		Precios
Entrada General		\$2
Alquiler de cabañas	Cabaña completa	De \$36 a \$40
	Individual	\$10
Alimentación	Desayunos	\$2 - \$2.50
	Almuerzos	\$2.50 - \$6.50
	Cenas	\$2.50 - \$3
	Postres	\$2 - \$2.25
	Bebidas	\$0.50 - \$1.50
Demostraciones de procesamiento de bálsamo y de café	Grupos de 10 personas	\$25
	Huéspedes	\$15
Caminatas	Hasta 10 personas	\$5
	Más de 10 personas	\$10
Paquetes de alojamiento con alimentación	Cena y desayuno	\$18
	Desayuno, almuerzo y cena	\$22
	Desayuno, almuerzo, cena y dos refrigerios	\$25
Alquiler de Salón de Usos Múltiples		\$50

Un aspecto muy importante es que el personal responsable de brindar estos servicios, desconoce los precios y cada vez que hay visitantes tienen que estar consultando a la Directora Ejecutiva para que les determine el monto que han de cobrar.

Se determinó que los precios de los servicios del Centro de Usos Múltiples La Esperanza se cobran de acuerdo al paquete solicitado por el cliente, basándose en las siguientes tarifas establecidas:

Servicio	Contenido del paquete	Precio
Alojamiento por persona	Solamente alojamiento	\$10 por día y noche
	Alojamiento y alimentación	\$15 por día, noche, cena y desayuno.
Salón para eventos	Solamente el uso del salón	\$40 por día
	Uso del salón más alimentación	\$8 por persona, incluye un refrigerio y almuerzo, refrigerios adicionales \$2 por persona.

Debido a que son bajos no cubren en su totalidad los costos de personal de mantenimiento, limpieza y aseo; además se deja de generar ingresos cuando los clientes no hacen uso de los servicios de alojamiento o salón de eventos que han reservado con anticipación.

Los precios de los productos agrícolas son similares a los de la competencia; pero éstos no son acordes a su calidad, ya que los cultivos de la Finca San Jorge son orgánicos y la mayoría de los productos del mercado son producidos con agro-químicos. A continuación se detallan:

Tipo de cultivo	Descripción	Precio
Café	Café Oro	De \$85 a \$150 /quintal.
	Café tostado, molido y empacado.	\$4 por libra
Bálsamo	Bálsamo Crudo	Entre \$6 y \$8 por libra
Miel	Miel de abeja	\$4.75 la botella
Frutas	Naranja	\$0.05 unidad
	Limón	\$0.05 unidad
	Mandarina	\$0.05 unidad
Hortalizas	Tomate	\$0.10 unidad
	Chile	\$0.15 unidad
	Rábano	\$0.35 manojo
	Pepino	\$0.25 unidad
	Lechuga	\$0.75 unidad

(Los precios presentados en las tablas anteriores fueron proporcionados en las Oficinas Centrales de la Asociación).

6. Oferta

d. Educación.

La Asociación ofrece los servicios de atención integral a niños y niñas entre las edades de 2 a 6 años, brindándoles educación inicial y pre-escolar, estimulación temprana, recreación, nutrición, atención en salud y psicológica, formación en valores (solidaridad, amor, servicio y cooperación). Para lo cual los Centros Infantiles cuentan con infraestructura para atender la siguiente población:

Nombre del Centro Infantil	Salones disponibles	Capacidad por salón	Capacidad total
Alfonso Acevedo	5	30	150
Rogelio Poncele	3	30	90
Amando López	3	30	90
Presidio Liberado	3	30	90
Padre Octavio Ortiz	3	30	90
TOTAL	17	-	510

e. Salud.

Brinda los servicios de atención en salud en la Clínica Naturaleza y Vida, con medicina natural; pero únicamente atiende lunes, martes y miércoles, siendo esto una limitante para los usuarios, porque no está disponible siempre que se le requiere.

f. Finca San Jorge

La finca San Jorge proporciona los siguientes productos agrícolas: café Tazulá. Bálsamo, miel de abejas, frutas y hortalizas.

También ofrece servicios de agro ecoturismo tales como: alquiler de cabañas, caminatas, campamentos, salón de capacitaciones, alimentación, demostraciones de los procesos del café y el bálsamo. (Según anexo No. 8, Cuestionario dirigido a clientes, pregunta No. 8)

g. Centro de Usos Múltiples

En las oficinas centrales de la Asociación se encuentra el Centro de Usos múltiples “La Esperanza” en el que se brinda servicios de: alquiler de salón para eventos, alojamiento y alimentación. (Según anexo No. 8, Cuestionario dirigido a clientes, pregunta No. 8)

7. Demanda

a. Educación.

Los servicios educativos disminuyeron a 286 niños y niñas atendidas desde los años 2010 y 2011, debido a que el Ministerio de Educación implementó proyectos de mucho beneficio para la población, pero que han perjudicado en la cobertura de los centros infantiles, pues las familias prefirieron enviar a sus hijos e hijas a las parvularias públicas, porque se les proporcionó útiles, uniforme, zapatos y alimentación. (Según anexo No. 3, Entrevista dirigida a Coordinadora del Programa de Educación, pregunta No.5)

b. Salud.

Los clientes de la Clínica Naturaleza y Vida ven satisfechas sus expectativas con respecto a los tratamientos naturales, puesto que no vende medicamentos químicos y promueve el consumo de medicina natural tradicional, tales como plantas, homeopáticos, esencias florales, jarabes, cápsulas, vitaminas, jabones y champús; pero la demanda no es totalmente cubierta porque los horarios de atención son limitados, dejando desatendido las necesidades de emergencia de los pacientes.

Finca San Jorge

Los clientes que buscan los productos agrícolas, son personas afines a los proyectos de la Asociación, que comparten la visión de la agricultura orgánica y cuidado del medio ambiente; pero éstos son muy pocos para lograr vender mayores cantidades y evitar el desperdicio de las cosechas. (Según anexo No. 2, entrevista dirigida a Directora Ejecutiva, pregunta No. 4)

Los turistas que visitan la finca, lo hacen con el fin de estar en contacto directo con la naturaleza, el clima agradable, caminatas a los diferentes lugares con los que cuenta, servicio de alimentación y alojamiento; sin embargo éste servicio es solicitado ocasionalmente por algunas delegaciones de extranjeros y se cuenta con pocos clientes nacionales. (Según anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 19)

8. Promoción

Entre las formas de promocionar los servicios que la Asociación realiza están las degustaciones y demostraciones, para el caso de ecoturismo, no es suficiente, ya que no logra comunicar la venta de sus productos y servicios y persuadir a nuevos clientes, e informar a otros interesados sobre el trabajo que ésta ejecuta, para poder dar a conocer el logro de los objetivos propuestos. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 6)

9. Propaganda

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador promueve sus productos y servicios a nivel local a través de los empleados, usuarios, visitantes y otras personas que tienen algún vínculo con directivos o proyectos sociales que ésta ejecuta, también los da a conocer a través de reportajes y entrevistas presentadas en los medios de comunicación de los que ha sido beneficiada por programas sociales impulsados por el Ministerio de Gobernación y Ministerio de Turismo. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 3)

10. Publicidad

Debido a que la organización no dispone de recursos económicos para sostener una campaña publicitaria se han limitado a utilizar brochures, hojas volantes, carteles, afiches, pancartas y vallas publicitarias a nivel local. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, preguntas No. 3 y 4)

11. Ventas personales

Los productos y servicios son promovidos directamente por el personal a amigos, familiares, beneficiarios y clientes; pero no se cuenta con un equipo de vendedores dedicados a informar y persuadir a los consumidores para poder comercializarlos. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 3)

12. Ofertas y descuentos

La Finca San Jorge ofrece paquetes promocionales en la que se incluyen la entrada gratuita a las instalaciones si se consumen los alimentos que ahí se elaboran,

demostraciones de procesos y degustaciones de café. En cuanto al café se dan descuentos por compras mayores a diez libras. (Según Anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 6)

13. Comunicación interactiva

El sitio web, facebook y correo electrónico institucional de la Asociación Nuevo Amanecer, se encontraron desactualizados porque no hay una persona asignada para darles seguimiento y mantenimiento constante, lo cual no permite establecer diálogo entre el personal y todos los usuarios interesados. (Según anexo No. 6, cuestionario dirigido a empleados, pregunta No. 3)

14. Comercialización

La Asociación comercializa sus productos y servicios a nivel local, su capacidad de competir en el mercado es favorable, por su variedad, precios accesibles y calidad. Aunque la Asociación ha tenido intenciones de ser parte del Mercado Justo y el Mercado Solidario, no ha dado seguimiento a los trámites necesarios por los costos que esto implica. (Según anexo No. 7, cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No.2 y 7. Anexo No.2 Entrevista dirigida a Directora, pregunta No. 11)

15. Plaza

Los productos y servicios que ofrece la Asociación los distribuye a usuarios, vecinos de los centros infantiles, empleados, cooperantes y delegaciones internacionales y esporádicamente a turistas.

a. Nicho de mercado

La asociación no se ha posicionado en el mercado de los servicios de turismo, alojamiento y venta de productos agrícolas, porque cubre un segmento geográfico muy pequeño; además no tiene mercado meta definido por que está orientado a empleados, amigos, delegaciones y cooperantes, por lo que dificulta conocer el perfil del comprador, el cual es importante al momento de ofrecer los productos y servicios que comercializa. (Según anexo No. 8, Cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No.7)

b. Canales de distribución

La Asociación ofrece sus productos y servicios directamente hacia consumidores finales, es decir no cuenta con intermediarios.

En cuanto al transporte, los costos se han incrementado de un centro a otro, dada la distancia en la que estos se encuentran respecto de las oficinas centrales; sin embargo es necesario establecer monitoreo y traslado de los productos de la Finca San Jorge hacia la Asociación para poder comercializarlos y así satisfacer las necesidades de los usuarios. (Según anexo No. 2, Entrevista dirigida a Directora, pregunta No. 5)

16. Procesos

A pesar de que en los servicios de turismo y del Centro de Usos Múltiples, la calidad de los alimentos es buena y la atención del personal es amable; se denotó que no cuentan con manuales de procedimientos en las áreas de atención al cliente, preparación de alimentos, limpieza y aseo. (Según anexo No. 8, cuestionario dirigido a Clientes, preguntas No. 8 y 11)

17. Recursos humanos

El recurso humano es fundamental e indispensable para alcanzar los fines institucionales, y por lo general la cantidad de personal está equilibrado en cuanto a las actividades de los diferentes departamentos de la Asociación; sin embargo en el Programa de Sostenibilidad hace falta la contratación del Coordinador responsable, lo cual ha provocado una recarga de trabajo a la Directora Ejecutiva, el aplazamiento de algunos proyectos y la poca comercialización de los productos y servicios de los proyectos productivos destinados a generar ingresos para el funcionamiento de los centros infantiles.

Por consiguiente, debido a la falta de recursos financieros, en los Centros Infantiles se contrató menos personal del necesario y esto repercutió en saturación de actividades de las educadoras, teniendo que trabajar tiempo adicional a su horario y además insatisfacción por los bajos salarios. (Según anexo No. 3, Entrevista dirigida a Coordinadora del Programa de Educación, pregunta No. 8)

18. Capacitaciones

Entre las necesidades de los empleados, se encuentra la capacitación que les ayude a tener un mejor desempeño en su trabajo, la mayoría considera que las áreas más relevantes son temas afines al trabajo que desempeñan, como trabajo en equipo y computación. (Según anexo No. 6, Cuestionario dirigido a empleados, pregunta No. 8)

Por otro lado, a los colonos y vecinos de la Finca San Jorge se les ha brindado la oportunidad de tener un trabajo, para el cual se les capacitó; pero el proceso de aprendizaje ha sido lento, existiendo deficiencias en liderazgo, atención directa y relación con los clientes. (Según anexo No. 2, entrevista a Directora Ejecutiva, pregunta No. 3).

19. Presentación.

Por lo general la presentación del personal de las diferentes áreas es muy buena; sin embargo en el Centro de Usos Múltiples y en la Finca San Jorge el personal de cocina no usa vestuario acorde al tipo de servicio prestado a los clientes. (Según Anexo No. 8, Cuestionario dirigido a Clientes, pregunta No. 15)

20. Sostenibilidad Financiera.

a. Ingresos

Los fondos obtenidos para el sostenimiento de los centros infantiles han sido en mayor valor proveniente de la cooperación internacional, seguida de las ventas de los proyectos productivos que ejecuta y en menor cuantía aportes de las familias; sin embargo, estos no han sido suficientes y han generado déficit financiero a la Asociación.

El apoyo de los cooperantes externos ha disminuido drásticamente debido a la crisis financiera internacional y algunos de ellos que han financiado proyectos lo hicieron por menor valor al solicitado y los fondos los entregaron después de ejecutadas las

actividades, lo que se considera de alto riesgo. (Según anexo No. 1. Entrevista a Tesorera, pregunta No. 1)

b. Egresos

Entre las erogaciones más relevantes que incurre la Asociación, para el funcionamiento de los centros infantiles están:

Rubro	Detalle
Costos directos	Salarios de personal (educadoras y cocineras) Alimentación Material didáctico Suministros de aseo Chequeos médicos Transporte de niños y niñas. Adecuaciones de infraestructura para niños y niñas especiales, debido a cambios en leyes.
Gastos administrativos	Salarios de personal administrativo (secretaria, vigilancia, limpieza, contador, etc.) Servicios de agua, luz, teléfono. Impuestos. Tasas municipales. Transporte para monitoreo. Mantenimiento general de instalaciones.

(Según anexos No. 1 y 2, entrevista a tesorera, pregunta No. 2 y entrevista a Directora, pregunta No. 3)

Los costos directos son, en los que, la Asociación incurre para dar atención a los beneficiarios de los centros infantiles, los cuales son indispensables y generalmente están presentes en el servicio que se presta. Estos representan una inversión en la educación de los niños y niñas.

Los gastos administrativos son todos aquellos necesarios para la administración de los centros infantiles y no se pueden identificar directamente en la prestación del servicio.

E. ALCANCES Y LIMITACIONES.

1. Alcances

Se contó con la disposición y colaboración del personal ejecutivo: Directora, Tesorera de Junta Directiva, Coordinadoras de Educación y Sostenibilidad.

Las Sub coordinadoras de los centros infantiles apoyaron con la logística y canalización de las encuestas a los usuarios.

El personal encuestado tuvo disposición de contestar los cuestionarios fuera de horarios laborales.

Padres de familia dedicaron tiempo fuera de las reuniones para el llenado de los cuestionarios con voluntad y sinceridad en las respuestas.

Los clientes dieron sus aportes durante la realización de una excursión.

2. Limitaciones

La distancia de los Centros Infantiles ubicados en Usulután y Perquín.

La incompatibilidad de horarios de trabajo tanto de la Directora Ejecutiva como Directivos, lo cual dificultó cumplir la agenda programada para las entrevistas.

Usuarios nueva matrícula no tenían conocimiento del funcionamiento de los centros infantiles.

Se redujo la cantidad de personal a encuestar, debido a que se suspendieron actividades de algunos proyectos.

F. CONCLUSIONES

- La filosofía institucional no se encuentra visible para los usuarios y visitantes en las diferentes instalaciones de la Asociación.
- La promoción de productos y servicios es insuficiente, por lo que su comercialización es poca para la sostenibilidad de los Centros Infantiles.
- Las ventas de los productos y servicios son bajas, porque no tiene un mercado meta definido y los comercializa únicamente con empleados, amigos, delegaciones y cooperantes.
- Los precios de los productos y servicios son accesibles, sin embargo no se cuenta con políticas para establecerlos y divulgarlos entre empleados y clientes.
- Los medios de comunicación interactiva, tales como sitio web, facebook y correo electrónico, han tenido poca relevancia, por lo que se encuentran desactualizados y limitan el diálogo entre empleados, cooperantes y clientes.

G. RECOMENDACIONES

- Se debe colocar afiches que contengan la filosofía institucional, en lugares estratégicos de las diferentes instalaciones de la Asociación.
- La Asociación debe realizar actividades de promoción de sus productos y servicios, para incrementar la comercialización de éstos y buscar nuevos cooperantes nacionales e internacionales, para generar más ingresos para la sostenibilidad de los centros infantiles.
- Definir el mercado meta al cual va a dirigir sus productos agrícolas y servicios, para obtener más ingresos.
- Definir políticas para el establecimiento y divulgación de los precios de productos y servicios que ofrece la Asociación.
- Revisar y actualizar el sitio web, facebook, y correo electrónico para mejorar la comunicación entre empleados y usuarios.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LOS CINCO CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

A. IMPORTANCIA

Éste capítulo es importante porque en él se presentan los cambios que debe considerar la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador:

En la estructura organizativa, para que haya una mejor distribución de las actividades de auto sostenibilidad y así concentrarse en la búsqueda de recursos.

En las estrategias de mercadeo para que contribuya en la captación de nuevos clientes, señalando las mejoras que requieren los productos y servicios, tales como aspectos sobre la presentación, marcas y atributos; lineamientos para el establecimiento de los precios que sean accesibles para los clientes sin dejar de obtener rentabilidad; medios de publicidad para darse a conocer y establecerse en un mercado meta definido, diferenciándose de la competencia y creando de ésta manera ventajas competitivas al ser reconocidos por la calidad y la finalidad a la que se dedica, y en las estrategias de sostenibilidad financiera, para diversificar las formas de recaudación de fondos, incrementar la cooperación para la ejecución de los proyectos y así garantizar el funcionamiento de los centros infantiles, en búsqueda de alcanzar su misión y visión.

B.OBJETIVOS

1. General

Presentar a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador las estrategias de mercadeo para la sostenibilidad financiera de los centros infantiles.

2. Específicos



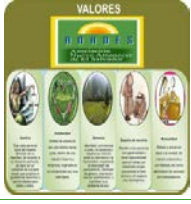
Renovar la estructura organizativa y la filosofía institucional de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

Aplicar la mezcla de mercadeo de las 7 P's para los proyectos productivos y sociales de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

Definir estrategias de sostenibilidad financiera para los centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

C. DIVULGACIÓN DE LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

El propósito de divulgar la filosofía consiste en posicionarse en las mentes del personal, usuarios y visitantes con el objeto de alcanzar los objetivos de una forma humana y consciente de las necesidades de quienes intervienen en la ejecución de los proyectos. También se debe incluir la enseñanza y práctica de los valores institucionales a todos los beneficiarios, para facilitar el logro de los proyectos con menos recursos y la identificación de ellos con el trato fraterno de los empleados, procurando ser reconocidos por todas las personas posibles a través del ejemplo.

Filosofía Institucional	Detalle	Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
<p>Misión</p> <p>“Empoderar familias y comunidades vulnerables y excluidas, para construir junto con ellas una vida digna, solidaria y sustentable”</p>	Afiche vistoso con el logo de la Asociación, medidas de 50x50 centímetros (c.m.)	\$2.50	\$2.50x6	\$15	
<p>Visión</p> <p>“Somos una Asociación identificada con las y los pobres, inspirada por la armonía, justicia y solidaridad; facilitadora de procesos y comprometida con la transformación social”.</p>	Afiche vistoso con el logo de la Asociación, medidas de 50x50 centímetros (c.m.)	\$2.50	\$2.50x6	\$15	
<p>Valores</p> <p>Justicia, Solidaridad, Armonía, Espíritu de servicio y Honestidad.</p>	Afiche con figuras representativas de cada valor, medidas de 60x90 centímetros (c.m.)	\$6.00	\$6x6	\$36	
Total				\$66	

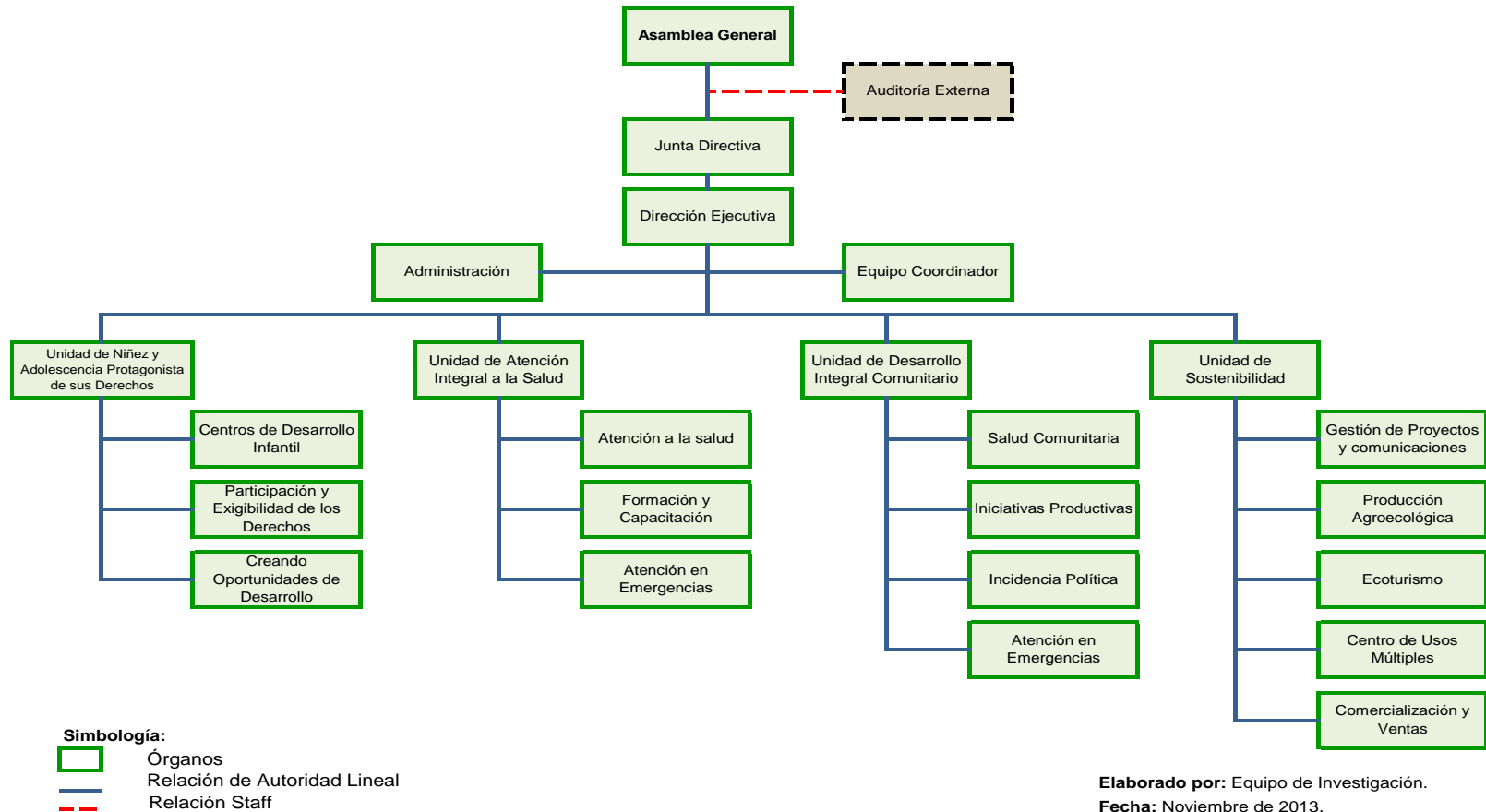
Estos precios han sido proporcionados por el Señor Romeo Enrique Reyes Arias, teléfono de contacto 2223-4018.

D. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1. Organigrama

A continuación se presenta el organigrama propuesto:

ORGANIGRAMA PROPUESTO A LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR




2. Funciones

La unidad de Sostenibilidad no está funcionando adecuadamente porque no hay un coordinador responsable; además, la Dirección Ejecutiva tiene una autoridad de Staff sobre ésta unidad porque está asumiendo sus responsabilidades, creando una recarga de trabajo para ella. Por lo tanto se debe separar las funciones del área, definir nuevos elementos requeridos para sus actividades, y el perfil del puesto de la persona que coordinará.


Funciones	Recursos necesarios
Elaboración, presentación de proyectos y comunicación con cooperantes.	Contratar coordinador de la Unidad de Sostenibilidad, contar con espacio de oficina y mobiliario para el coordinador y vendedor.
Promoción, comercialización y manejo logístico de productos y servicios de la Finca San Jorge y del Centro de Usos Múltiples	Contratar vendedor para la comercialización directa de los productos agrícolas, servicios de turismo y eventos.
	En el Centro de Usos Múltiples es necesario que la persona responsable asuma de forma permanente, las actividades de coordinación, logística y ventas para que promueva los servicios y así incrementar la demanda.
	Buscar asesoría de personas con experiencia en ecoturismo para atraer más visitantes a la Finca San Jorge.
	Mantener como responsables de la Finca a los sub coordinadores de campo y administrativo, ya que conocen mejor los diversos trabajos que se realizan en ésta.
	Adquisición de un camión repartidor para comercializar los productos agrícolas.
Campañas publicitarias, administración de redes sociales y sitio web	Se requiere de computadora con capacidad que permita el desarrollo de una comunicación interactiva permanente, y que cuente con herramientas para el diseño de artículos relacionados con la promoción y publicidad.
Aprovechar las ventajas de las políticas de Gobierno local o regional y la infraestructura con la que se cuenta.	Se debe formular un presupuesto para cultivos de corto plazo, los cuales pueden ser cubiertos con fondos propios de la Finca y un presupuesto a largo plazo para inversiones grandes que se gestionen a través de cooperantes.
	En las áreas de bosque natural de la Finca San Jorge, se debe reproducir árboles nativos, tales como: cacao, vainilla y canela, para proteger la tierra, los mantos acuíferos y a la vez lograr cosechas de estos cultivos que generarán ingresos en un futuro.
	Buscar asesoría de persona conocedora de la industria apícola, para reactivar las colmenas e incrementar la producción de miel y asignar una parte del presupuesto de la finca para éste rubro.
	Contratar eventualmente una persona experta en la producción orgánica, que pueda ser un Ingeniero agrónomo o Químico biólogo para buscar insecticidas o repelentes orgánicos.

Funciones	Recursos necesarios
Llevar un registro fiable de la producción y venta de todos los cultivos de la Finca, así como un control de los servicios de turismo y del Centro de Usos Múltiples.	Se debe contar con instrumentos para registros de control, en los cuales, el sub coordinador administrativo de la Finca registrará la producción y despacho de los productos agrícolas y los servicios de turismo, así como la persona responsable del Centro de Usos Múltiples debe llevar una bitácora de atención de clientes.

3. Perfil del Coordinador de la Unidad de Sostenibilidad

Perfil del Puesto de Trabajo	
Coordinador de la Unidad de Sostenibilidad 	
Unidad de Sostenibilidad	
<p>Puesto: Coordinador de la Unidad de Sostenibilidad</p> <p>Objetivo: Búsqueda de recursos físicos y financieros para garantizar la ejecución de los proyectos de la Asociación.</p> <p>Funciones principales: Elaboración, presentación de proyectos y comunicación con cooperantes. Desarrollar políticas de mercadeo. Dirigir actividades de promoción de los emprendimientos económicos.</p>	<p>Requisitos: Edad entre 25 y 40 años. Licenciado en Administración de Empresas, Economía, o Mercadeo. 3 años de experiencia en puestos similares. Manejo de software relacionado al puesto y redes sociales. Habilidades en elaboración de proyectos Conocimientos de mercadeo de productos agrícolas, servicios de turismo y para eventos. Capacidad de movilizar recursos humanos, tecnológicos, información y financieros Excelente presentación y habilidades de comunicación.</p>
<p>Características requeridas: Responsable, con iniciativa, liderazgo, honesto, actitud de servicio, creativo e innovador y con buenas relaciones interpersonales.</p>	

4. Perfil del vendedor

Perfil del Puesto de Trabajo	
Vendedor	
	
Unidad de Sostenibilidad	
<p>Puesto: Vendedor</p> <p>Objetivo: Promover y aumentar las ventas de los productos y servicios que ofrece la Asociación.</p> <p>Funciones principales: Desarrollar y optimizar el servicio y las ventas al cliente, buscar nuevos clientes. Dirigir actividades de promoción de los emprendimientos económicos.</p>	<p>Requisitos: Edad entre 25 y 40 años. Licenciado en Administración de Empresas o Mercadeo. 3 años de experiencia en puestos similares. Manejo de software relacionado al puesto y redes sociales. Conocimientos de mercadeo de productos agrícolas, servicios de turismo y para eventos. Desarrollo de programas de publicidad y promoción. Excelente presentación y habilidades de comunicación.</p>
<p>Características requeridas: Responsable, con iniciativa, liderazgo, honesto, actitud de servicio, creativo e innovador y con buenas relaciones interpersonales.</p>	

E. ESTRUCTURA DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO

1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Las estrategias que se deben adoptar responden a la solución de problemas, priorizando las acciones, para lograr la optimización de los recursos con vistas a alcanzar los objetivos que se buscan en la visión; por lo que se presenta la mezcla de estrategias de mercadeo para que la Asociación pueda obtener más ingresos y alcanzar la sostenibilidad financiera.

a. Productos y Servicios

A continuación se plantean las estrategias que debe tomar en cuenta la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, para poder atraer más usuarios y clientes.

Estrategia: Marca de productos y servicios




Es necesario crear una identidad para los productos y servicios que ofrece la Asociación, y aunque los principales de éstos ya tienen una denominación, no cuentan con los registros necesarios y la marca del café está en trámite; por lo tanto a continuación se presenta el nombre de la marca, logotipo y lema para algunos de ellos, enfatizando en la naturaleza y su finalidad.

Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Diseño	Costo unitario	Cálculo	Costo Total
Producto	Marca de Productos y servicios	<p style="text-align: center;"><u>Producción agrícola</u></p> <p>Marca: ORGANIC PRO NIÑEZ (Significa Orgánicos Productos por la Niñez) Lema: “Productos orgánicos para una vida sana en armonía con la naturaleza por el futuro de la niñez”.</p>		\$176.70*	1 X \$176.70	\$176.70
		<p style="text-align: center;"><u>Producción apícola</u></p> <p>Marca: APISOL (Significa Apiario Solidario) Lema: “La miel solidaria que te da la naturaleza para que los niños vivan mejor”</p>		\$176.70*	1 X \$176.70	\$176.70
		<p style="text-align: center;"><u>Agro eco-turismo</u></p> <p>Marca: FINCATUR ECOSOL (Abreviación de Finca Turística Ecológica Solidaria) Lema: Turismo Ecológico por Un Nuevo Amanecer para el desarrollo integral de la niñez”.</p>		\$176.70*	1 X \$176.70	\$176.70
		<p style="text-align: center;"><u>Centro de Usos Múltiples</u></p> <p>Marca: CUM LA ESPERANZA Lema: “Proporciónale esperanza a la niñez, mientras realizas tus eventos y capacitaciones con atención de calidad, equipo e instalaciones acorde a tu necesidad”.</p>		\$176.70*	1 X \$176.70	\$176.70
Total						\$706.80




* Estos precios han sido proporcionados por el Señor Romeo Enrique Reyes Arias, teléfono de contacto 2223-4018.

Estrategia: Etiquetado de productos





Ésta estrategia consiste en proporcionar información a los clientes por medio de viñetas adheridas a los productos perecederos.





Mezcla de mercado	Estrategia	Detalle	Costo unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Producto	Etiquetado de productos	Café Indicar que ha sido producido orgánicamente, información nutricional, peso, precio, registro sanitario, fecha de producción y de vencimiento.	\$0.10	500 X \$0.10	\$50	
		Miel Información nutricional, contenido, precio y fecha de vencimiento.	\$0.10	500 X \$0.10	\$50	
		Medicina natural Para el caso de los medicamentos, es necesario comprar solamente aquellos que tengan registro sanitario, colocarles precio visible y etiquetar las bolsas de las plantas medicinales con información de su contenido, uso, dosis, contra indicaciones y fecha de empaçado y de vencimiento.	\$0.10	500 X \$0.10	\$50	
Total					\$150	

Precios proporcionados por el Señor Romeo Enrique Reyes Arias, teléfono de contacto 2223-4018.




Estrategia: Ampliar la cobertura de la Clínica Naturaleza y Vida						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Producto	Ampliar la cobertura de la Clínica Naturaleza y Vida	Ampliar horarios de atención en consulta general, para poder cubrir las necesidades de la población en el momento oportuno, a través de la implementación de dos turnos, de dos horas cada uno, por la mañana y por la tarde, atendidos por diferentes médicos, de esa manera podría mantener los mismos costos de honorarios.			No hay incremento en los costos	
		Reactivar servicios de odontología, masaje y sauna para ofrecer más alternativas a los pacientes y a la vez hacer uso de las instalaciones y equipos que están siendo sub utilizados; sin embargo estos servicios deben tener un precio similar a los del mercado para que generen rentabilidad. También se debe considerar un horario de atención de ocho horas diarias.	\$400	2 personas x \$400 mensuales.	\$800	 
Total					\$800	

Valor estimado en base a honorarios establecidos en la Asociación.

Finca Agro Ecoturística San Jorge						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Producto	Señalización interna	Los senderos para las caminatas deben contar con suficiente señalización de las rutas a tomar hacia los diferentes destinos de la Finca, así como advertencias, zonas seguras y mapas para garantizar la tranquilidad y seguridad de los turistas; para lo cual es importante colocar al menos un rótulo de dirección o ubicación cada 100 metros, un mapa en cada cruce y puntos de llegada; todas las advertencias que sean necesarias, sobre deslizamientos de tierra, humedad en el suelo, inclinación de la pendiente, y ausencia de señal telefónica. Éstos pueden ser elaborados por personal voluntario haciendo uso de madera de la finca y comprando pintura.	\$35	6 galones de pintura de diferentes colores x \$35	\$210 *	  
	Vigilancia	A cada grupo mayor de 5 personas se le debe requerir que tramiten la presencia de Policías de Turismo; además se deben establecer contactos para requerir de ellos cuando se realicen excursiones hacia la finca a iniciativa de la Asociación.	No requiere costos para la Asociación			

Finca Agro Ecoturística San Jorge						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Producto	Salón de usos múltiples siempre equipado	Contar con equipo audiovisual permanentemente, para atender grupos en el Salón de usos múltiples, se garantizará una logística adecuada sin incurrir en costos de transporte para trasladar el equipo.	\$600 \$350	1 Proyector x \$600 1 mini laptop x \$350	\$950 **	
	Disponibilidad de alimentos	Es necesario contar con existencias de alimentos para poder atender grupos improvisados. Se debe manejar una bodega, segura y limpia, con revisiones periódicas para garantizar la calidad de éstos y controlar el buen uso, asentando en los registros pertinentes las entradas y salidas de los productos	\$200	1 inversión inicial en despensa de \$200	\$200 ***	
	Mantenimiento adecuado de las instalaciones	Contar con inventario de repuestos para reparaciones menores de todas las instalaciones de la Asociación en la Finca San Jorge, para garantizar el buen estado y racionalización de los recursos.	\$50	1 inventario inicial de repuestos \$50	\$50 *	
	Disponibilidad de Recursos Humanos en temporadas altas.	Se debe contar con dos personas eventuales y capacitadas que trabajen en las tres temporadas de vacación del año: semana santa, fiestas agostinas y navidad.	\$55	2 personas x \$55 semanales x 3 temporadas	\$330	
Total					\$1,916.70	



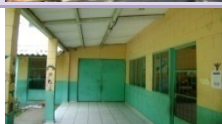


Precios cotizados en: * Almacenes Vidrí Metrópolis, teléfono de contacto 2231-1900; ** Equipos Electrónicos Valdés, teléfono de contacto 2209-2200, correo srvaldes@valdes.com.sv;*** Supermercados Selectos San Luis teléfono de contacto 222-5265. Precios incluyen IVA.

Centro de Usos Múltiples La Esperanza						
Mezcla de Mercadeo	Estrategia	Detalle	Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Producto	Disponibilidad de alimentos	Es necesario contar con existencias de alimentos duraderos para disminuir los costos, manejando una bodega en buenas condiciones, y llevando a cabo los controles necesarios para garantizar la calidad y el buen uso.	\$200	1 inversión inicial en despensa de \$200	\$200 *	 
	Mantenimiento adecuado de las instalaciones:	Contar con un inventario de materiales de fontanería y chapas para las puertas.	\$50	1 inventario inicial de repuestos \$50	\$50 **	
Total					\$250	



Precios cotizados en: * Supermercados Selectos San Luis teléfono de contacto 222-5265, ** Almacenes Vidrí Metrópolis, teléfono de contacto 2231-1900. Precios incluyen IVA.

b. Precios

Al establecer los precios de los productos y servicios se debe considerar los costos de adquisición y producción, determinar un porcentaje de ganancia e igualarlos a los de la competencia. Éstos deben ser revisados periódicamente para mantener las utilidades y competir en el mercado.

Centros Infantiles						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Centro Infantil		Cuota Actual	Cuota Sugerida
Precios	Determinación de cuotas en base a costos	Para los servicios de educación, aunque son sociales, es decir, que no se busca el lucro; es necesario establecer los precios reales y de allí partir para hacer consideraciones especiales en los estudios socio-económicos que se realizan a las familias. Los usuarios deben conocer el costo de tener a cada niño o niña en un centro infantil para que de esa manera sepa valorar el esfuerzo que la Asociación hace en la consecución de los fondos y llegue a contribuir con el logro de los objetivos de la Asociación.	Alfonso Acevedo		\$25-\$45	\$55
			Amando López		\$1	\$35
			Presidio Liberado		\$1	\$35
			Padre Octavio Ortiz		\$1	\$35
			Rogelio Poncele		\$3-\$25	\$55

No se requiere costo para la realización de ésta estrategia (aporte del grupo).

Clínica Naturaleza y Vida						
Mezcla de Mercadeo	Estrategia	Detalle		Servicio	Precio Actual	Precio Sugerido
Precios	Determinación de precios en base a costos	Considerar tiempo promedio de atención a cada paciente, costo de los honorarios del médico por hora, un porcentaje de costos fijos que incluye salarios de asistente, papelería e insumos médicos.		Consulta General	\$5.71	\$6.85
		Tomar en cuenta los honorarios del laboratorista, reactivos de laboratorio, costos fijos, papelería y otros insumos de laboratorio.		Exámenes de heces y orina	\$1.75	\$2.10
				Exámenes de sangre	Entre \$3.29 y \$4.75	Entre \$3.95 y \$5.70

No se requiere costo para la realización de ésta estrategia (aporte del grupo).

Agro ecoturismo								
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Servicio	Competencia			Finca San Jorge	
				Bálsamo Café	Ecoturismo Nahuizalqueño	Restaurante Montaña Café	Precio Actual	Precio sugerido
				Precio Actual	Precio Actual	Precio Actual		
Precio	Determinación de precios en base a la competencia	Para no devaluar los servicios de turismo se debe considerar los precios de la competencia, y de esa forma se generará más ingresos para el funcionamiento de los centros infantiles.	Entradas	\$2 por persona, mínimo de 20 personas.	\$7 por persona	\$5 - \$15 por persona	\$2	\$2 por persona
			Caminatas	-	-	-	\$10	\$2 por persona, mínimo 10 personas
			Demostraciones	-	-	-	\$25	\$2 por persona, mínimo 10 personas
			Alimentación	-	-	-	\$6.50	\$8
			Alojamiento	\$10	-	-	\$10 por noche cada persona	\$10 por noche cada persona
			Salón de capacitaciones	-	-	-	\$80 por día	\$80 por día

No se requiere costo para la realización de ésta estrategia (esto es un aporte del grupo).

Centro de Usos Múltiples La Esperanza								
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Servicio	Competencia			Centro de Usos Múltiples La Esperanza	
				Eventos Layco	Alquileres "M y M"	Ágape	Precio Actual	Precio sugerido
				Precio Actual	Precio Actual	Precio Actual		
Precios	Determinación de precios en base a la competencia	Los precios de los servicios del Centro de Usos Múltiples La Esperanza, se deben mantener bajos en comparación a los de la competencia y en la medida que se incremente la clientela, éstos se deben ir ajustando para alcanzar mayores utilidades, sin perder competitividad. A continuación se presenta una comparación de precios con respecto a otras organizaciones similares ubicadas en San Salvador, ya que en la zona de San Ramón no existen muchos negocios de éste tipo.	Alojamiento	-	-	\$30 habitación doble	\$45	\$45 habitación para tres personas
			Alimentación	\$8 por persona	\$7.25 por persona	\$9.80 por persona	\$6.50	\$8 por persona
			Salón de capacitaciones		\$125 para 40 personas cada día		\$60	\$80 para 40 personas cada día





No se requiere costo para la realización de ésta estrategia (aporte del grupo).

Productos agrícolas y apícola						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Producto	Precio del mercado	Precio sugerido	Diseño
Precios	Incrementar el precio respecto del mercado a los productos orgánicos	En cuanto a la determinación de precios de los productos agrícolas, es necesario revisar semanalmente los precios del mercado según características de tamaño y frescura y a éstos es necesario agregar al menos un 15% por el prestigio de ser cultivados orgánicamente. Además se debe considerar realizar descuentos por volúmenes de ventas.	Café	\$3.50	\$4.03	
			Naranja	\$0.10	\$0.12	
			Limón	\$0.10	\$0.12	
			Mandarina	\$0.07	\$0.08	
			Tomate	\$0.13	\$0.15	
			Chile	\$0.25	\$0.29	
			Manejo de Rábano	\$0.25	\$0.29	
			Pepino	\$0.35	\$0.40	
	Lechuga	\$1.00	\$1.15			
	Precio en el mercado.	Determinar precio de la miel de acuerdo al mercado.	Miel botella	\$4.50	\$4.50	

No se requiere costo para la realización de ésta estrategia (aporte del grupo).

c. Plaza

Es necesario definir las características del mercado al cual la Asociación dirigirá los productos y servicios; así como los medios por los cuales los hará llegar.


Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle		Diseño
Plaza	Nicho de mercado	Ecoturismo	Operadores de turismo Agencias de Viajes Hombres y mujeres de 20 a 65 años de edad Interesados en paquetes turísticos de montaña.	
		Productos agrícolas	Exportaciones a países Mercado Justo Restaurantes vegetarianos Hoteles ONG`S ubicadas en Sonsonate y San Salvador.	
		Centro de usos múltiples	Municipios de Mejicanos, Ayutuxtepeque y San Salvador Organizaciones, Universidades Gobiernos Municipales, Iglesias Empresas privadas, ONG`S, Personas naturales, Delegaciones de cooperantes extranjeros.	
	Medios de distribución	Para la distribución de los productos se debe contar con un vehículo de transporte de carga equipado con estantes y canastos para garantizar el traslado adecuado de éstos hacia los clientes.	Camión "Kia" 4x4, año 2014 valorado en \$18,500*	




*Este precio fue proporcionado por Excel Automotriz El Salvador, contacto Señor Álvaro Martínez teléfono 2247-3500.

d. Promoción

El objetivo de ésta estrategia es la concientización de las personas ya sea en el ámbito social como para inspirar a ayudar a otros que necesitan los beneficios que ofrece la Asociación; así como también, el cuidado del medio ambiente y la salud humana a través del consumo de productos orgánicos.

Al mismo tiempo se pretende aumentar las ventas, atraer clientes, mejorar el reconocimiento de los productos, servicios y crear identidad de marca. También se debe beneficiar a los consumidores con la información necesaria sobre la disponibilidad y sus usos.







Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Diseño
Promoción	Empuje de Proyectos	<p>Entre los proyectos sociales, la Asociación apoya iniciativas económicas según las cualidades de los beneficiarios, por lo que se podría aprovechar éste espacio para incluir entre las alternativas de apoyo, proyectos innovadores sobre la comercialización de productos orgánicos, así como colectivos de guías turísticos que puedan ejercer de forma similar a los operadores de turismo, quienes servirían como intermediarios de La Finca San Jorge.</p> <p>Además se pueden aprovechar los espacios en los foros y ferias que ellos realizan. Y motivar que proporcionen un espacio entre sus estantes para los productos y para publicidad. Lo anterior implica ofrecer descuentos, pruebas gratuitas, garantías de calidad y ventas en consignación para reducir el riesgo del distribuidor.</p>	

Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Diseño
		<p>La idea no es competir con los beneficiarios, si no ofrecerles una alternativa más y con mayores garantías para considerar en sus propuestas de negocio. También se requiere ampliar la noción de sostenibilidad y de convencer al personal sobre la necesidad de incluirla en la ejecución de los proyectos sociales para evitar conflictos de intereses de los mismos proyectos, garantizando que el objetivo primordial de estos son las necesidades de la población y que en ellos se puede generar un valor agregado para la consecución de fondos para el funcionamiento de los centros infantiles.</p>	
	<p>Atracción indirecta</p>	<p>La Asociación puede aprovechar espacios en eventos públicos organizados por instancias del Gobierno que promueven el turismo local. Así también proveer de información sobre la Finca San Jorge en el Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Alcaldía y Casa de la Cultura de San Julián y Cuisnahuat, (ya que la Finca se encuentra ubicada entre los límites de ambos municipios).</p> <p>Por otro lado, dadas las circunstancias de salud en la población salvadoreña, a consecuencia de agroquímicos, el Gobierno está realizando una campaña negativa ante el uso de éstos; por lo cual es momento oportuno de unir esfuerzos con otros miembros de la sociedad civil para promocionar el consumo de alimentos cultivados de forma orgánica y de cierta manera vendría a incrementar las ventas de los productos de la Finca San Jorge.</p>	 







No se requiere costo para la realización de la estrategia. (Aporte del Equipo de investigación)

Propaganda

Esta estrategia pretende despertar actitudes y aspiraciones sociales que suponen la conciencia de la sociedad, a través de mensajes que den confianza al consumidor en un lenguaje sencillo y conceptos veraces, por medio de las siguientes acciones:

Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Diseño
Promoción	Propaganda	Programas especiales de radio YS UCA “ Cúrate en salud ”: Conducido por Martín Posada y Michael Turcios. Horario: miércoles de 9:30 a 10:00 de la mañana. “ Voz verde ”: Equipo de producción: Carla Vásquez, Gerardo Castro, Patricia Montalvo y Carlos Hidalgo. Transmisión: martes a las 5:00 p.m. y en retransmisión, jueves a las 7:30 a.m.	
		Reportajes de Televisión Éste es El Salvador: transmitido en el canal 12 los días domingo a Mi país TV: transmitido en canal 21 los días sábado y domingo a las 6:30 p.m. Contacto: Karla González.	
		Propaganda en internet Anunciarse en páginas publicitarias gratuitas y portales de internet relacionados con la salud y medio ambiente; así también en páginas de clasificados, tales como Clasisal.com, Publicar, OLX, Mundo Anuncio.com, Net.com y otros.	
		Red de amigos en internet Promocionar los productos y servicios en Facebook a través una red de amigos, en el cual se pueda implementar rifas con juegos de conocimiento y creativos para los usuarios.	
		Participar en Ferias promovidas por Gobierno local y Central. Promocionar en el Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El salvador, a través de la degustación de productos y la entrega de hojas volantes.	
		Correos Electrónicos Enviar información de los servicios y productos a cooperantes que apoyaron en un tiempo a la Asociación. Mandar catálogos por correo para exponer los productos y servicios que ofrece.	




No se requiere costo para la realización de la estrategia. (Aporte del Equipo de investigación)

Publicidad						
Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Costo unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Promoción	Publicidad	Anunciar en periódicos eventos de recaudación de fondos, y festivales en los que la Asociación participa por temporadas.	\$35	3 eventos x \$35	\$105*	
		Cuñas Radiales en YS UCA Duración: 30 segundos Cuñas al mes: 30	\$7	30 x \$7	\$210**	
		Diseñar trípticos informativos en español e inglés sobre los proyectos sociales, procesos productivos, beneficios de los productos orgánicos y aventuras en la finca. Éstos pueden ser entregados en centros turísticos, agencia de viajes y hoteles para que los distribuyan. Medidas 21.59 c.m. x 27.94 c.m.	\$1	500 x \$1	\$500***	
		Colocar carteles en los puntos de venta de la Asociación y en lugares públicos de las comunidades donde se ejecuta proyectos, haciendo uso de materiales reciclados u otros que no contradigan la filosofía del cuidado del medio ambiente.	\$1	100 x \$1	\$100***	
		Mantener constantemente actualizada la información del sitio web para que pueda ser vista por clientes y cooperantes. Para esto se requiere de contratar eventualmente un programador que de mantenimiento cada 3 meses.	\$50	3X\$50	\$150	
		Llamar por teléfono a todos los contactos, ofrecer información sobre los productos y servicios que ofrece la Asociación y toma de pedidos. Para lo cual se debe disponer de una línea telefónica exclusiva del departamento de ventas.	\$50	12 meses x \$50	\$600	
Total					\$1,665	

Estos precios han sido proporcionados por: *El Diario de Hoy, contacto: Margarita Castellanos, Teléfono #2271-2271; **YS UCA, contacto Delmy Bustillo, teléfono #2210-6600; *** Señor Romeo Enrique Reyes Arias, teléfono de contacto 2223-4018.

Publicidad ambiental

Con el objeto de implementar a mayor escala el eje transversal de medio ambiente que se ha planteado la Asociación, puede hacer uso de la publicidad ambiental con contenidos informativos y educativos, para lograr influencia en la creación de una conciencia medioambiental en la población, quienes podrán ser nuevos clientes para los productos agrícolas y el ecoturismo.

Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Diseño
Promoción	Publicidad Ambiental	<p>Propagar la calidad de los productos orgánicos Es necesario dar a conocer que se produce con recursos renovables y se procura la conservación del medio ambiente sin usar ningún tipo de pesticidas, fertilizantes artificiales o modificación genética; para que los consumidores se interesen en esos aspectos, el cuidado del medioambiente y la nutrición familiar.</p>	
		<p>La publicidad de los productos orgánicos debe presentar mensajes ecológicos, decir el origen, naturaleza y reflejarse en imágenes verdes y fotografías de los productos frescos y en buen estado; para atraer al consumidor y motivar a realizar la compra.</p>	
		<p>Promover el cultivo del bálsamo. Se debe presentar a las alcaldías de los Municipios de San Julián y Cuisnahuat, un proyecto social para incentivar a otras organizaciones y al Gobierno central para promover la producción permanente del bálsamo y que se invierta en la cordillera, es decir que renazca el cultivo.</p>	

No se requiere costo para la realización de la estrategia. (Aporte del Equipo de investigación)

e. Personal

El factor más importante para la Asociación es el Recurso Humano sin embargo por las diferencias en las actividades, que dentro de ellas se realizan, se debe prepara al personal a nivel de conocimientos, para el desempeño de sus tareas y a nivel de formación de la personalidad, por lo tanto se propone el siguiente Plan de Capacitaciones:

PLAN DE CAPACITACIONES
OBJETIVO: Capacitar al personal en temas afines a su área de trabajo para el mejoramiento continuo, tomando en cuenta el potencial de cada uno y así contar con una fuerza laboral óptima en el cumplimiento de la metas propuestas por la Asociación.
IMPORTANCIA: Orientar al coordinador de cada programa sobre aspectos que se deben considerar para capacitar al personal y así estos asuman con mayor responsabilidad y eficacia el trabajo que desempeñan, a través de actualizaciones de conocimientos y desarrollo de aptitudes.
POLÍTICAS: <ul style="list-style-type: none">• La capacitación se sustentará en las evaluaciones del desempeño, en los cambios que se generen en la Legislación, productos o servicios que se ofrecen.• El seguimiento de las capacitaciones será responsabilidad del Coordinador de cada área, de los participantes e instructor; para lo cual el Coordinador verificará los indicadores de entrada, salida y propondrá las acciones de seguimiento.• La Asociación gestionará y aprovechará la asistencia técnica y colaboración de organismos y países que concesionen becas y acciones capacitadoras.• Los coordinadores de cada área gestionarán patrocinio o financiamiento de otras instituciones y de no ser posible, se utilizará recursos propios para la capacitación y desarrollo.• Capacitar y desarrollar a todas las personas, independientemente del tipo de puesto ejercido.• Los beneficiados por capacitaciones externas, tendrán que desarrollar un informe escrito sobre su contenido, el cual se archivará en su expediente personal. En caso de ser el tema de interés para otros miembros, realizará una presentación con sus compañeros y otros interesados.





PLAN DE CAPACITACIONES						
Cronograma de Capacitaciones						
Temática	Semanas				Hora	Facilitador
	1	2	3	4		
Informática*	■	■	■	■	8:00 a.m. -12:00 p.m.	Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP)
Trabajo en equipo**	■				8:00 a.m. - 5:00 p.m.	INSAFORP
Administración de recursos Humanos**	■				8:00 a.m. - 5:00 p.m.	INSAFORP
Liderazgo**		■			8:00 a.m. - 5:00 p.m.	INSAFORP
Atención al cliente**		■			8:00 a.m. - 5:00 p.m.	INSAFORP

*Aporte de INSAFORP 100%

** Aporte de INSAFORP 80%, aporte de la Asociación 20%.

f. Presentación





La presentación de las empleadas de la cafetería es fundamental, para poder proyectar una imagen seria y unificada para la Asociación ya que interactúan constantemente con el público, el uniforme debe ser sinónimo de limpieza y pulcritud, debido que sirve para diferenciarse de la competencia, da confianza a los clientes y comunica la identidad de la organización.

Mezcla de Mercadeo	Estrategia	Detalle		Costo Unitario	Cálculo	Costo Total	Diseño
Presentación	Uniformes de personal	Los uniformes deberán ser fabricados en lino oxford, sincatex y dacrón con los colores que identifiquen a la Asociación, llevarán bordado el logotipo en la parte superior izquierda. Consistirá en falda o pantalón, chaqueta, delantal, y redecilla para el cabello y un gafete con el nombre de la empleada.	Chaqueta	\$13.56*	5 x	\$67.80	
			Pantalón	\$15.00*	\$13.56	\$75.00	
			Gorro cocinero en dacrón	\$2.26*	5 x	\$ 9.04	
			Delantal tipo falda	\$5.85*	4 x \$2.26 5 x \$5.85	\$29.25	
			Vestido	\$16.95*	5 x	\$84.75	
Delantal tipo mandil	\$6.78*	\$16.95	\$33.90				
Redecilla de punto	\$2.00*	5 x \$6.78 6x \$2.00	\$12.00				
Chaqueta	\$13.56*	5 x	\$67.80				
Falda	\$7.91*	\$13.56	\$39.55				
Gafete fotograbado	\$7.90**	5 x \$7.90	\$39.50				
Total						\$458.59	

Precios proporcionados por: * Uniformes y Servicios Patricia, S.A. de C.V., teléfono de contacto 2235-9694;** Torogoz, teléfono de contacto 2234-7777.

g. Procesos






Los instrumentos de control son importantes para determinar y mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios que ofrece la Asociación, por lo tanto se debe implementar lo siguiente:

Mezcla de mercadeo	Estrategia	Detalle	Responsable	Periodicidad	Diseño
Procesos	Diferenciar la calidad de café.	Separar el café por tamaño del grano, haciendo las mediciones correspondientes con la zaranda calibradora, pesar y envasar por separado para diferenciar las calidades y así poder venderlo a mejor precio.	Sub coordinador de Campo	Cosecha del café	
	Registro de las existencias.	Se debe llevar un registro de las existencias por separado según la calidad del café.	Sub coordinador Administrativo	Cada vez que sea necesario.	
	Evaluación de la satisfacción del cliente.	Evaluar la satisfacción de los clientes de turismo y Centro de Usos Múltiples, considerando aspectos como limpieza, orden, atención al cliente, alimentación y sugerencias.	Sub coordinador Administrativo y Responsable del Centro de Usos Múltiples	Cada vez que haya servicio.	
	Revisión de limpieza y orden de las instalaciones.	Realizar un chequeo de la limpieza y orden de las instalaciones del Centro de Usos Múltiples la Esperanza, de las cabañas y Salón de capacitaciones de la Finca San Jorge, haciendo uso de un cuadro de revisión, para posteriormente hacer observaciones al personal responsable de la limpieza y poder corregir fallas al respecto.		Semanalmente y antes de atender a los turistas y visitantes.	

No se requiere costo para la realización de la estrategia. (Aporte del Equipo de investigación)

2. ESTRATEGIAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

Para que la Asociación pueda garantizar el funcionamiento de los centros infantiles, es necesario que tome en cuenta las siguientes estrategias:

Estrategia	Detalle		Diseño
Gestión de becas.	Todos los apoyos dirigidos a los centros infantiles deben ser gestionados, como becas para cubrir la diferencia entre la cuota real y la cuota reconsiderada que aportan las familias.		
Diversificación de las fuentes de ingreso	Gobiernos	Nacional, Municipales, Extranjeros	 
	Privados	Empresas privadas con responsabilidad social, Donantes individuales, personas de la localidad, Socios estratégicos.	
	Iglesias	Católica, Evangélica, Menonita	
	Organismos Internacionales	International Development (USAID), Banco Interamericano de Desarrollo, Agencia Sueca de Cooperación (ASDI), Programa de las Naciones Unidas.	
	Organizaciones No Gubernamentales	Fundación Kellogg, Fundación Dueñas Herrera, Acción Internacional, Blue Orchard, de Suiza, Incofín de Bélgica, ONG'S internacionales.	
Campañas de recaudación de fondos	Impulsar una red de amigos para la recaudación de fondos. Se pueden formar filiales para la canalización de los recursos, compartir ideas y noticias sobre oportunidades de financiamiento. Organizar eventos de recaudación de fondos, como por ejemplo rifas, festivales como del bálsamo, café y fruta en la Finca San Jorge, campañas de apadrinamiento de árboles. La concientización es clave para recaudar fondos de los asistentes y de las iglesias. Recordar que un evento exitoso necesita mucha reflexión y planeamiento.		
Voluntarios	Los voluntarios son un valioso recurso, no requieren de sueldos pero pueden ayudar con las tareas administrativas, los eventos de recaudación de fondos y llevar a cabo tareas que apoyan a otro personal en su trabajo, como mantenimiento del edificio de la oficina, fotocopiado de documentos, cuidado de niños, desarrollo de talleres y actividades de especialización técnica según su profesión u oficio. Debe valorarse a los voluntarios y deben tratarse como al personal pagado.		

No se requiere costo para la realización de la estrategia. (Aporte del Equipo de investigación)

F. CUADRO INTEGRADO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO.

	Inversión	Total General
DIVULGACIÓN DE LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL		66.00
Afiches	66.00	
PRODUCTOS Y SERVICIOS		3,823.50
Marca de productos y servicios	706.80	
Etiquetado de los productos	150.00	
Ampliar la cobertura de la Clínica Naturaleza y Vida	800.00	
Finca Agro Ecoturística San Jorge	1,916.70	
Centro de Usos Múltiples La Esperanza	250.00	
PLAZA		18,500.00
Medios de distribución	18,500.00	
PROMOCIÓN		1,665.00
Publicidad	1,665.00	
PRESENTACIÓN		458.59
Uniformes del personal	458.59	
SUB TOTAL DE LA INVERSIÓN		24,513.09
IMPREVISTOS (5%)*		1,225.65
TOTAL		25,738.74

*Imprevistos se origina de multiplicar el 5% a \$24,513.09 (sub total de la inversión) y se considerará como un margen de disponibilidad en caso de existir incrementos en los precios cotizados.

G.FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Se utilizarán recursos propios y financiamiento externo, éstos se detallan a continuación:

Origen de los recursos	Nombre de la Fuente	Detalle de los aportes	Aportes
Ingresos propios	Venta de productos agrícolas	Marca de Productos y Servicios Etiquetado de los productos Imprevistos	\$706.80 \$150.00 \$1,225.65
	Venta de servicios de turismo	Finca Agro Ecoturística San Jorge	\$1,916.70
	Venta de Servicios en el Centro de Usos Múltiples	Centro de Usos Múltiples La Esperanza	\$250.00
	Venta de servicios de salud	Ampliar la cobertura de la Clínica Naturaleza y Vida	\$800.00
Financiamiento Externo	Ayuda Individual	50% Medios de Distribución	\$9,250.00
	Comité Central Menonita	50% Medios de Distribución	\$9,250.00
	Luis Van de Velde	Afiches Publicidad Uniformes de Personal	\$66.00 \$1,665.00 \$458.59
TOTAL			\$25,738.74

H.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SEMANAS			
		1	2	3	4
Presentación y exposición de las estrategias de mercadeo.	Equipo de Investigación	■			
Revisión de las estrategias de mercadeo.	Equipo Coordinador	■	■	■	
Aprobación de las estrategias de mercadeo.	Asamblea de Miembros				■

I. BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS

- Cabezas, Horacio. **Metodología de la Investigación**. Guatemala, Editorial Piedra Santa, año 2000.
- Cañas, Balbino. **Manual para la Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos**. El Salvador, 4ta. Edición, año 2006.
- Castillo, Jacobo. Marvin Edgardo. **Cómo Exportar desde El Salvador**. El Salvador. 1ª Edición, UCA Editores, año 2001.
- Jany, José- **Investigación Integral de Mercados**. 3ra. Edición, Editorial Mc Graw Hill Colombia, año 2005.
- Kotler, Philip. **Fundamentos de Marketing**, México. 6ta. Edición. Pearson Educación, año 2003.
- Kotler, Philip. **Dirección de Marketing**, México, 12ª. edición. Pearson, año 2006.
- Lamb, Charles. **Fundamentos de Marketing**, México, 4ta edición. Thomson, año 2006.
- McCarthy, Jerome. Marketing, **Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica**, México. 1er. Tomo, McGraw Hill, año 2003.
- Muñoz Campos, Roberto. **La Investigación Científica**. El Salvador. 4ta. Edición, Editorial Publitex, año 2004.
- Sandhusen, Richard. **Mercadotecnia**, México. Compañía Editorial Continental, año 2002.
- Stanton, William J. **Fundamentos de Marketing**, México, McGraw Hill, año 1996.
- Sisk Henry L. y Sverdlik. **Administración y Gerencia de Empresas**. México. 3ra. Edición. Grupo Editorial Iberoamérica, año 1979.
- Terry, George R. **Principios de Administración**. México. 4ta. Edición, Compañía Editorial Continental, S.A., Año 1980.

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

- Acevedo, Claudia Claribel y otros. Diseño de un plan estratégico de comercialización para incrementar la demanda de los productos elaborados por la mediana empresa del sector metal mecánico en El Salvador. Universidad de El Salvador. Año 2008.
- Amaya Claros, Armando Arnoldo y otros. Diseño de estrategias de mercadeo para reactivar a las microempresas del Mercado Tinetti de la Ciudad de San Salvador. Universidad de El Salvador, Año 2001.
- Calles Sánchez, José Carlos y otros. Plan Estratégico orientado a fortalecer la gestión administrativa y operativa de los proyectos impulsados por la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador (ANADES) ubicada en el municipio de Mejicanos del departamento de San Salvador. Universidad de El Salvador, Año 2011.
- Palacios Bernabé, Mercedes y otros. Medición y pronóstico de la demanda para adecuar la gestión de la producción de los productos agropecuarios de la estación experimental y de prácticas de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de El Salvador. Año 2011.

LEY

- Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de lucro. Decreto Legislativo N° 894 del 17 de diciembre de 1996. Publicado en el Diario Oficial No.238 Tomo No.333

SITIOS WEB

- <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/16885/capitulo%201.pdf>
- [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/R/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_\(1\)/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_\(1\).asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/R/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_(1)/revision_del_concepto_de_estrategia_en_mercadeo_(1).asp)
- <http://www.monografias.com/trabajos89/desarrollo-sustentable-paises-tercer-mundo/desarrollo-sustentable-paises-tercer-mundo.shtml>
- <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1222s/a1222s18.pdf>

- http://red-desastres.org/fileadmin/.../El_Salvador/San_Salvador_Final.doc
- <http://www.isd.org.sv/publicaciones/documents/DiagnosticoparticipativoMejicanosMayo2001.pdf>
- <http://maps.google.com.sv/maps?hl=es&tab=w>
- <https://www.civicus.org/new/media/Desarrollo%20de%20una%20estrategia%20final.pdf>

OTROS DOCUMENTOS

- Ministerio de Gobernación de El Salvador. (Año 2005). Diario Oficial número 44 Tomo 366, Acuerdo Ejecutivo No.16
- Revista Nuevo Amanecer Año 2002.
- Plan Estratégico Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador años 2012-2014
- Diapositivas del Diplomado en Gestión de ONG´S. Nelson Edgardo Quevedo. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, año 2008

ANEXO No. 1

ENTREVISTA DIRIGIDA A TESORERA DE JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A: TESORERA DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

1. ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento para los Centros Infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

Actualmente en un 20% se tiene el apoyo financiero de Amanecer Solidario, que es una organización hermana en España; el aporte que brinda un proyecto que tenemos de auto sostenibilidad que es una finca agropecuaria, que buscamos con los productos que ésta finca produce y comercializamos generar ingresos para los centros infantiles y también logramos productos en especie como los granos básicos, maíz, frijoles, frutas y hortalizas para los centros infantiles; También tenemos una parte de apoyo con unas becas que se llama Programa Velasco y hay un grupo de niños beneficiados con un programa de Ayuda Individual - Suecia que se llama Solidaridad Familiar; y un aporte mínimo de las familias, a través de cuotas diferenciadas según sus capacidades económicas.

2- ¿Cuáles son los factores que generan el déficit financiero en los Centros Infantiles?

Quizá el mayor problema, no es que factores internos de funcionamiento generen déficit, sino que actualmente la correlación de la cooperación internacional está difícil. Y los centros nuestros, la Asociación nace netamente como una organización funcionando con la solidaridad internacional y la problemática más fundamental es que atendemos niños de escasos recursos, que son nuestro objetivo y no nos arrepentimos de eso, estamos luchando por eso, pero el problema es que estamos trabajando con los sectores más vulnerables de más escasos recursos tanto en zona urbana y rural.

Pero, si se refiere a cuáles son los factores que mayor gasto tienen en los centros infantiles, que mayor inversión se tiene que hacer, lo que es una carga fuerte, permanente y que no se puede modificar es la planilla del personal que es estable y permanente, es un factor grande y de responsabilidad.

3. ¿Qué clase de financiamiento reciben de los cooperantes y en qué forma se canaliza este apoyo?

Se recibe apoyo de diferentes maneras: Amanecer Solidario con financiamiento; apoyo en especie de otras organizaciones e iglesias que donan alimentos, papelería, material didáctico y equipo.

Estos se distribuyen de acuerdo al número de población y tiempo que se atiende. La persona responsable almacena y distribuye diariamente si son alimentos, sobre todo lo que más recibimos son carnes enlatadas y granos básicos.

4. ¿Qué tipo de donaciones reciben para los centros infantiles?

En efectivo y en especie como mochilas, zapatos, botas de hule, electrodomésticos, utensilios de cocina.

5. ¿Con qué periodicidad reciben colaboración de sus contrapartes?

De los cooperantes que se tienen proyectos de seguimiento, generalmente se reciben los fondos de forma trimestral y otros que son proyectos pequeños y puntuales se reciben en un solo desembolso ya sea al inicio o al final del proyecto.

6- ¿Considera que la sostenibilidad financiera para los Centros Infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador puede verse afectado por los desastres naturales?

Sí se ve afectada, de hecho gran parte de la esperanza para sostener los centros infantiles está basada en el programa de agricultura, en la Finca que tenemos en el

municipio de San Julián, los cambios climáticos o desastres que ocurren siempre nos han afectado, ya tenemos dos años el paso de la tormenta IDA nos dañó gran cantidad de la cosecha de maíz y frijol que se produjo en el año y parte del cultivo del café que es el que nosotros al comercializarlo obtenemos fondos para sostener los centros infantiles. En la tormenta denominada "12-E" en el mes de octubre de 2011 perdimos todas las hortalizas y parte del café. También cuando se dan tormentas tempranas, el café da flor y se cae. Se ve afectado más que todo por cambio climático que por desastre.

7. ¿Existe posibilidad de obtener aportes de cooperantes para desarrollar la comercialización de los productos y servicios en los próximos tres años?

Sí, sobre todo que en la Asociación aseguremos personal que oferte los servicios de turismo y productos de la finca. Creo que podemos crecer.

8. ¿Considera importante adquirir financiamiento bancario para invertir en proyectos que contribuyan a la sostenibilidad de los centros infantiles?

No, porque sería adquirir una deuda, los intereses de los bancos son altos; más confío en fortalecernos en la gestión de fondos con nuevos cooperantes, a través de algunas políticas que tenemos en nuestro plan estratégico, como la red de amigos, hermanamientos, porque ya hay experiencias muy valiosas para el funcionamiento de nuestros proyectos. Yo considero que si ponemos nuestro esfuerzo podemos salir adelante sin endeudarnos.

ANEXO No. 2

**ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORA
EJECUTIVA**



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORA EJECUTIVA DE ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

1. ¿Cuál es la finalidad de los centros infantiles?

El propósito principal es el desarrollo integral de los niños y niñas, esto se refiere a una currícula educativa integradora en diferentes aspectos; en la nutrición, salud y sobre todo el enfoque de derechos que debe llevar el programa como tal, entonces estamos pensando que el propósito o finalidad más importante es el desarrollo de niños y niñas menores de 7 años.

2. ¿En qué medida se cumplen las metas estipuladas en la planificación operativa de los Centros Infantiles?

Vamos a definir cuatro áreas de interés:

➤ **Cobertura.**

Prácticamente el 85 % de la meta estipulada es la que se logró obtener para éste año (2012), la cual bajó a partir de que las escuelas públicas fueron incorporando beneficios para los niños y niñas a nivel de parvularia, entonces eso hizo que se redujera, porque nuestra población prácticamente es de muy escasos recursos económicos, por lo que algunas mamás prefirieron llevar a los niños y niñas a las escuelas públicas con el fin de obtener los beneficios de zapatos y uniformes que les provee el Gobierno.

➤ **Educación**

Nosotros consideramos que en un 95% se cumplió con la currícula educativa, esto se refiere en cuanto al desarrollo educativo de los niños y niñas en las diferentes áreas de aprendizaje. Este logro se ha debido a la capacitación de las Educadoras Populares que son las que atienden a los niños y niñas, y la aplicación de la currícula educativa que contiene enfoque de derechos.

➤ **Salud y Nutrición**

Los niños y niñas recibieron dos chequeos médicos éste año (2012), fue bien importante la meta cumplida está en un 90%, porque tuvieron un mejor desarrollo a nivel nutricional, se midió cuanto han crecido y ganado peso, por el hecho de haber incorporado los desayunos, debido a que ellos llegan a las 7 de la mañana, esa parte ha sido muy beneficiosa, porque la mayoría de los niños y niñas no llegan desayunados, entonces las mamás lo que hacen es ponerles un refrigerio; y como nosotros tenemos dentro de nuestra normativa de que no debe de haber comida chatarra, como son churros, galletas, jugos artificiales, entonces eso también ha ayudado bastante a la buena nutrición de los niños y niñas; al mediodía se les proporciona el almuerzo y por la tarde un refrigerio; entonces prácticamente tienen ahí una buena parte de la alimentación, por lo que, consideramos que tanto la salud como la nutrición ha sido de mucho beneficio y van a la par.

➤ **Recreación**

Este año, los niños y niñas han experimentado diferentes actividades que les ha permitido aprender y recrearse; por ejemplo hay algunos momentos en que han ido al Tin Marín; participaron en actividades en la Finca Ecológica que nosotros tenemos y de esa manera aprenden lo importante del cuidado de la naturaleza, y a ser responsables del medio ambiente; también intervinieron en la liberación de las tortugas, con el objeto de enseñarles a proteger especies en extinción en nuestro país; tuvieron contacto con una anaconda en donde aprendieron sobre los reptiles, fue una actividad bastante interesante, educativa pero también recreativa, porque ellos no tienen a veces oportunidades para salir con su mamá y su papá, entonces tuvieron experiencias bonitas y de aprendizaje.

➤ **La última parte es El Cuido**

Dentro de lo que es el cuidado, los niños y niñas llegan desde las 7 de la mañana hasta las 5 de la tarde, entonces hay todo un programa de educación, salud, nutrición, hábitos higiénicos y cuidado. Dentro de la rutina diaria, danzan, duermen, descansan, hacen siesta y también tienen un espacio de “la hora del cuento”, donde hay una

persona que está contando un cuento, y se realiza preguntas antes y después del cuento.

3. ¿Cuáles son las dificultades más relevantes de los centros infantiles, la Finca San Jorge y el Centro de Usos Múltiples?

En cuanto a los centros infantiles, el mantenimiento de toda su infraestructura, luego nosotros tenemos lo que es el enfoque de derechos, en el cual se habla de las niñas y niños discapacitados, que ya no van a ir a escuelas especiales en el futuro, si no que tienen que ir a una escuela regular, sea privada o pública; esto significa que las educadoras deben de tener habilidades y capacidades para poder atender la población discapacitada, realmente tiene que haber una educación integradora y que los niños y niñas aprendan de que somos diferentes y que debemos de aprender a convivir; pero la sociedad no está preparada, ni las escuelas están preparadas, es más nosotros no estamos preparados, no solo el personal y las educadoras, sino que además tienen que haber condiciones de infraestructura que les permita integrarse fácilmente a la vida, por ejemplo rampas, nosotros en casi todo el Centro Hogar hay rampas en casi todos los accesos y eso tiene que irse proyectando en el tiempo a ir mejorando esa infraestructura que sea de mayor apertura.

Luego la parte económica del centro infantil que creemos es la principal, el hecho del sostenimiento como tal, eso es un problema.

En cuanto a la **Finca Agroecológica**, el problema es que tiene un gran riesgo, ya que el cambio climático puede afectar negativamente la cosecha de productos como el café, naranjas y otros cítricos. Por ejemplo el café este año floreció antes de tiempo y se cayó, de igual forma la naranja floreció y también se perdió porque llovió anticipadamente y como ya no siguió lloviendo, se perdió. Incluso hubo gente que sembró pensando que seguirían las lluvias y perdieron lo sembrado; entonces, quiérase o no, hay algunos factores que no podemos controlar; hay otros que sí, como la organización, la división de trabajo, la capacidad instalada al interior de la finca, pero con el cambio climático no podemos hacer mayor cosa y ese si es un

problema. Lo otro es que éste año no contamos con un coordinador de la finca y eso nos ha saturado el trabajo, aun cuando tuvimos el apoyo de personal voluntario y que hemos tratado de sacar adelante lo de la finca, pero si es muy importante para nosotros la contratación de un coordinador en el futuro.

Y con respecto al **Salón de Usos Múltiples**, el problema es de mercadeo, al igual que para la finca. Así también la falta de personal realmente idóneo es un problema, por ejemplo en el caso de la finca nosotros tratamos de contratar a las personas de la misma zona con la idea de fomentar el empleo y dar oportunidades a las personas de allí mismo, pero las compañeras aunque con nosotros son muy amables y platican mucho con uno, les da pena atender a la gente, y ya llevamos dos años motivándolas con capacitaciones, pero hay un problema de personalidad y eso es difícil.

En el Salón de Usos Múltiples la cocinera es una persona atenta y amable, tiene claras sus funciones, así como la responsable del lugar.

La comida y la limpieza la hacen bien, atienden muy bien a la gente, pero ninguna asume liderazgo, pues cuando viene un grupo de personas que necesitan servicio ninguna de las dos asume la iniciativa de decidir que cocinar, así que a mí me toca decidir qué hacer y cómo hacerlo. También hay que reorganizar las funciones de ellas, pues la responsable llega muy tarde. Así que necesitamos trabajar en cuestiones administrativas.

4. ¿Cuáles son los medios que utilizan para promover los productos o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

Lo hacemos vía internet, pero hay poco resultado por ese medio. Pero en la Asociación promovemos los productos con los papás, porque allí llegan. A nivel local, a través de las diferentes ferias y festivales del bálsamo que hace la Alcaldía y el Comité de Turismo, en las que nosotros hemos participado se ha dado a conocer bastante el ecoturismo y los productos de la finca. Justo en éste momento estamos haciendo la publicación de un anuncio de todos los ofertantes de turismo en una

revista de San Julián y allí nos estamos promoviendo. Localmente en San Julián y San Ramón promovemos verduras y frutas, con los papás.

La cosecha de naranja, limón y mandarina no se alcanza a vender; para que no se pierda hacemos jugo, pero es mucho. No hemos logrado sacar el limón de verano solo el de invierno y se pierde porque en esa época todo el mundo tiene limón.

El café lo vendemos localmente con algunos grupos de extranjeros para exportación quienes pagan un buen precio. Los mejores mercados que tenemos son Estados Unidos y Suecia, y ahora ya tenemos nuestros propios mecanismos directos de exportación.

5. ¿Cuáles son las implicaciones que se tienen por la distancia de ubicación de los centros infantiles?

Más que todo implica recursos debido a las distancias. En el caso del Centro Hogar Alfonso Acevedo, es poco, porque desde la finca es hora y media; pero hasta Perquín son cinco horas y media desde la finca; hasta Usulután son tres horas y media para transportar las cosas. Todo eso en cuestión de flete implica un mayor gasto.

6. ¿Cómo describe el clima laboral entre empleados de la Asociación?

Lo describo como muy bueno, porque es un ambiente de bastante cooperación y trabajo en equipo, lo que es muy importante. La gente sabe cuál es nuestro propósito, nuestra razón de ser, sabe que no somos una empresa privada, sino que somos para servir a los demás y sin fines de lucro. Sin embargo hay cosas que como mujeres ya no aceptamos de los hombres, como chistes o bromas con contenidos machistas y que nosotras les dejamos claro que no nos parecen y que no estamos de acuerdo, aunque los hombres se resisten y no deja de ser chocante para ellos el que tengan que ser corregidos en que así no se dicen las cosas, pero es por el mismo problema

de cultura machista, así que aún tenemos que avanzar bastante en eso. Nosotros quisiéramos también mejorar los salarios por las condiciones económicas en las cuales vivimos.

7. ¿El personal tiene claridad de las líneas jerárquicas y unidad a la que pertenecen?

Si. Es más, nosotros hicimos hace poco una encuesta sobre el clima organizacional y fue bastante interesante, porque la gente reconocía en un 99% las jerarquías, es decir a su jefe inmediato y reconocen sus funciones. Solo un 1% no la reconoce.

8. ¿Cuáles son las medidas adoptadas para contrarrestar las pérdidas de la Asociación ante un desastre natural?

Tenemos un plan de atención a emergencias, tenemos un comité conformado por algunos de los coordinadores de los programas y hemos estado haciendo obras de mitigación, dentro de ese plan realizamos algunas cosas que eran necesarias para que los efectos ante los desastres sean menores.

9. ¿Cómo se orienta las donaciones en especie hacia los centros infantiles?

Hay dos formas. La primera es que la finca le da en especie a los centros infantiles, así que nosotros hacemos hojas de requisición para que de la misma producción vayan saliendo las donaciones y vamos escribiendo a nivel administrativo lo que es de donación a los Centros Infantiles. La otra forma es que hacemos gestión en especies. Hay una organización que se llama “Nuevos Horizontes para los Pobres” y ellos nos donan libros para todos los centros infantiles, así que año con año renovamos, porque cada aula del centro infantil tiene su stock de cuentos para todos los niños y niñas, así que llevamos un inventario.

Para las emergencias recibimos kit de higiene, útiles escolares y carne enlatada. Tenemos una bodega donde hay un encargado que recibe el inventario y registra a las personas responsables de las comunidades que se les va entregando la ayuda con número de DUI y firma de recibido.

En cuanto a lo que se consume en cada centro infantil lo entregamos a la coordinadora y luego ella da un informe de cómo se ha consumido.

10. ¿Tiene conocimiento de algún incremento de la cooperación internacional para los próximos tres años?

Ese es nuestro propósito, pues queremos trabajar éste año con varios proyectos, aunque entre el año pasado y este no hubo incremento; más bien habrá disminución porque se redujeron los de emergencia.

Algunos proyectos regulares tienen leve aumento, porque hemos hablado con el cooperante para que aporte más; pero de hecho, la cooperación internacional está disminuyendo drásticamente.

Los fondos de ayuda pueden disminuir debido a la crisis internacional, porque la mayoría son fondos de Gobierno y ellos ahorita están teniendo problemas de liquidez; en especial porque nuestro cooperante es de Europa y están teniendo crisis con el euro, dificultades para la captación de fondos y para cubrir su déficit fiscal.

Los ayuntamientos pagan hasta un año después de haber aprobado el proyecto, por lo que nos vemos obligados a obtener fondos de algún lado para realizar los proyectos y luego cobrarlos, pero eso es algo de muy alto riesgo.

En el caso de las ayudas de familias, hay problemas porque está disminuyendo su capacidad adquisitiva en su país porque todo está aumentando de precio, hay demasiado desempleo y mucha gente que nos ayudaba se ha quedado sin trabajo.

11. ¿En qué mercados de cooperación internacional aún no ha incursionado la Asociación?

Hay uno en el que nos podríamos beneficiar bastante y es el mercado justo, pero para ingresar hay que pagar membrecía, que cuesta de \$1,200 a \$1,500 dólares; también se ha tratado de establecer el mercado solidario para nuestros productos.

Se podría obtener fondos de Iglesias, porque siempre recaudan, como por ejemplo Pan para el Mundo e Iglesia Luterana.

12. ¿Tiene alguna expectativa de obtener nuevos cooperantes?

Si, precisamente cooperantes en Alemania y Estados Unidos y además el Centro cooperativo Sueco que nos ha invitado a capacitaciones.

13. ¿Cómo describe las relaciones entre la Asociación y sus cooperantes?

Creo que son muy fraternas en el sentido que compartimos visiones y ejes transversales, como por ejemplo equidad de género, erradicar la pobreza, derechos humanos. Es decir que hacemos mucho del trabajo que ellos tienen en sus líneas.

ANEXO No. 3

ENTREVISTA DIRIGIDA A
COORDINADORA DEL PROGRAMA DE
EDUCACIÓN



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A COORDINADORA DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN.

1. ¿Los servicios que presta la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador en los Centros Infantiles cubre las necesidades de educación?

Como el programa de educación es preescolar, si cubre las necesidades de las familias por que sus hijos requieren educación inicial. Se brinda educación integral que incluye desayuno, almuerzo y refrigerio. En Centro Infantil Rogelio Ponce se atiende de 7:30 am - 1:00 pm y en Centro Hogar Alfonso Acevedo de 7am- 5pm

Además se agrega salud física y mental como la realización de 2 chequeos médicos al año. En San Salvador las familias aportan un valor simbólico que es inferior al costo y en el campo es gratuito, la Asociación da todo lo que se necesita y por los exámenes las familias aportan \$1 por cada uno.

2. ¿Está de acuerdo con el plan educativo que actualmente existe en la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador y por qué?

Sí, porque es atención integral, el programa tiene enfoque de género y de derecho, el personal lo toma en cuenta en cuanto a hechos y palabras, los niños son tratados con igualdad. Ejemplo en el rincón de la casita los niños y niñas juegan sin separarse, están integrados en las mismas actividades. El enfoque de derecho implica: ver al niño como persona con respeto y sobre todo con buen trato.

3. ¿Los centros infantiles cuentan con el material didáctico necesario para el aprendizaje de los niños y niñas, por qué?

La metodología tiene alrededor de 5 años de implementarse como rincones y talleres, lo que permite usar recursos naturales, reciclaje, también demanda papelería, colores,

pintura. Las familias aportan material y la Asociación compra dos veces al año a pesar de los fondos. Así se logra las metas educativas.

4. ¿Considera que las familias están en capacidad de pagar una cuota mayor a la actual en los Centros Infantiles?

Algunas 10 de 125 familias del Centro Hogar Alfonso Acevedo pagan \$45 que equivale a \$1.50 diarios. Se cuenta con becas que permiten que la familia pague \$15, y aún así, a veces la familia no puede pagar. No estoy de acuerdo en que las cuotas se incrementen; sin embargo sostener el centro es bien difícil aunque se tenga otros proyectos que ayudan.

5. ¿Cómo es la demanda de niños y niñas en los centros infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer?

Hasta el año 2010 había gran demanda, pero en el año 2012 se vio obligada a subir las cuotas, a consecuencia de que por los programas del Gobierno, ahora hay mayor demanda pública. Nuestra demanda disminuyó de 2010-2011 y es una lástima porque la Asociación tiene la infraestructura para atender una población de 150 niños y niñas.

6. ¿En qué áreas ha recibido capacitación?

Soy psicóloga, participé en diplomado sobre Educación infantil en la Universidad Centro Americana José Simeón Cañas, capacitaciones sobre metodología, trabajo comunitario con la familia, Diplomado sobre Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia, Diplomado sobre Convención de los Derechos de la Niñez enfocado a abuso sexual.

7. ¿Considera que las capacitaciones que ha recibido han contribuido al desarrollo de su trabajo?

Sí, en un 90%, por que tratan sobre derechos y educación de los niños y niñas.

8. ¿Considera que el personal del programa de educación se siente motivado al realizar su trabajo?

Sí, porque le gusta el trabajo, lo que hace, en su mayoría son mamás que se han ido capacitando en la práctica, han tenido diplomados en educación infantil, talleres. Hay cierta insatisfacción por el salario, se tiene como 9 años que no ha habido incremento.

El proyecto social depende de quién les dé financiamiento, por ejemplo tenemos personal que trabaja con niños hasta la 1 pm, pero después se quedan planificando o realizando otras actividades que se le piden como por ejemplo la evaluación de los niños y niñas.

9. ¿El programa de educación toma en cuenta al personal para brindarles una oportunidad de ascenso?

Es muy escasa la posibilidad. En algunos casos se ha dado por que la naturaleza del proyecto así está. Si yo soy muy buena con el trabajo con los niños es difícil que se ascienda como coordinadora. Sin embargo en los Centros Infantiles que co-apoya el Instituto Salvadoreño para la Niñez y Adolescencia hay algunas compañeras que tienen vacíos, como acompañamiento de adultos, registro de información.

10. ¿Qué tipo de material didáctico aportan los padres de familia para la educación de los niños y niñas de los Centros Infantiles?

Papel higiénico, jabón, cepillo, pasta, sabana, papel lustre, tijeras, plastilina, pintura, cuento, lápices, papel bond. De aquí a tres meses se vuelve a pedir papel higiénico. Pero los papas apoyan de allí otro tipo de recursos de reciclaje.

11. ¿Considera que la Asociación cuenta con una solvencia económica para el cumplimiento del programa de educación?

No. Existen proyectos concretos sobre todo para derechos y material didáctico, pero hay que pedir apoyo a cooperantes si se quiere mejorar algo, sobre todo para

infraestructura. Podría asegurarse un 50% y el otro 50% hay que rebuscarlo. A pesar de que la Asociación tiene una finca, la cual apoya al funcionamiento del Centro Hogar Alfonso Acevedo, entre esto y lo que dan los papás se hace el milagro.

12. ¿Qué tipo de proyectos educativos apoya generalmente la cooperación internacional?

La metodología educativa. Capacitación al personal. Derechos, sensibilización y concientizar a la población. Promover derechos humanos y niñez.

ANEXO No. 4

ENTREVISTA DIRIGIDA A
COORDINADORA DEL PROGRAMA DE
SOSTENIBILIDAD



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

ENTREVISTA DIRIGIDA A: COORDINADORA DE SOSTENIBILIDAD.

- 1. ¿Cuáles son los medios publicitarios que utilizan para promover el consumo de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad de los Centros Infantiles?**

Página WEB, Trípticos. Programas de televisión, Boca a boca. Relación con otras ONG'S y organizaciones.

- 2. ¿El personal que interviene en el programa de sostenibilidad cuenta con las actitudes y aptitudes requeridas para desempeñar sus labores?**

Han sido capacitadas, y se intenta seguir un proceso con ellas. Queremos promover que sean las mismas personas del entorno donde se sitúa el proyecto, tengan la oportunidad de tener un trabajo, pero es necesario continuar el proceso, para mejorar algunos aspectos, entre ellos la atención directa y relación con los clientes.

- 3. ¿De qué forma contribuye la Finca San Jorge y el Centro de Usos Múltiples a la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?**

Económicamente con la venta de productos, como el café, el bálsamo servicios y en especies con frutas hortalizas y granos básicos.

- 4. ¿De qué manera contribuyen los proyectos productivos para el financiamiento de los centros infantiles?**

Aportando los beneficios, que en cada año pueden ser diferentes según sea la producción de ese año.

5. ¿Considera que ha incrementado en los últimos 3 años la demanda de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad de los Centros Infantiles?

Va mejorando, conforme se va dando a conocer, pero creo que hace falta más atención a la captación de clientes y relación con Tur-Operadoras.

6. ¿En qué meses se denota una mayor demanda de los productos y servicios?

- ✓ El bálsamo, de diciembre a junio, el producto que se extrae se va vendiendo.
- ✓ El café al final del año, pero puede fluctuar, porque el café oro se vende de enero a marzo.
- ✓ El limón se vende en invierno, la naranja y la mandarina en diciembre.
- ✓ En cuanto a los servicios de turismo y alojamiento se incrementa en los meses de noviembre, diciembre y enero, porque recibimos delegaciones de extranjeros.

7. ¿Qué tipo de organizaciones tienen mayor afinidad con el trabajo que realizan los centros infantiles?

Instituciones Estatales y Organizaciones Cooperantes, entre las estatales está el Instituto Salvadoreño de protección de la Niñez y Adolescencia, el Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia, que es el máximo regulador del sistema de niñez.

A nivel de Organizaciones, tenemos coordinación con Nuevos Horizontes para los pobres, porque nos ayuda y coopera en la parte de lo que son los cuentos, otra es Fundación de Apoyo Familiar, es una organización que lo que ellos tienen es la primera infancia, nosotros de alguna o de otra manera compartimos, hacemos intercambios de experiencias con ellos, conocemos otras fuera del país a través de ellos, también estamos ligados a organizaciones de redes de niños, niñas y adolescentes, como por ejemplo la Red de Educación para la Primera Infancia, que somos alrededor de nueve organizaciones nacionales y algunas internacionales, que estamos en esa red en la parte de lo que es la incidencia para la ejecución de la

política de la primera infancia y también para intercambio de experiencia , también formamos parte de la Red de la Infancia y la Adolescencia, que es otro espacio también de red de participación de coordinación con otras organizaciones, en la cual junto a 44 organizaciones se vela por los derechos de los niños, niñas y adolescentes, y todo lo que es la aplicación de la Ley de Protección Integral para la Niñez y la Adolescencia.

8. ¿Existe posibilidad de obtener aportes de cooperantes para desarrollar la comercialización de los productos y servicios, en los próximos tres años?

El cooperante que nos está ayudando en estos momentos es IM “IndividuellManniskhojalp”, y que el próximo año nos va a ayudar con ésta parte de la comercialización, de hecho ellos nos compran una buena parte de nuestros productos a un buen precio y el otro es el Centro Cooperativo Sueco, que está muy interesado en la parte educativa de la finca, pero también en la parte productiva como parte de la sostenibilidad, lo vemos ahí que ellos nos pueden ir cooperando. Luego nosotros tenemos que tramitar a la certificación orgánica, que tiene un costo entre \$1,300-\$1,400 dólares por año.

9. ¿Estaría en condiciones de adquirir financiamiento bancario para invertir en proyectos que contribuyan a la sostenibilidad de los centros infantiles?

No, quizás sería como la última opción; lo que pasa con los bancos es las tasas de interés son altas y tendría que ser una cuestión hipotecaria, y no estamos dispuestos a hipotecar una finca que vale tanto. Y luego también porque tendría que pasar por Asamblea General, por Junta Directiva, tiene que ser una decisión, porque la propiedad es como Asociación y la Asociación su máxima Jefatura es la Asamblea, y están más por la línea de “conseguir pisto”, para que no nos endeudemos.

ANEXO No. 5

CUESTIONARIO DIRIGIDO A SUB COORDINADORAS DE LOS CENTROS INFANTILES

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS SUB COORDINADORAS DE LOS CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

PREGUNTA No. 1

¿A cuántos niños atiende este Centro Infantil, por sección?

OBJETIVO

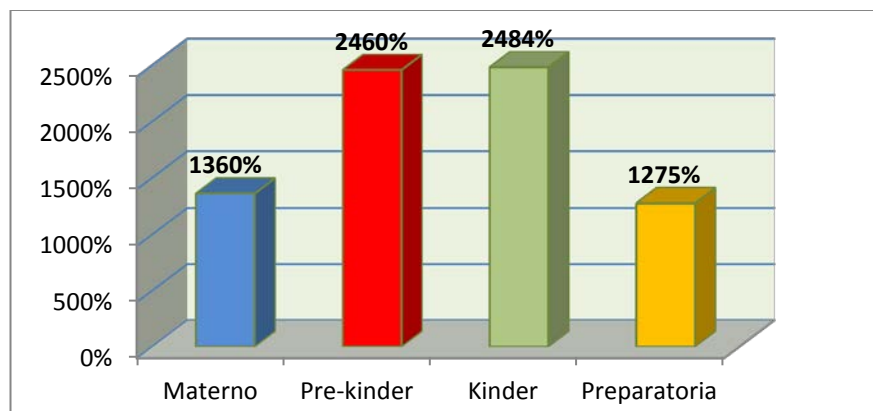
Conocer cuál es la cantidad de niños que atiende cada Centro Infantil por secciones

TABLA No. 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Materno	68	1360%
b) Pre-kínder	123	2460%
c) Kínder	76	2484%
d) Preparatoria	39	1275%
Total	-	-

n=5

GRÁFICO No.1



COMENTARIO

La mayor población de los niños en los Centros Infantiles se encuentra entre las edades de 3 y 4 años, que son los de Pre kínder y la menor cantidad corresponde a los de Preparatoria porque en la Comunidad Padre Octavio Ortiz y San Ramón no tienen esa cobertura.

PREGUNTA No. 2

¿Considera que es razonable el valor de la cuota que pagan las familias con respecto a los beneficios que reciben los niños o niñas?

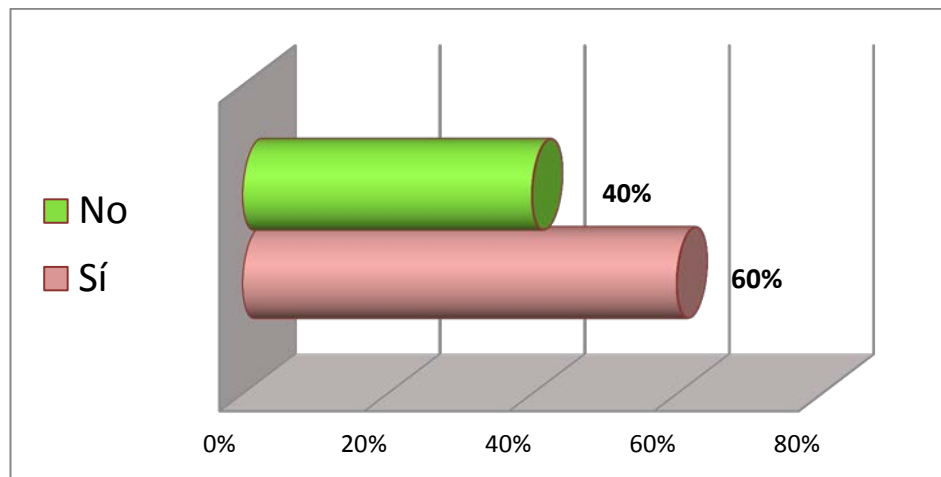
OBJETIVO:

Cuantificar si las cuotas que pagan los padres de familia son de acuerdo a los servicios que reciben sus hijos e hijas.

TABLA No. 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Sí	3	60%
b) No	2	40%
Total	5	100%

GRÁFICO No. 2



COMENTARIO:

Las sub-coordinadoras de los Centros Infantiles consideran que de acuerdo a las condiciones de las familias, la cuota que pagan por todos los beneficios que reciben sus hijos es razonable.

PREGUNTA No. 3

¿Cómo se dan a conocer los beneficios que otorga la Asociación Nuevo Amanecer, a través del Centro Infantil?

OBJETIVO:

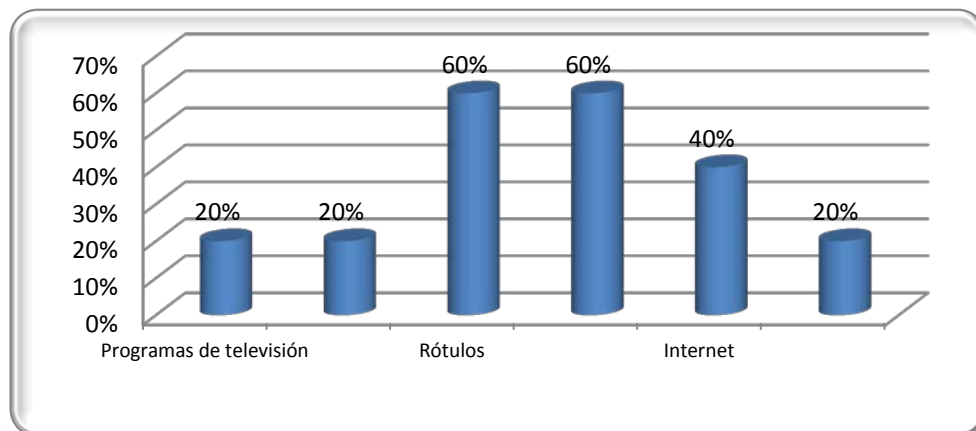
Evaluar cómo se da a conocer los beneficios que ofrece la Asociación a través de los Centros Infantiles.

TABLA No. 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Programas de televisión	1	20%
b) Ferias	1	20%
c) Rótulos	3	60%
d) En las instalaciones	3	60%
e) Internet	2	40%
f) Hojas volantes	1	20%
Total	-	-

n=5

GRÁFICO No. 3



COMENTARIO:

Los beneficios que presta la Asociación son dados a conocer en las instalaciones de los Centros Infantiles, a través del personal y por medio de rótulos.

PREGUNTA No. 4

¿Le parece adecuada la forma de cómo se dan a conocer los servicios del centro infantil?

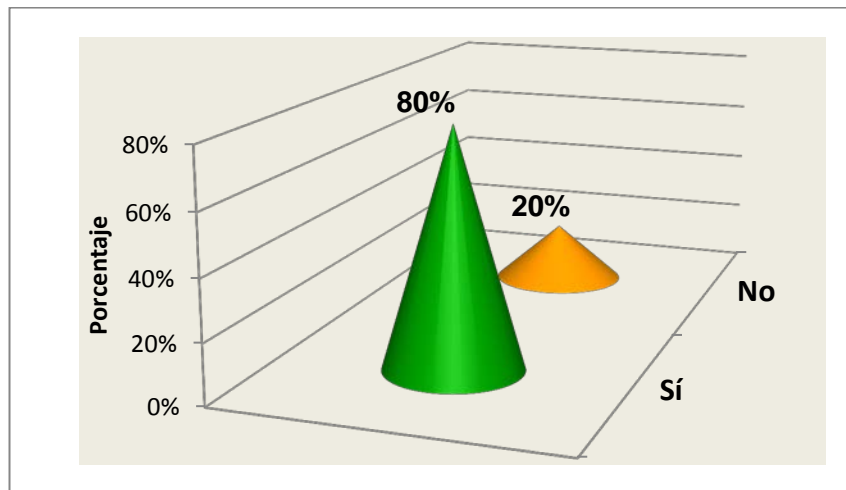
OBJETIVO:

Conocer si les parece adecuada la forma en que se dan a conocer los servicios del Centro Infantil.

TABLA No. 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Sí	4	80%
b) No	1	20%
Total	5	100%

GRÁFICO No. 4



COMENTARIO:

Las sub-coordinadoras opinaron que la forma de cómo se dan a conocer los servicios de los Centros Infantiles es adecuada.

PREGUNTA No. 5

¿Cuál es la razón principal por la que las familias envían a su hijo/hija al Centro Infantil?

OBJETIVO:

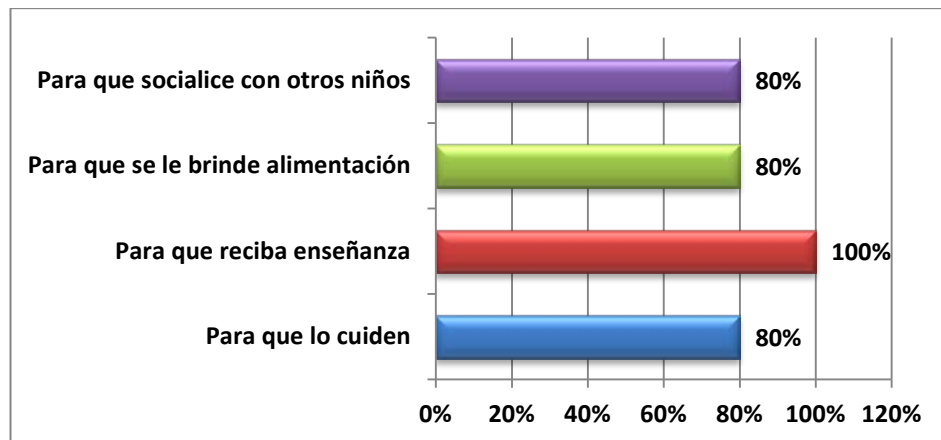
Conocer cuáles son las razones principales por las que las familias envían a sus hijos a los Centros Infantiles.

TABLA No. 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Para que lo cuiden	4	80%
b) Para que reciba enseñanza	5	100%
c) Para que se le brinde alimentación	4	80%
d) Para que socialice con otros niños	4	80%
Total	-	-

n=5

GRÁFICO No.5



COMENTARIO:

Las razones por la cual los encargados envían a sus hijos es por todo lo que se les ofrece en los Centros Infantiles, es decir que no hay una razón principal, porque todas son importantes.

PREGUNTA No.6

¿Cómo califica los siguientes aspectos sobre la atención en el Centro Infantil?

OBJETIVO:

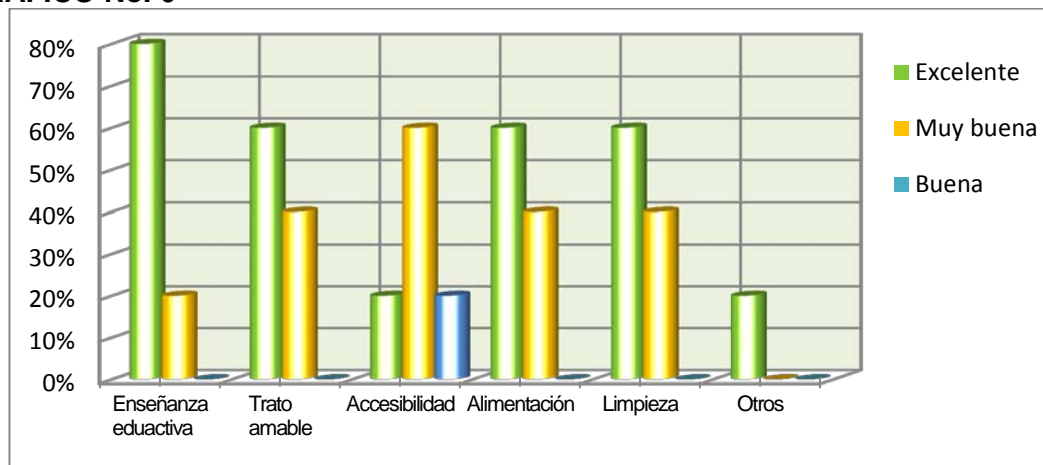
Evaluar la calidad de atención en los Centros Infantiles.

TABLA No. 6:

Alternativa	Calificación						TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Enseñanza educativa	4	80%	1	20%	-	-	5
b) Trato amable	3	60%	2	40%	-	-	5
c) Accesibilidad	1	20%	3	60%	1	20%	5
d) Alimentación	3	60%	2	40%	-	-	5
e) Limpieza	3	60%	2	40%	-	-	5
f) Otros	1	20%	-	-	-	-	1
Total	-	-	-	-	-	-	-

n=5

GRÁFICO No. 6



COMENTARIO:

La calidad de los aspectos evaluados en su mayoría fueron calificados como excelentes, las Sub-coordinadoras están satisfechas del trabajo que se realiza.

PREGUNTA No.7

¿Cómo es la asistencia de los niños y niñas al centro infantil?

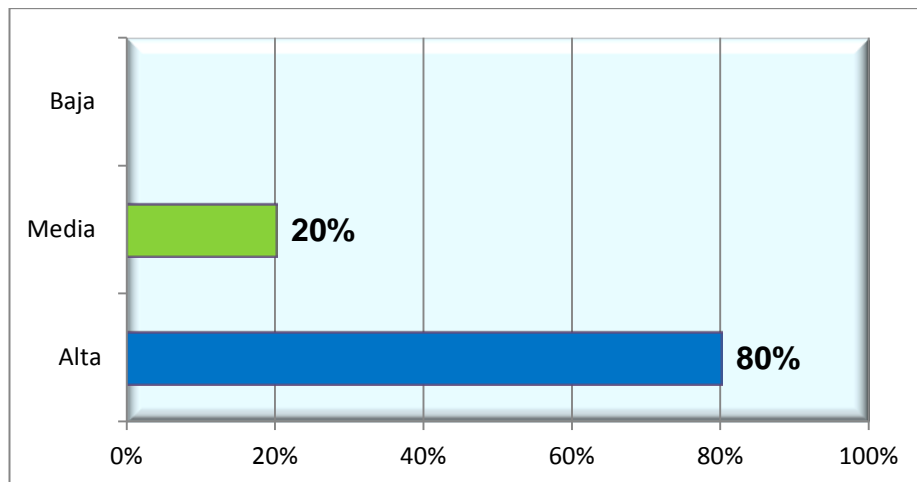
OBJETIVO:

Conocer y evaluar si los niños asisten con regularidad a los Centros Infantiles.

TABLA No. 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Alta	4	80%
b) Media	1	20%
c) Baja	-	-
Total	5	100%

GRÁFICO No. 7



COMENTARIO:

En condiciones normales la asistencia de los niños y niñas a los Centros Infantiles generalmente es alta.

PREGUNTA No. 8

¿Cómo valora la calidad del trabajo de las educadoras?

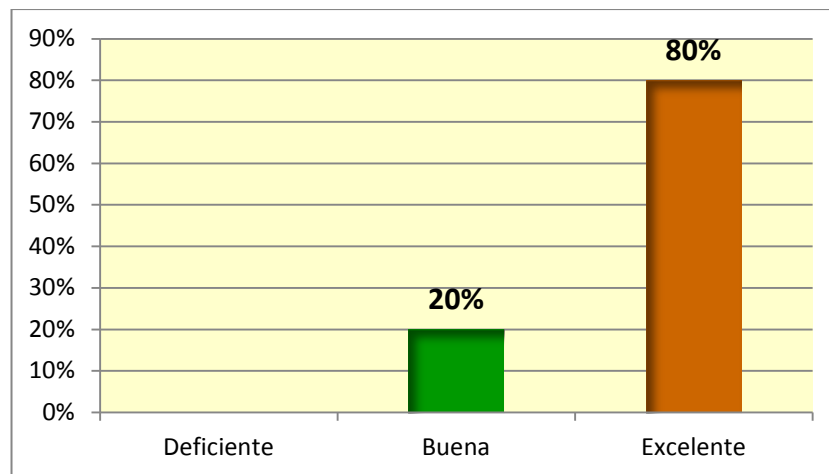
OBJETIVO:

Evaluar la calidad del trabajo de las educadoras de los Centros Infantiles

TABLA No.8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Deficiente	-	-
b) Buena	1	20%
c) Excelente	4	80%
Total	5	100%

GRÁFICO No.8



COMENTARIO:

La mayoría de las educadoras se desenvuelven excelentemente en la atención a los niños y niñas, esto coincide con los resultados de la pregunta No. 6 en donde se refleja que la calidad de la enseñanza educativa es excelente

PREGUNTA No.9

¿Qué medidas de prevención se realizan ante los desastres naturales en el Centro Infantil?

OBJETIVO:

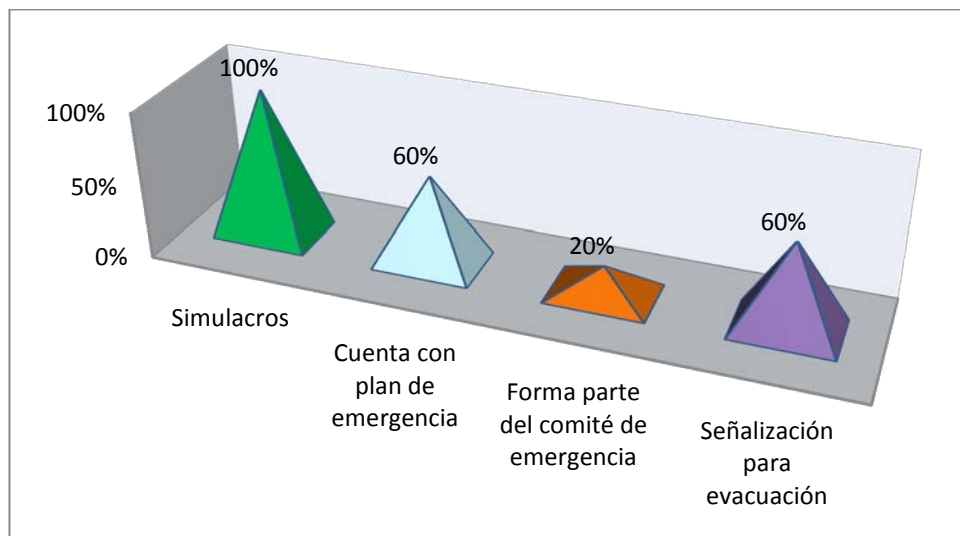
Conocer cuáles son las medidas de prevención que tienen los Centros Infantiles para afrontar desastres naturales.

TABLA No. 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Simulacros	5	100%
b) Cuenta con plan de emergencia	3	60%
c) Forma parte del comité de emergencia	1	20%
d) Señalización para evacuación	3	60%
Total	-	-

n=5

GRÁFICO No.9



COMENTARIO:

La realización de simulacros y la señalización para evacuación son las medidas que se han priorizado en todos los Centros Infantiles, ante desastres naturales.

PREGUNTA No. 10

¿Qué se menciona del Centro Infantil en su comunidad?

OBJETIVO.

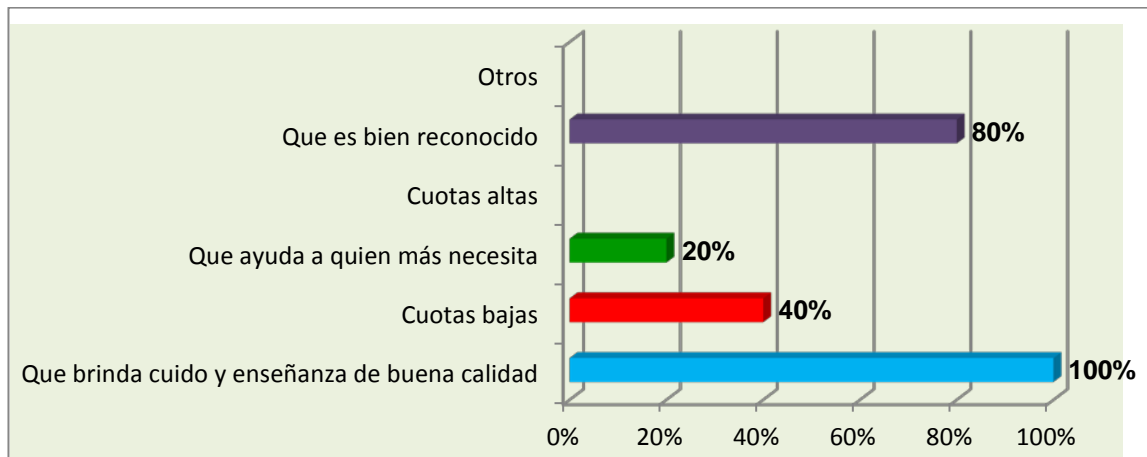
Conocer o indagar cuales son los comentarios que se hacen en las comunidades respecto a los Centros Infantiles.

TABLA No. 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Que brinda cuidado y enseñanza de buena calidad	5	100%
b) Cuotas bajas	2	40%
c) Que ayuda a quien más necesita	1	20%
d) Cuotas altas	-	-
e) Que es bien reconocido	4	80%
f) Otros	-	-
Total	-	-

n=5

GRÁFICO No. 10



COMENTARIO:

De acuerdo a los comentarios que se oyen todos son favorables para los Centros Infantiles, sobresaliendo entre éstos que brindan cuidado y enseñanza de buena calidad.

PREGUNTA No. 11

¿Considera que la Asociación tiene recursos suficientes para seguir financiando éste Centro Infantil?

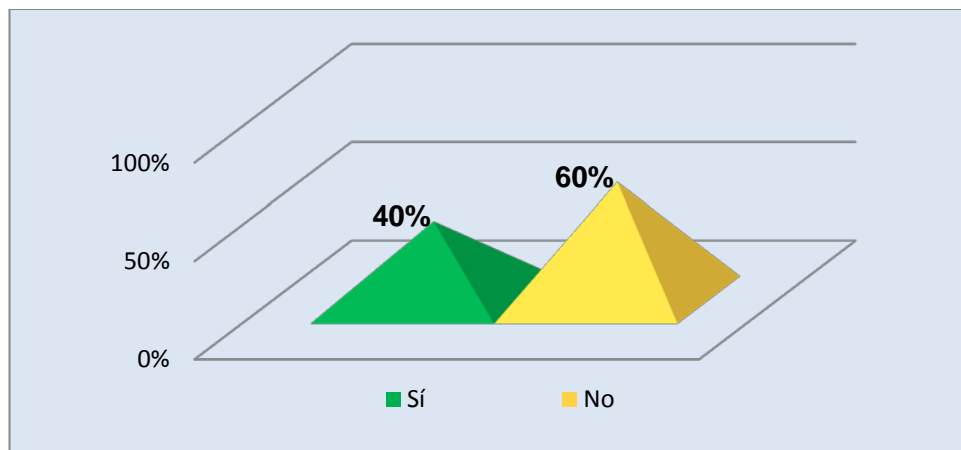
OBJETIVO:

Conocer si las Sub-coordinadoras consideran que la Asociación tiene suficientes recursos para el funcionamiento de los Centros Infantiles.

TABLA No.11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Sí	2	40%
b) No	3	60%
Total	5	100%

GRÁFICO No. 11



COMENTARIO:

La mayoría de las Sub-coordinadoras están conscientes de la escasez de los recursos para poder continuar apoyando financieramente a los Centros Infantiles.

PREGUNTA No.12

¿Conoce alguna institución que pudiera brindar algún tipo de ayuda al Centro Infantil?

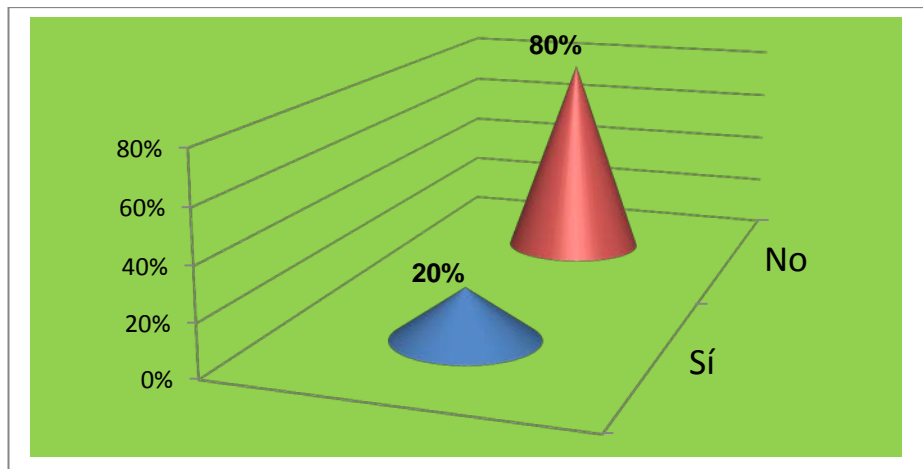
OBJETIVO:

Indagar entre las Sub-coordinadoras si conocen de Instituciones que puedan colaborar para el funcionamiento de los Centros Infantiles

TABLA No. 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Sí	1	20%
b) No	4	80%
Total	5	100%

GRÁFICO No.12



COMENTARIO:

Las Sub-coordinadoras desconocen de instituciones que puedan colaborar financieramente con los Centros Infantiles. Una de ellas sugiere pedir apoyo al Ministerio de Educación.

ANEXO No. 6

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A
EMPLEADOS**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPLEADOS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR.

PREGUNTA No. 1

¿Cómo califica los precios de los productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

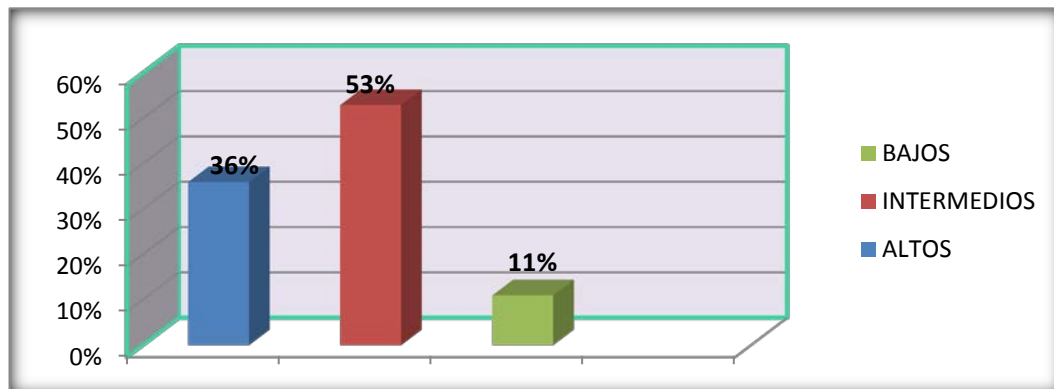
OBJETIVO.

Evaluar los precios de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer.

TABLA No. 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTOS	13	36%
INTERMEDIOS	19	53%
BAJOS	4	11%
TOTAL	36	100%

GRÁFICO No. 1



COMENTARIO.

La mayoría del personal encuestado manifestó que los precios y servicios que ofrece la Asociación son accesibles para los clientes, lo que permite que se pueda tener mayor demanda de estos y poder ayudar a la sostenibilidad financiera de los centros infantiles.

PREGUNTA No. 2

¿Cómo considera la calidad de los diferentes productos y/o servicios que presta la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

OBJETIVO.

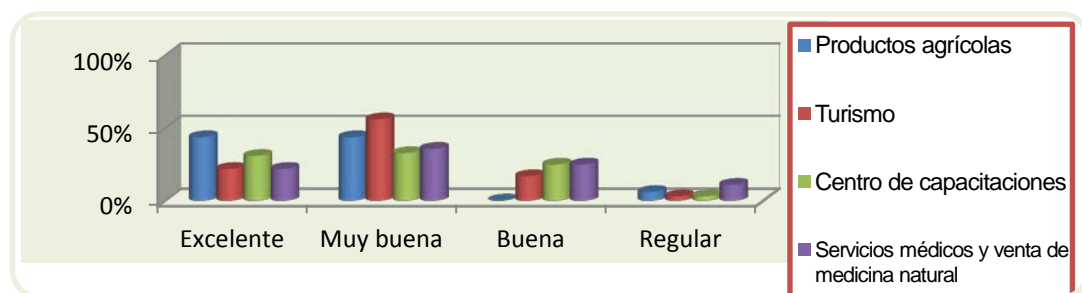
Evaluar la calidad de los productos o servicios para el sostenimiento financiero de los centros infantiles.

TABLA No. 2

Alternativa	Calificación								Total
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Productos agrícolas	16	44%	16	44%	0	0%	2	6%	34
Turismo	8	22%	20	56%	6	17%	1	3%	35
Centro de capacitaciones	11	31%	12	33%	9	25%	1	3%	33
Servicios médicos y venta de medicina natural	8	22%	13	36%	9	25%	4	11%	34
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=36

GRÁFICO No.2



COMENTARIO.

De acuerdo a la perspectiva de calidad, se han destacado los productos agrícolas considerados como excelente; luego el turismo en la categoría de muy buena, ya que la asociación cuenta con lugares muy atractivos para el público y sus empleados; en cuanto al centro de capacitaciones y servicios médicos son calificados como buenos.

PREGUNTA No.3

¿Qué tipo de publicidad realiza la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, para promover los productos y servicios que se utilizan para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

OBJETIVO.

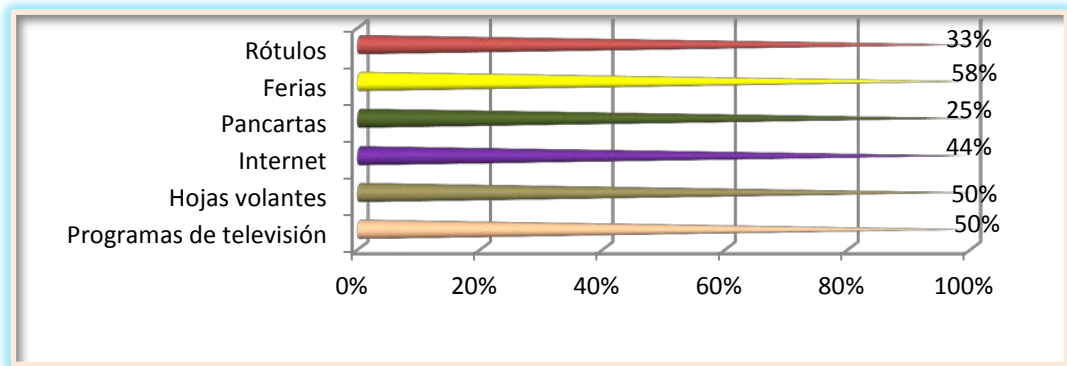
Especificar los tipos de publicidad que efectúa la Asociación.

TABLA No. 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Programas de televisión	18	50%
Hojas volantes	18	50%
Internet	16	44%
Pancartas	9	25%
Ferias	21	58%
Rótulos	12	33%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No. 3



COMENTARIO.

Según los datos obtenidos, se manifestó que la publicidad es efectiva por medio de ferias, además reconocen que se distribuyen hojas volantes y que se han pasado algunos videos informativos en programas de televisión; en cuanto al internet, buena parte de los empleados sabe que se cuenta con la página web, aunque se encuentra desactualizada.

PREGUNTA No. 4

¿De qué forma contribuye usted a promover los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

OBJETIVO.

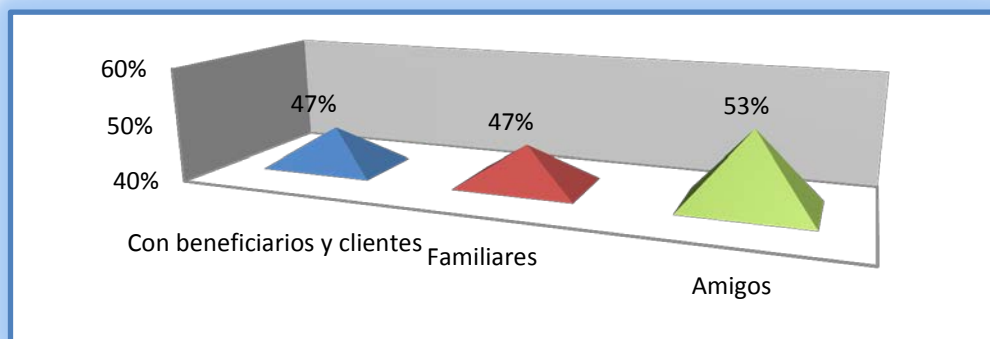
Definir de qué manera contribuyen los empleados a la promoción de productos y servicios.

TABLA No. 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con beneficiarios y clientes	17	47%
Familiares	17	47%
Amigos	19	53%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No. 4



COMENTARIO.

La mayoría del personal promueve los productos y servicios entre sus amigos, en segundo lugar con los familiares, beneficiarios y clientes.

PREGUNTA No. 5

¿De qué forma se realiza la venta de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

OBJETIVO.

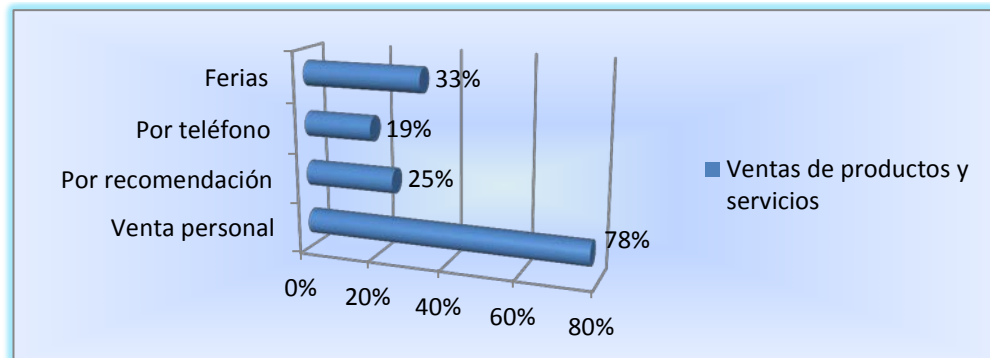
Puntualizar de qué manera se efectúa la comercialización de los productos y servicios.

TABLA No. 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Venta personal	28	78%
Por recomendación	9	25%
Por teléfono	7	19%
Ferias	12	33%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No. 5



COMENTARIO.

La venta de los productos y servicios, la mayoría considera que es por medio de la venta personal, otros opinaron que se dá ocasionalmente en ferias, pero en cuanto a la venta por recomendación seconsidera sumamente significativo para poder incrementar el consumo de los clientes.

PREGUNTA No. 6

¿Cómo considera la accesibilidad que tienen los clientes para adquirir los productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles?

OBJETIVO.

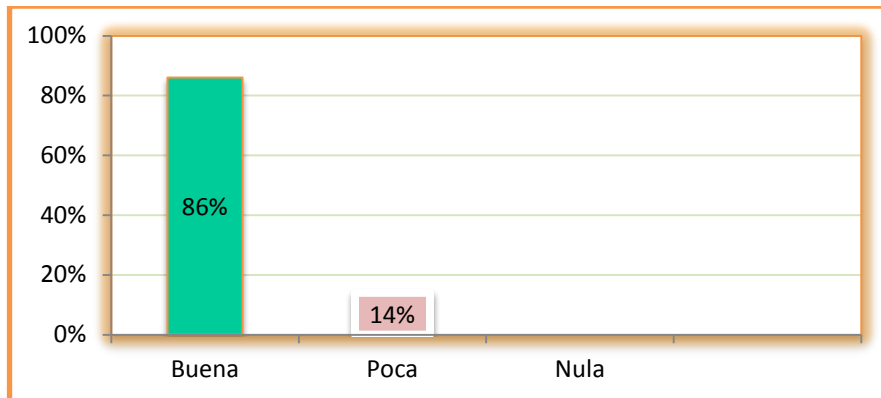
Investigar la accesibilidad que tienen los clientes para la adquisición de productos y servicios.

TABLA No. 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Buena	31	86%
Poca	5	14%
Nula	-	-
Total	36	100%

n=36

GRÁFICO No. 6



COMENTARIO.

Con la información recolectada, se reflejó que la accesibilidad para adquirir productos y servicios es satisfactoria.

PREGUNTA No. 7

¿Conoce la misión, visión y valores de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

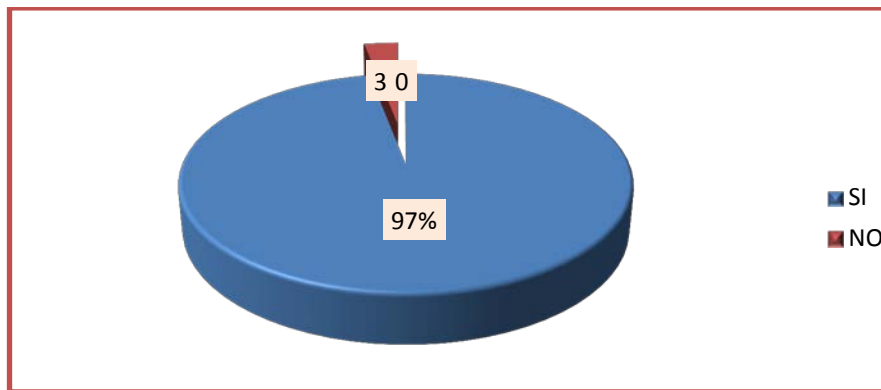
Establecer si los empleados conocen la misión, visión y valores de la asociación.

TABLA No. 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	97%
NO	1	3%
TOTAL	36	100%

n= 36

GRÁFICO No.7



COMENTARIO.

Del total de empleadas y empleados encuestados la mayoría tiene conocimiento de la misión, visión y valores que persigue la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

PREGUNTA No. 8

¿En qué áreas considera usted que necesita capacitación?

OBJETIVO.

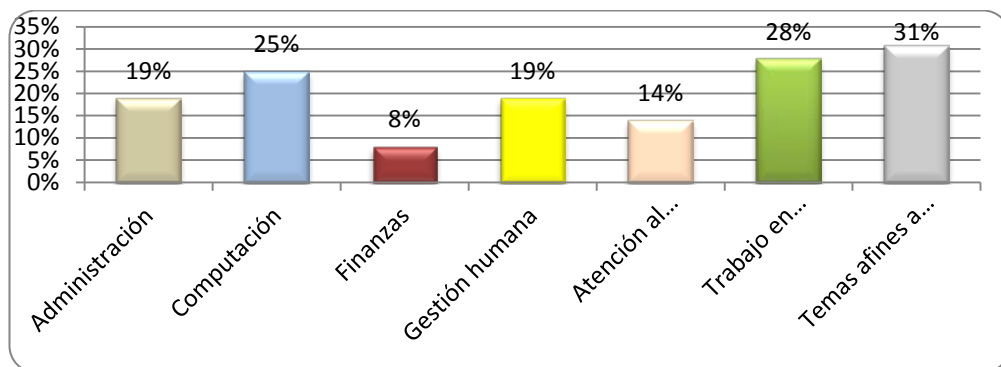
Indagar en qué áreas de trabajo requiere capacitación.

TABLA No. 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Administración	7	19%
Computación	9	25%
Finanzas	3	8%
Gestión humana	7	19%
Atención al cliente	5	14%
Trabajo en equipo	10	28%
Temas afines a su trabajo	11	31%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No.8



COMENTARIO.

Los encuestados opinaron que las áreas en las que necesitan refuerzo es: temas afines al trabajo en el que se desempeñan, trabajo en equipo y computación.

PREGUNTA No. 9

¿Cómo evalúa la comunicación en su equipo de trabajo?

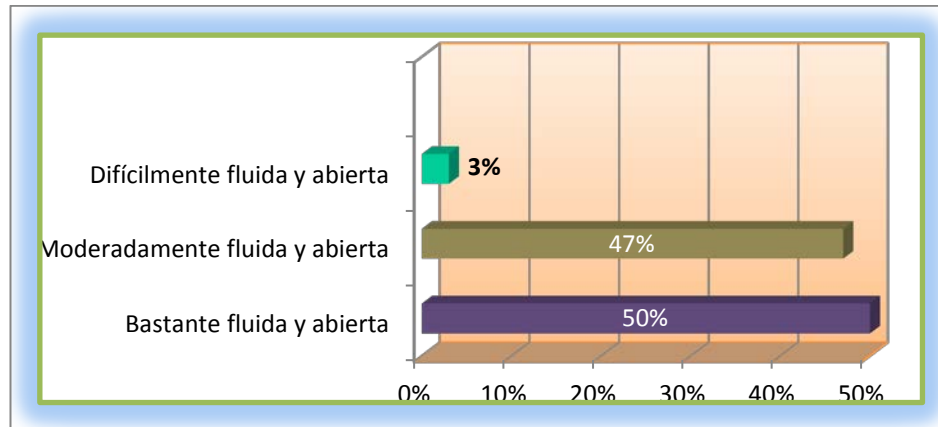
OBJETIVO.

Saber hasta qué punto son eficientes y eficaces las redes de comunicación en su equipo de trabajo.

TABLA No. 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bastante fluida y abierta	18	50%
Moderadamente fluida y abierta	17	47%
Difícilmente fluida y abierta	1	3%
Total	36	100%

GRÁFICO No.9



COMENTARIO.

La comunicación que se desarrolla en la Asociación es considerada por la mayoría bastante fluida y abierta, lo que significa que el trabajo en equipo es coordinado, eficiente y a la vez conlleva a actitudes positivas.

PREGUNTA No. 10

¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

OBJETIVO.

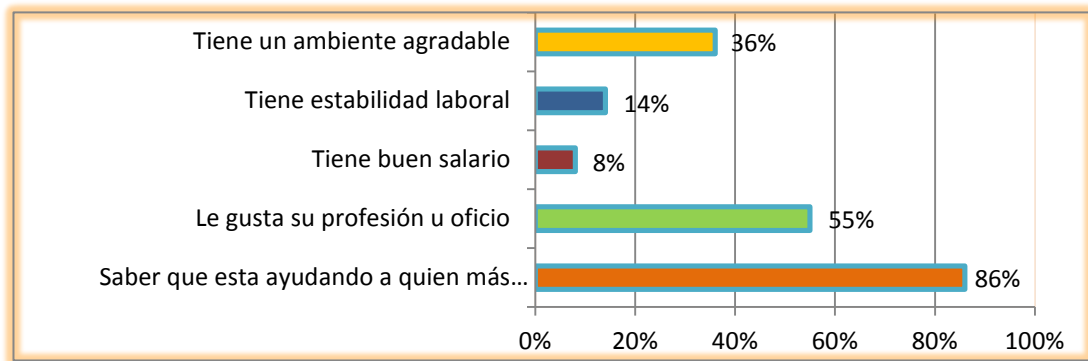
Describir que aspectos le agradan al empleado en el desempeño de su trabajo.

TABLA No. 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Saber que está ayudando a quien más necesita	31	86%
Le gusta su profesión u oficio	20	55%
Tiene buen salario	3	8%
Tiene estabilidad laboral	5	14%
Tiene un ambiente agradable	13	36%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No.10



COMENTARIO.

Los aspectos que más satisfacen al personal en el desempeño de su trabajo son saber que está ayudando a quien más lo necesita, porque le gusta su profesión u oficio y tener un ambiente agradable.

PREGUNTA No. 11

¿Cuál es su mayor necesidad como empleado?

OBJETIVO.

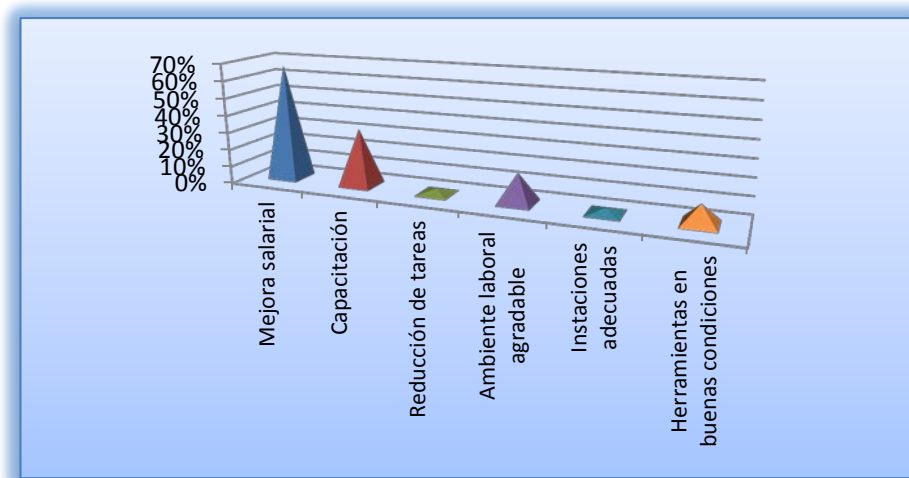
Determinar cuál es la mayor necesidad de los empleados.

TABLA No. 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mejora salarial	24	67%
Capacitación	12	33%
Reducción de tareas	1	3%
Ambiente laboral agradable	6	17%
Instalaciones adecuadas	1	3%
Herramientas en buenas condiciones	4	11%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No.11



COMENTARIO.

La mayoría de personas encuestadas manifiestan que su mayor necesidad es la mejora salarial y que les brinden capacitaciones que les ayude a tener un mejor desempeño en su trabajo.

PREGUNTA No. 12

¿De qué forma contribuye usted para que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador tenga una buena imagen ante los cooperantes?

OBJETIVO.

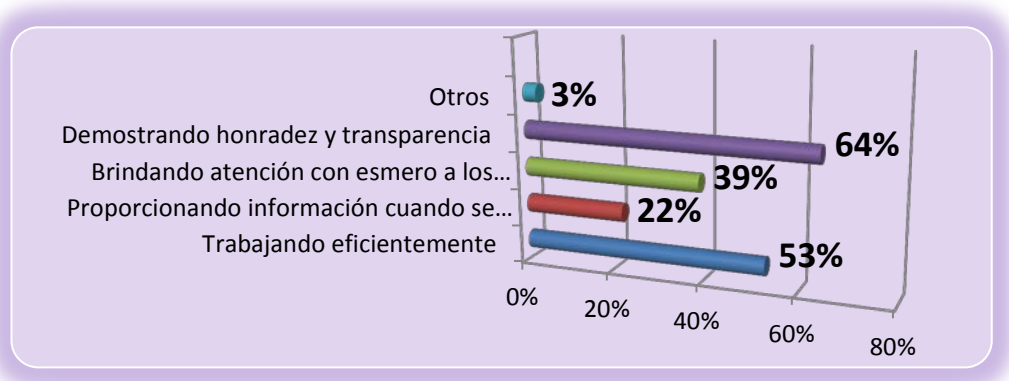
Conocer de que manera los empleados contribuyen a obtener una adecuada imagen de la asociación ante los cooperantes.

TABLA No. 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Trabajando eficientemente	19	53%
Proporcionando información cuando se le requiere	8	22%
Brindando atención con esmero a los visitantes	14	39%
Demostrando honradez y transparencia	23	64%
Otros	1	3%
Total	-	-

n=36

GRÁFICO No.12



COMENTARIO.

De acuerdo a la investigación realizada se denotó que los empleados contribuyen a que la asociación tenga una buena imagen trabajando con honradez, transparencia, efectuando sus tareas eficientemente y brindando atención con esmero a los visitantes.

PREGUNTA No. 13

¿Cómo califica las diferentes instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

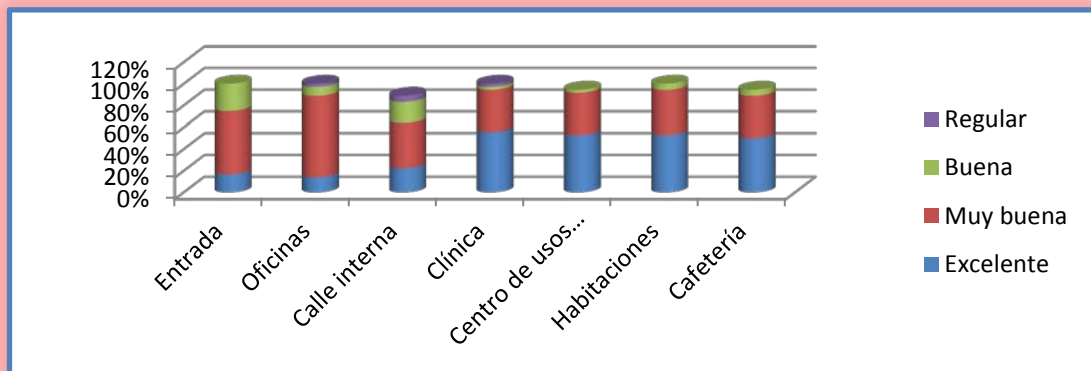
Evaluar el grado de satisfacción que tienen los empleados dentro de las instalaciones de la Asociación.

TABLA No. 13

Alternativa	Calificación								Total
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Entradas	6	17%	21	58%	9	25%	0		36
Oficinas	5	14%	27	75%	3	8%	1	3%	36
Calle interna	8	22%	15	42%	7	19%	2	6%	32
Clínica	20	56%	14	39%	1	3%	1	3%	36
Centro de usos múltiples	19	53%	14	39%	1	3%			34
Habitaciones	19	53%	15	42%	2	6%			36
Cafetería	18	50%	14	39%	2	6%			34
Totales	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=36

GRÁFICO No. 13



COMENTARIO.

Las instalaciones mejor calificadas fueron la clínica, centro de usos múltiples, las habitaciones y la cafetería; en cuanto a la entrada, oficinas y calle interna fueron consideradas en muy buen estado.

PREGUNTA No. 14

¿Cómo califica los siguientes aspectos de las diferentes instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

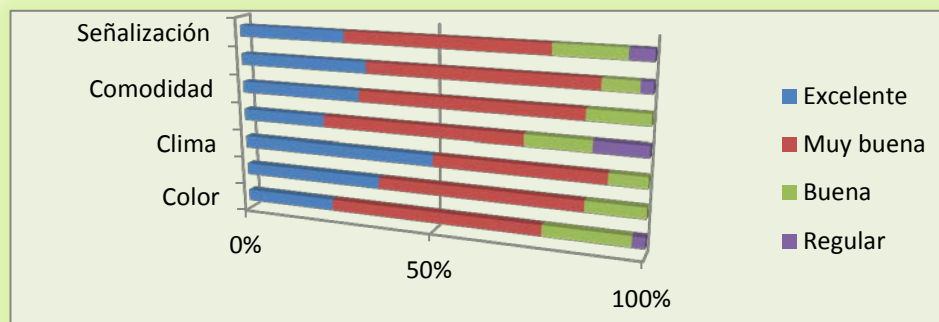
Evaluar los atributos de presentación de las instalaciones.

TABLA No. 14

Alternativa	Calificación								Total
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
Color	8	22%	18	50%	7	19%	1	3%	34
Ambiente	13	36%	18	50%	5	14%	-	-	36
Clima	17	47%	14	39%	3	8%	-	-	34
Ruido	7	19%	16	44%	5	14%	4	11%	32
Comodidad	11	31%	19	53%	5	14%	-	-	35
Limpieza y aseo	12	33%	20	56%	3	8%	1	3%	36
Señalización	10	28%	18	50%	6	17%	2	6%	36
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=36

GRÁFICO No. 14



COMENTARIO.

Los empleados encuestados consideran muy buenos la mayoría de atributos de las instalaciones de la Asociación, a excepción del clima que lo calificaron como excelente.

PREGUNTA No. 15

¿Cómo percibe el papel que la Junta Directiva desempeña en los Centros Infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

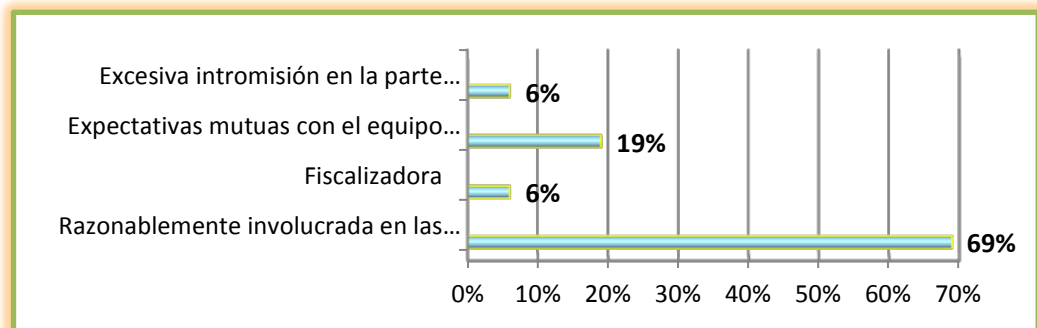
OBJETIVO.

Definir el rol que realizan los miembros de la Junta Directiva en los centros infantiles.

TABLA No. 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Razonablemente involucrada en las actividades operativas	25	69%
Fiscalizadora	2	6%
Expectativas mutuas con el equipo operativo	7	19%
Excesiva intromisión en la parte operativa y técnica	2	6%
Total	36	100%

GRÁFICO No.15



COMENTARIO.

En los resultados obtenidos se manifiesta que el rol desempeñado por la Junta Directiva en los centros infantiles es participativo en las actividades operativas, ya que cumple con las expectativas del equipo de trabajo alineadas hacia la misma dirección.

PREGUNTA No. 16

¿De qué forma contribuye usted con la sostenibilidad financiera de los Centros Infantiles de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

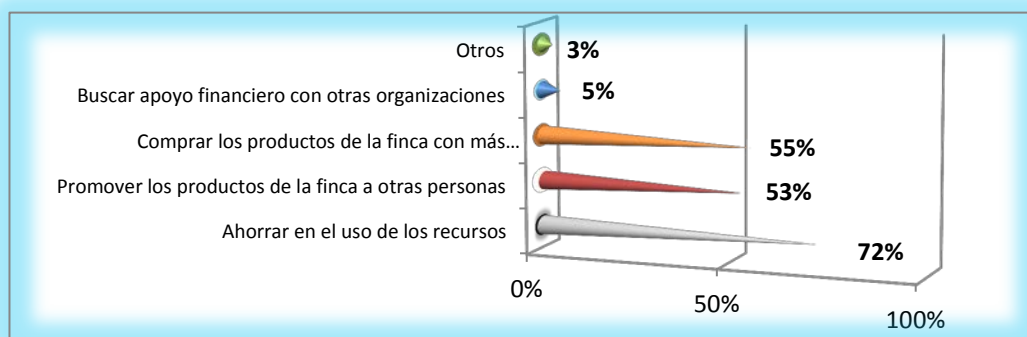
Establecer de qué manera el empleado contribuye con la asociación en la sostenibilidad financiera de los centros infantiles.

TABLA NO.16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ahorrar en el uso de los recursos	26	72%
Promover los productos de la finca a otras personas	19	53%
Comprar los productos de la finca con más frecuencia	20	55%
Buscar apoyo financiero con otras organizaciones	2	5%
Otros	1	3%
Totales	-	-

n=36

GRÁFICO No.16



COMENTARIO.

De acuerdo a los datos obtenidos, los empleados expresaron que aprovechan los recursos adecuadamente, que consumen y promueven los productos de la finca a otras personas.

ANEXO No. 7

CUESTIONARIO DIRIGIDO A
USUARIOS DE LOS CENTROS
INFANTILES

CUESTIONARIO DIRIGIDO A USUARIOS DE LOS CENTROS INFANTILES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR

PREGUNTA No. 1

¿Considera que es razonable el valor de la cuota que usted está pagando con respecto a los beneficios que recibe su niño o niña?

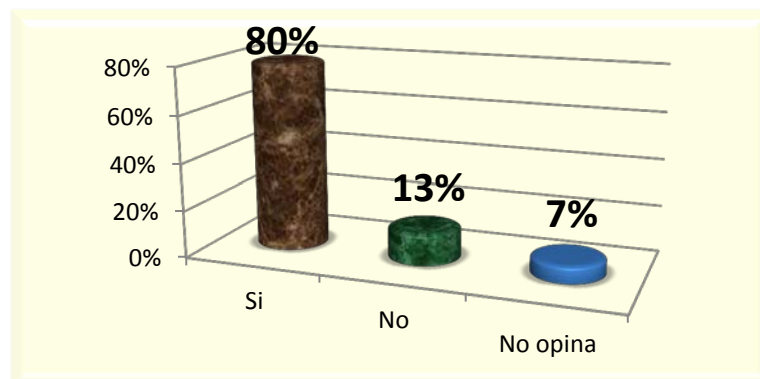
OBJETIVO.

Conocer de los padres de familia si el valor de la cuota que pagan les parece razonable por los beneficios que recibe su niño o niña

TABLA No.1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	66	80%
b) No	11	13%
c) No opina	6	7%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No.1



COMENTARIO

La mayoría opina que los beneficios que los niños reciben en los Centros Infantiles, tiene un valor mayor para la cuota que pagan.

PREGUNTA No.2

Si su respuesta es afirmativa, ¿Cuánto más podría pagar por la cuota mensual de su niño o niña?

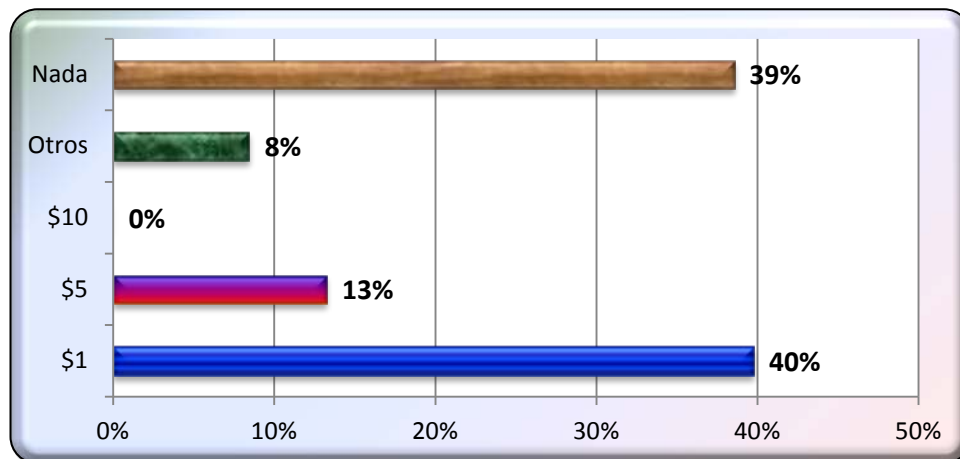
OBJETIVO.

Cuantificar el incremento de la cuota actual que podrían pagar los padres de familia.

TABLA No. 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) \$1	33	40%
b) \$5	11	13%
c) \$10	0	0%
d) Otros	7	8%
e) Nada	32	39%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No.2



COMENTARIO

La mayoría de los encuestados consideran poder pagar una cuota mayor a la que tienen actualmente en al menos \$1.00 más.

PREGUNTA No.3

¿Cuánto gasta por el material que se le solicita para uso en el aula, al inicio del año y mensualmente?

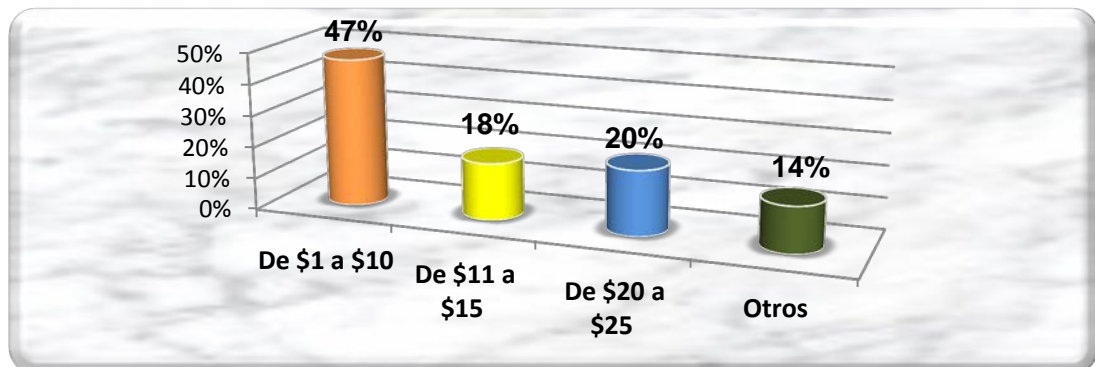
OBJETIVO.

Cuantificar el gasto que realiza cada padre de familia al inicio del año en material didáctico.

TABLA No. 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) De \$1 a \$10	39	47%
b) De \$11 a \$15	15	18%
c) De \$20 a \$25	17	20%
d) Otros	12	14%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No.3



COMENTARIO

El aporte que las familias realizan a los Centros Infantiles, al inicio del año con material didáctico, en su mayoría oscila de \$1.00 a \$10.00.

PREGUNTA No. 4

¿Cómo se enteró de los beneficios que otorga la Asociación Nuevo Amanecer, a través del Centro Infantil?

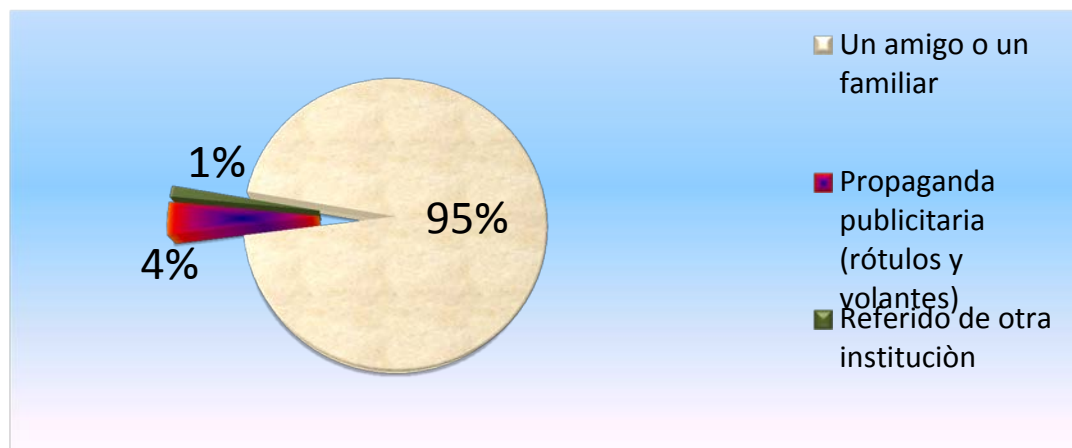
OBJETIVO.

Conocer de qué forma se enteraron los usuarios de los beneficios que prestan los Centros Infantiles.

TABLA No. 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Un amigo o un familiar	79	95%
b) Propaganda publicitaria (rótulos y volantes)	3	4%
c) Referido de otra institución	1	1%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No.4



COMENTARIO

La mayoría de los usuarios se han enterado de los beneficios que prestan los Centros Infantiles a través de amigos o familiares, que ya han utilizado los servicios.

PREGUNTA No. 5

¿Le parece adecuada la forma de cómo da a conocer los servicios que ofrece el Centro Infantil?

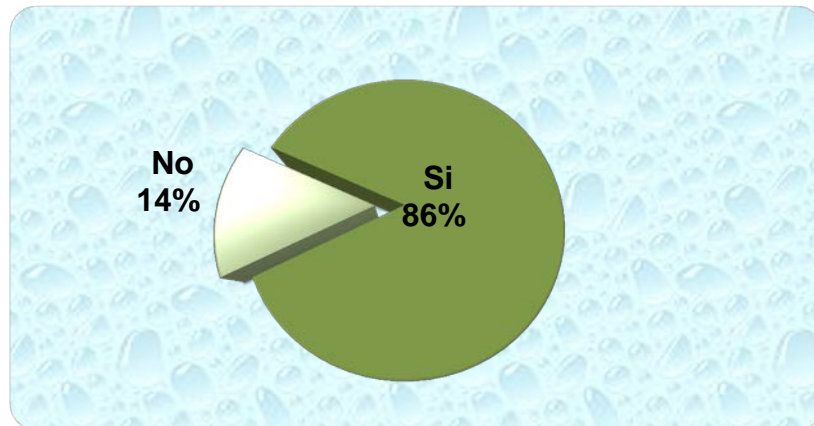
OBJETIVO.

Determinar si es adecuada la forma en que se dan a conocer los servicios de los Centros Infantiles.

TABLA No. 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	71	86%
b) No	12	14%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No.5



COMENTARIO

La mayoría de los usuarios opinaron que es adecuada la forma de cómo se dan a conocer los servicios que ofrecen los Centros Infantiles.

PREGUNTA No. 6

¿Cuál es la razón primordial por la que envía a su hijo/hija al Centro Infantil?

OBJETIVO.

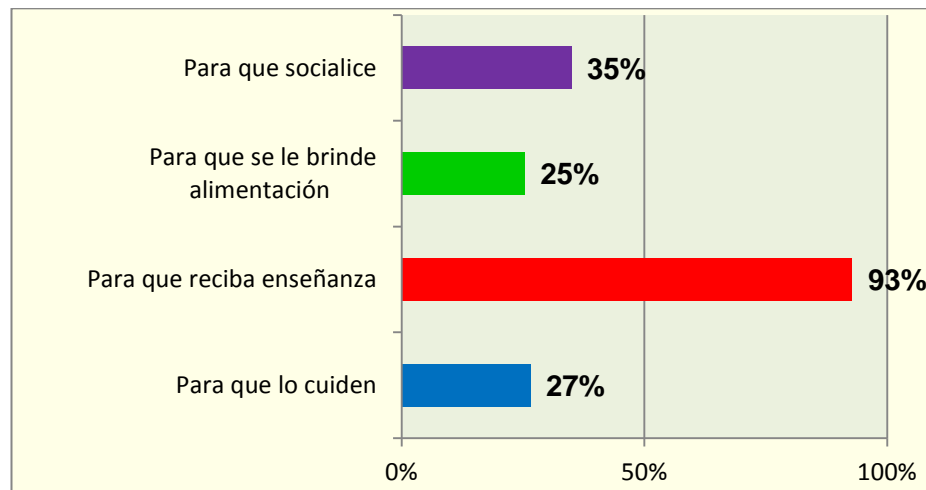
Identificar la razón principal por la que envían sus hijos a los Centros Infantiles.

TABLA No. 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Para que lo cuiden	22	27%
b) Para que reciba enseñanza	77	93%
c) Para que se le brinde alimentación	21	25%
d) Para que socialice	29	35%
TOTAL	-	-

n=83

GRÁFICO No.6



COMENTARIO

Los papás que mandan sus hijos a los Centros Infantiles, la mayoría opina que lo hace para que sus niños reciban enseñanza.

PREGUNTA No. 7

¿Qué beneficios recibe su hijo en el Centro Infantil?

OBJETIVO.

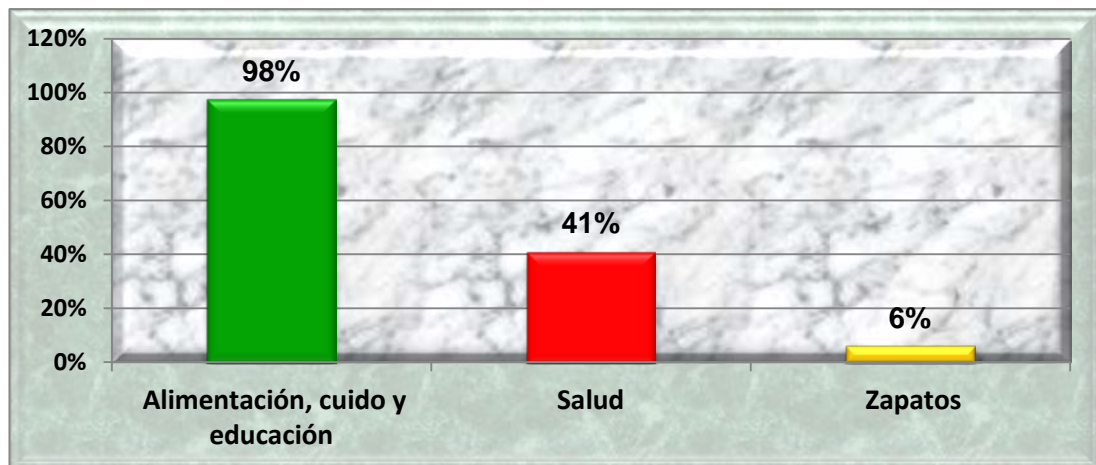
Determinar si los padres de familia conocen los beneficios que reciben los niños en el Centro Infantil.

TABLA No. 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Alimentación, cuidado y educación	81	98%
b) Salud	34	41%
c) Zapatos	5	6%
TOTAL	-	-

n=83

GRÁFICO No. 7



COMENTARIO

Casi la totalidad de la población encuestada reconoce que los niños reciben los beneficios de alimentación, cuidado y educación y una buena parte reconoce que recibe atención en salud.

PREGUNTA No. 8

¿Qué beneficios recibe usted por tener a su hijo en el Centro Infantil?

OBJETIVO.

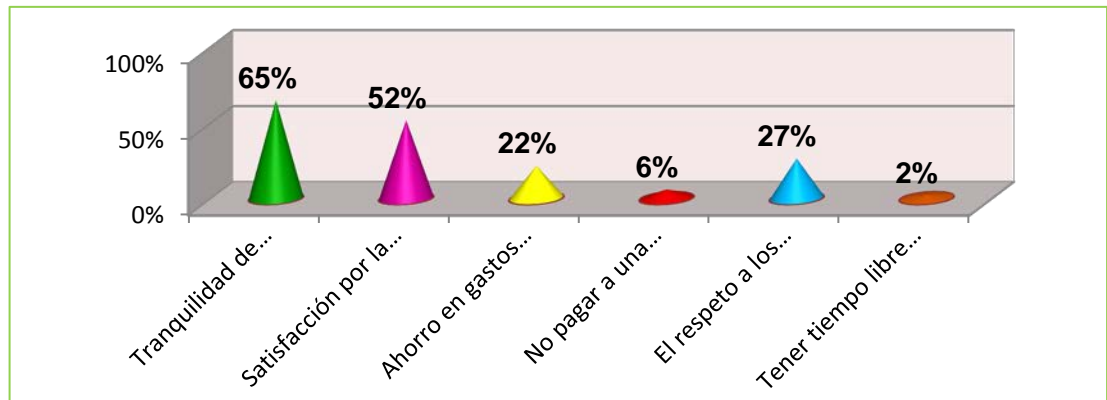
Identificar los beneficios que reciben los padres de familia por tener a sus hijos en el Centro Infantil.

TABLA No. 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Tranquilidad de saber que su hijo está en un lugar seguro mientras trabaja	54	65%
b) Satisfacción por la educación de su hijo	43	52%
c) Ahorro en gastos de alimentación y cuidado	18	22%
d) No pagar a una persona para que cuide a su hijo	5	6%
e) El respeto a los derechos de su hijo	22	27%
f) Tener tiempo libre para sí misma	2	2%
TOTAL	-	-

n=83

GRÁFICO No. 8



COMENTARIO

Los encargados de los niños, en su mayoría se sienten tranquilos al dejar a sus hijos en los Centros Infantiles, porque saben que es un lugar seguro y que reciben cuidado y educación.

PREGUNTA No. 9

¿Cómo califica los siguientes aspectos sobre la atención en el Centro Infantil?

OBJETIVO.

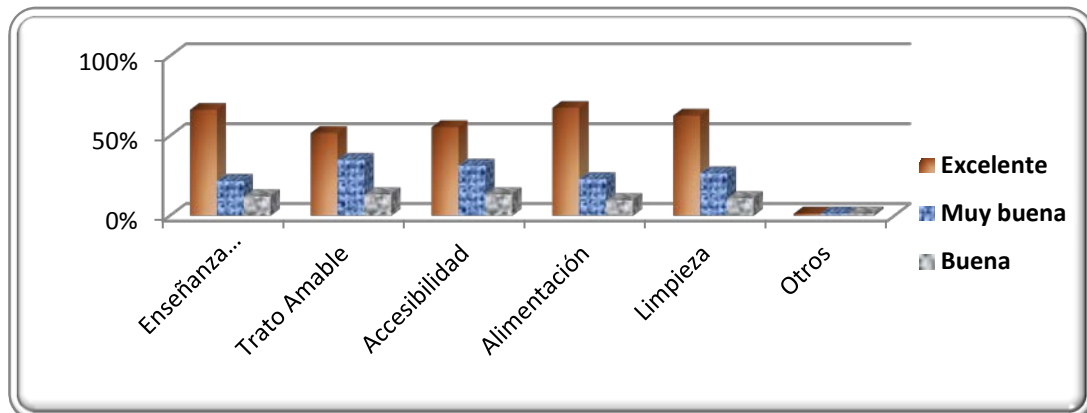
Evaluar la atención que reciben los niños en los Centros Infantiles

TABLA No. 9

Alternativa	Calificación						TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Enseñanza educativa	55	66%	18	22%	10	12%	83
b) Trato Amable	43	52%	29	35%	11	13%	83
c) Accesibilidad	46	55%	26	31%	11	13%	83
d) Alimentación	56	67%	19	23%	8	10%	83
e) Limpieza	52	63%	22	27%	9	11%	83
f) Otros	1	1%	1	1%	1	1%	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-

n=83

GRÁFICO No. 9



COMENTARIO

A nivel general todos los aspectos evaluados con respecto a la atención de los niños, en los Centros Infantiles son considerados excelentes por las personas encuestadas.

PREGUNTA No. 10

¿Por qué motivos o razones no asiste regularmente su hijo/ hija al centro infantil?

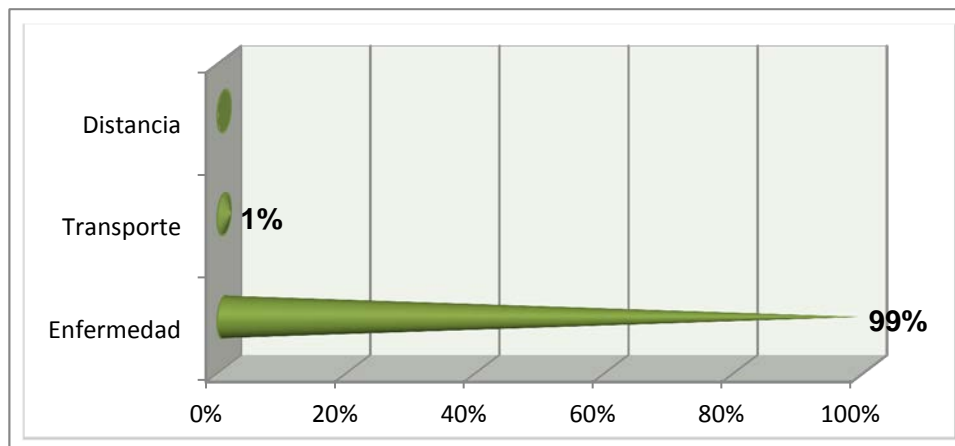
OBJETIVO.

Determinar las razones por las que los niños faltan al Centro Infantil.

TABLA No. 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Enfermedad	82	99%
b) Transporte	1	1%
c) Distancia	-	-
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 10



COMENTARIO

Todas las familias consideran que la única dificultad por la que los niños y niñas no asisten a los Centros Infantiles es cuando se encuentran enfermos, ya que la mayoría de ellos residen cerca de estos o cuentan con el transporte que les proporciona la Asociación.

PREGUNTA No. 11

¿Cómo califica la calidad del trabajo de las educadoras?

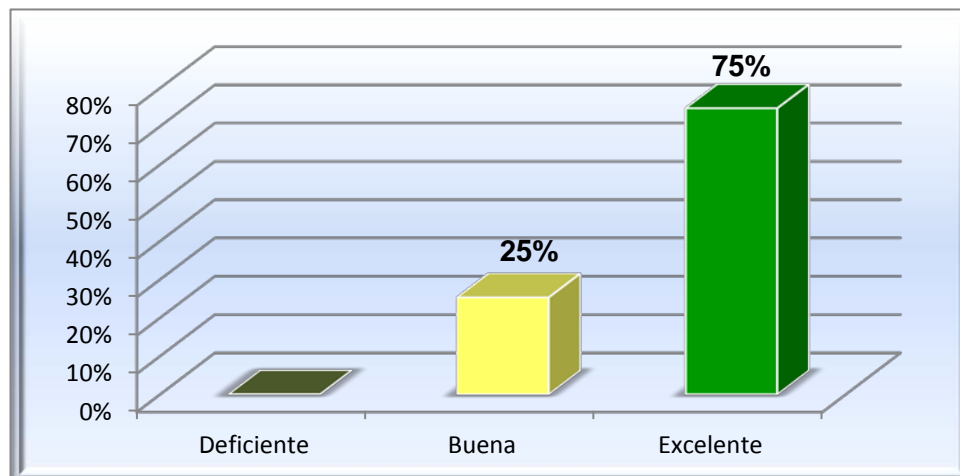
OBJETIVO.

Evaluar la calidad del trabajo de las educadoras de los Centros Infantiles

TABLA No. 11

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Deficiente	-	-
b) Buena	21	25%
c) Excelente	62	75%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 11



COMENTARIO

Los encargados de los niños opinaron que la calidad del trabajo que ejecutan las educadoras de los Centros Infantiles es excelente y los que no la califican así, consideran que hacen un buen trabajo.

PREGUNTA No. 12

¿Cómo califica el trabajo del personal de servicios (limpieza, cocina, vigilancia, Trabajo social)?

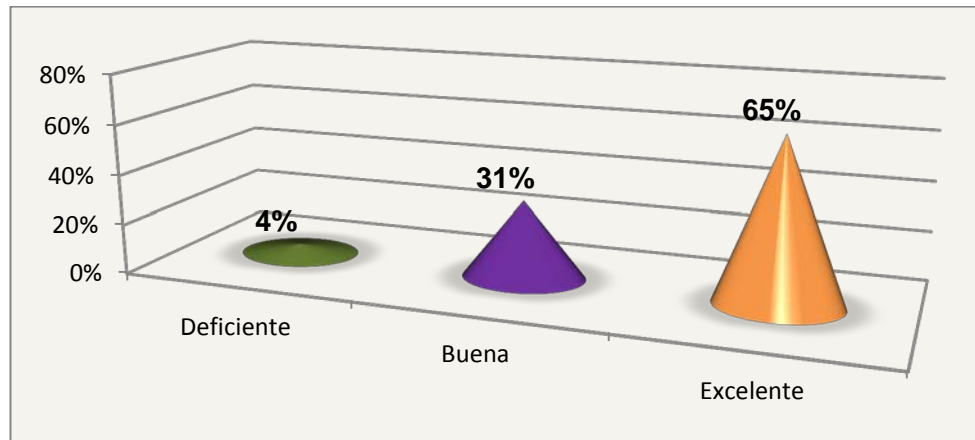
OBJETIVO.

Evaluar la calidad del trabajo del personal de servicio que labora en los Centros Infantiles.

TABLA No. 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Deficiente	3	4%
b) Buena	26	31%
b) Excelente	54	65%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 12



COMENTARIO

Los encargados de los niños y niñas en su mayoría opinaron que el personal de limpieza, cocina vigilancia y trabajo social realizan un trabajo de excelente calidad.

PREGUNTA No. 13

¿Conoce las medidas que tiene el Centro Infantil para garantizar la seguridad de su hijo/hija?

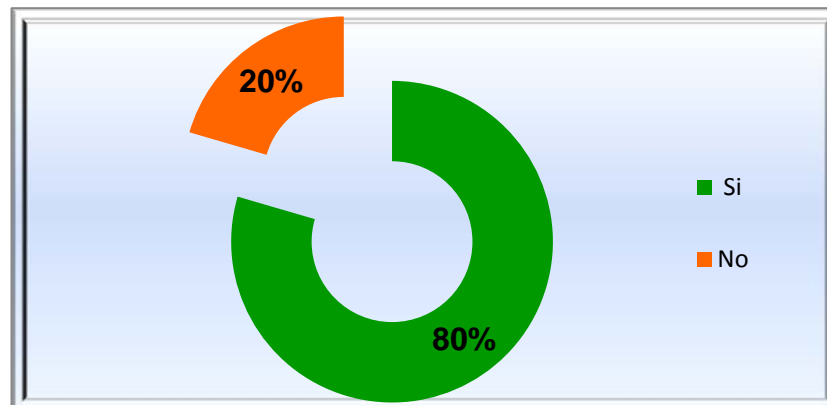
OBJETIVO.

Determinar si los padres de familia conocen las medidas de seguridad que tienen los Centros Infantiles.

TABLA No. 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	66	80%
b) No	17	20%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 13



COMENTARIO

La mayor parte de las familias encuestadas opinaron que, sí conocen las medidas de seguridad que tienen los Centros Infantiles para resguardar a los niños; entre los que se mencionan: presentan carnet de identificación al retirar a su hijo, mantienen cerrados los portones, hay vigilancia, el agua que toman es hervida, la alimentación cumple con los requisitos de higiene, cuando hay lluvia los mantienen dentro del salón.

PREGUNTA No. 14

¿Sabe si el centro infantil está preparado para asistir a sus niños ante un desastre natural?

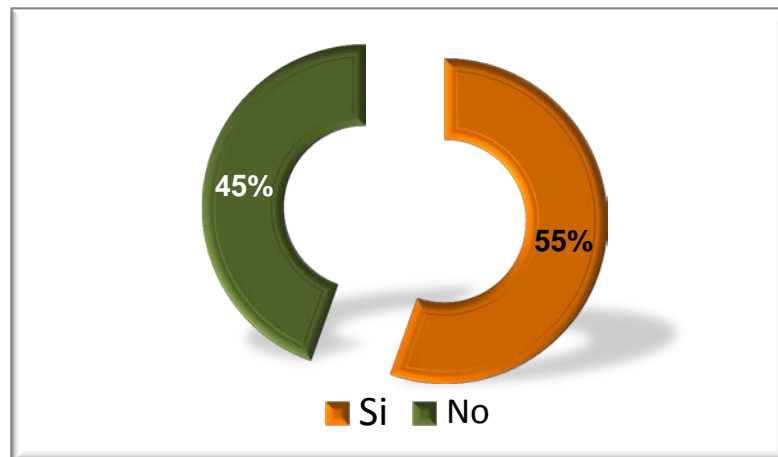
OBJETIVO.

Determinar si los padres de familia reconocen que los Centros Infantiles están preparados para asistir a los niños ante desastres naturales.

TABLA No. 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	46	55%
b) No	37	45%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 14



COMENTARIO

Según resultados se puede demostrar que no todos los encargados de los niños conocen si los Centros Infantiles cuentan con medidas de prevención ante desastres naturales.

PREGUNTA No. 15

¿Conoce qué medidas de prevención se realizan ante los desastres naturales en el Centro Infantil?

OBJETIVO.

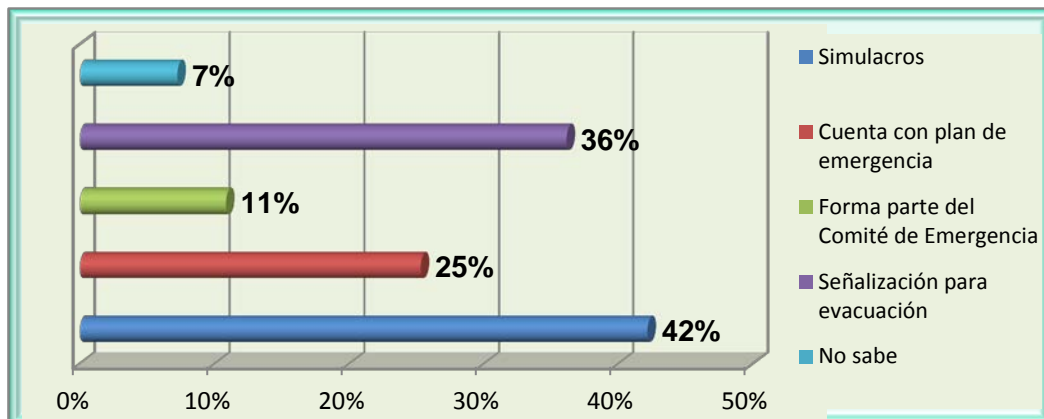
Identificar cuáles son las medidas de prevención que conocen los encargados de los niños, que realizan los Centros Infantiles ante desastres naturales.

TABLA No. 15

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Simulacros	35	42%
b) Cuenta con plan de emergencia	21	25%
c) Forma parte del Comité de Emergencia	9	11%
d) Señalización para evacuación	30	36%
e) No sabe	6	7%
TOTAL	-	-

n=83

GRÁFICO No. 15



COMENTARIO

Entre las medidas de prevención ante desastres naturales que la mayoría conocen, están los simulacros y la señalización para evacuación.

PREGUNTA No. 16

¿Qué se comenta del Centro Infantil en su comunidad?

OBJETIVO.

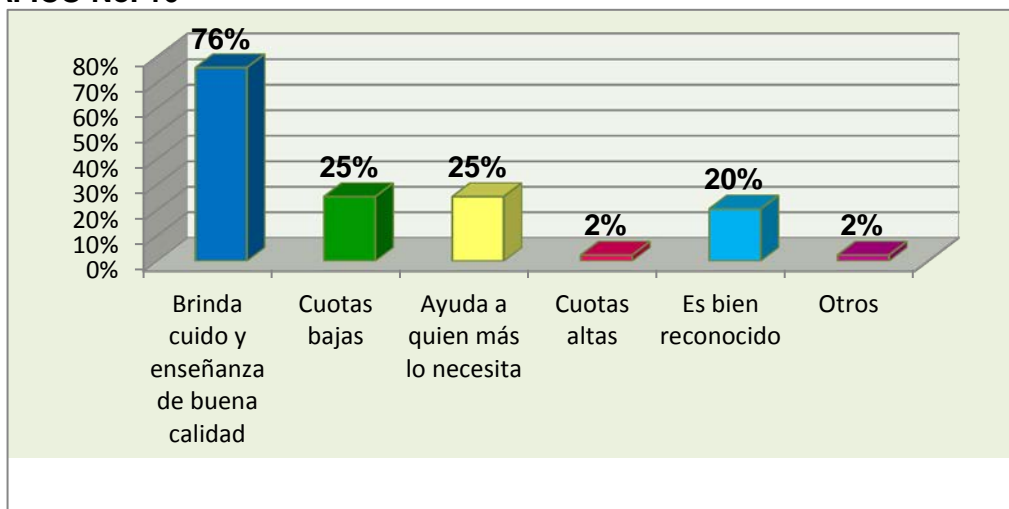
Conocer de los padres de familia lo que se dice de los Centros Infantiles en la comunidad donde ellos viven.

TABLA No. 16

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Brinda cuidado y enseñanza de buena calidad	63	76%
b) Cuotas bajas	21	25%
c) Ayuda a quien más lo necesita	21	25%
d) Cuotas altas	2	2%
e) Es bien reconocido	17	20%
f) Otros	2	2%
Total	-	-

n=83

GRÁFICO No. 16



COMENTARIO

Los Centros infantiles son reconocidos en sus comunidades como un lugar donde se brinda a los niños y niñas cuidado y enseñanza de buena calidad.

PREGUNTA No. 17

¿Qué haría con su niño si se cerrara este centro infantil?

OBJETIVO.

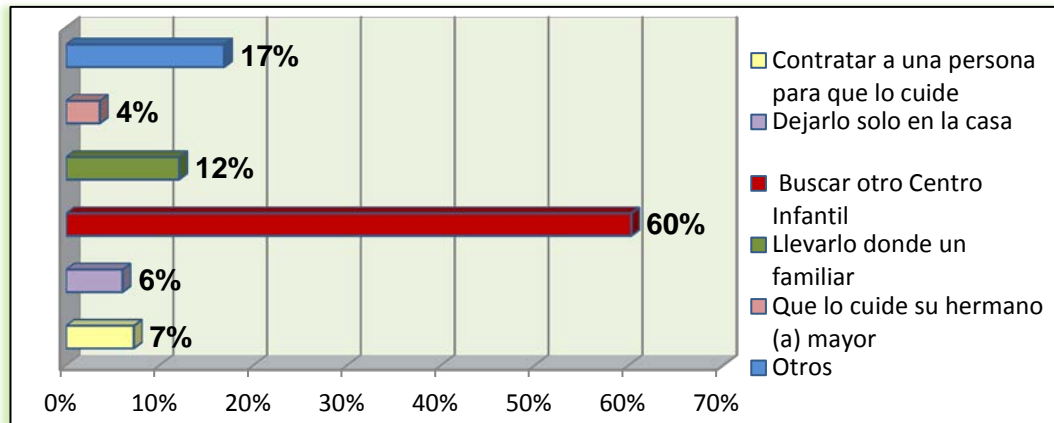
Determinar la alternativa por la que los padres de familia optarían al cerrar el centro infantil.

TABLA No. 17

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Contratar a una persona para que lo cuide	6	7%
b) Dejarlo solo en la casa	5	6%
c) Buscar otro Centro Infantil	50	60%
d) Llevarlo donde un familiar	10	12%
e) Que lo cuide su hermano (a) mayor	3	4%
f) Otros	14	17%
Total	-	-

n=83

GRÁFICO No. 17



COMENTARIO

Los encargados de los niños opinan que si cerraran el Centro Infantil buscarían otro que satisfaga la necesidad de educación y cuidado que actualmente la Asociación les ofrece.

PREGUNTA No. 18

¿Consume alguno de los productos que vende la Asociación?

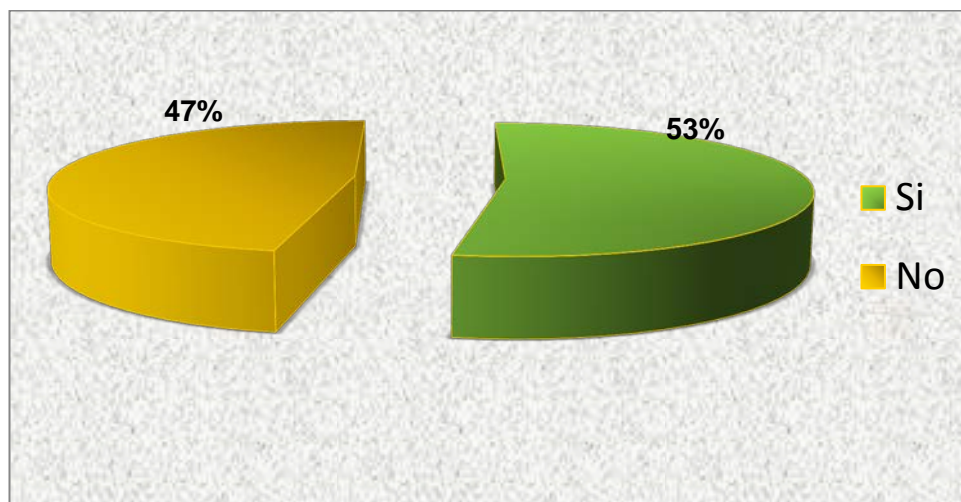
OBJETIVO.

Saber si los padres de familia consumen lo que produce la Asociación.

TABLA No. 18

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	44	53%
b) No	39	47%
TOTAL	83	100%

GRÁFICO No. 18



COMENTARIO

De los usuarios que contestaron afirmativamente, consumen los productos que vende la Asociación, porque llegan a las instalaciones de la oficina central ubicada en el mismo lugar del Centro Infantil Alfonso Acevedo, el resto no los adquieren por no haber distribución en la zona.

PREGUNTA No. 19

¿De qué forma se involucra usted en las actividades adicionales que realiza la Asociación para el buen funcionamiento del centro infantil?

OBJETIVO.

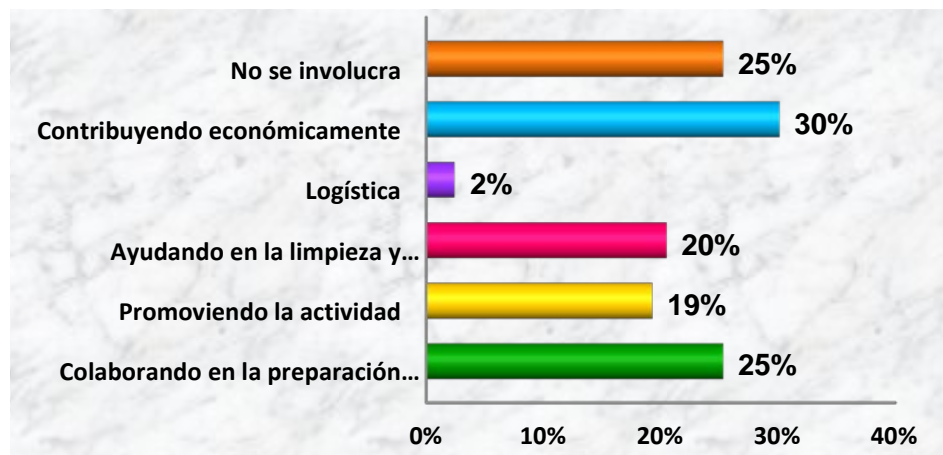
Conocer la forma en que los padres de familia se ven involucrados con las actividades que realiza la asociación para que funcionen adecuadamente los Centros Infantiles.

TABLA No. 19

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Colaborando en la preparación de alimentos	21	25%
b) Promoviendo la actividad	16	19%
c) Ayudando en la limpieza y el hornato	17	20%
d) Logística	2	2%
e) Contribuyendo económicamente	25	30%
f) No se involucra	21	25%
Total	-	-

n=83

GRÁFICO No. 19



COMENTARIO

Las actividades por las cuales las familias colaboran más, es contribuyendo económicamente y en la preparación de alimentos mientras un buen grupo de los encargados de los niños no se involucran en nada.

PREGUNTA No. 20

¿En qué más podría apoyar a la Asociación para que estos Centros Infantiles sigan funcionando?

OBJETIVO.

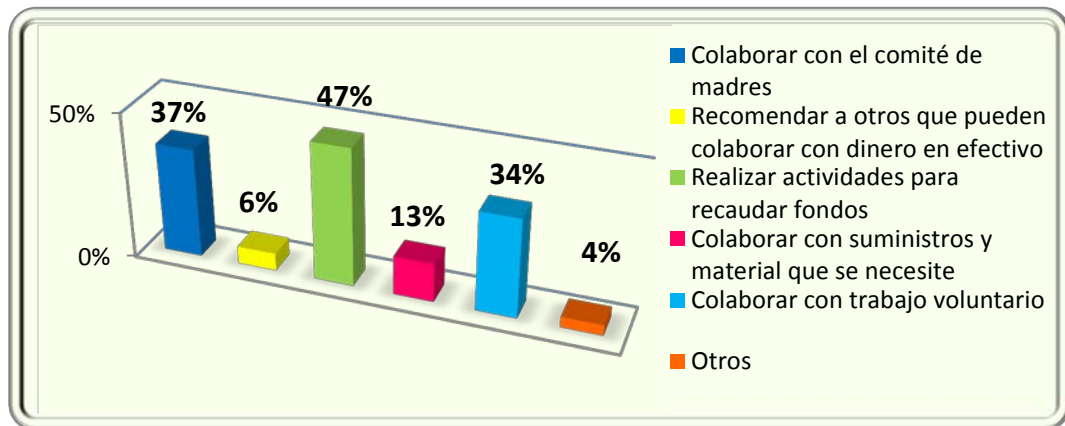
Desarrollar en los padres de familia el compromiso de apoyar de alguna forma a los Centros Infantiles para que sigan funcionando.

TABLA No. 20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Colaborar con el comité de madres	31	37%
b) Recomendar a otros que pueden colaborar con dinero en efectivo	5	6%
c) Realizar actividades para recaudar fondos	39	47%
d) Colaborar con suministros y material que se necesite	11	13%
e) Colaborar con trabajo voluntario	28	34%
f) Otros	3	4%
TOTAL	-	-

n=83

GRÁFICO No. 20



COMENTARIO

Los encargados de los niños pueden comprometerse en su mayoría a realizar actividades para recaudar fondos, colaborar con el comité de madres y realizar trabajo voluntario en los Centros Infantiles.

PREGUNTA No. 21

¿Conoce alguna institución que pudiera brindar algún tipo de ayuda al Centro Infantil?

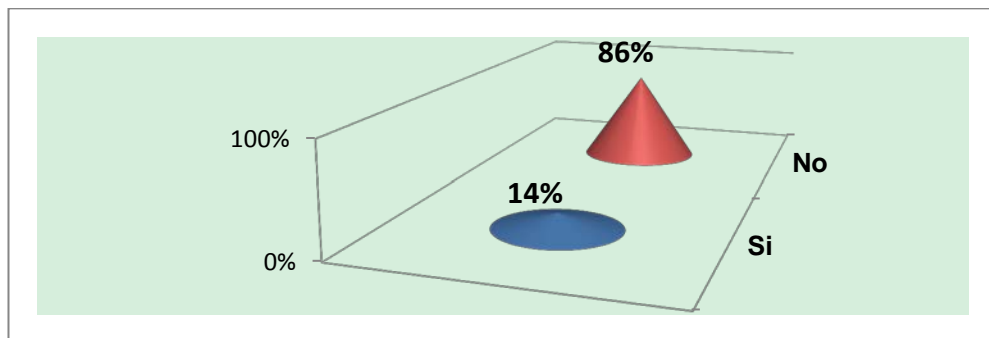
OBJETIVO.

Identificar otras organizaciones conocidas por los padres de familia, que puedan apoyar la sostenibilidad del centro infantil.

TABLA No. 21

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	12	14%
b) No	71	86%
TOTAL	83	100%

GRAFICO No. 21



COMENTARIO

Muy pocos de los encuestados conocen instituciones que pueden brindar algún tipo de apoyo a los Centros Infantiles, entre los que se pueden mencionar; Fundación Silencio, AES El Salvador, Sindicato de la Industria Eléctrica de El Salvador, Iglesia de San Isidro, Alcaldías, Instituto Salvadoreño para la Niñez y Adolescencia, Padre Ángel, Secretaría de Inclusión Social, Coordinadora del Bajo Lempa, Comisión Nacional de la Niñez y Adolescencia y Asociación de Comunidades Unidas para el Desarrollo del Bajo Lempa.

ANEXO No. 8

CUESTIONARIO

DIRIGIDO A

CLIENTES

CUESTIONARIO DIRIGIDO A CLIENTES DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR

PREGUNTA No.1

¿Cómo califica los precios de los productos y servicios de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

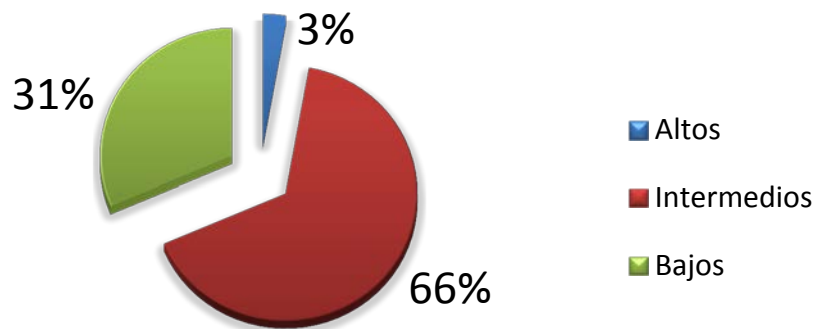
OBJETIVO.

Evaluar los precios de los productos y servicios.

TABLA No.1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Altos	1	3%
b) Intermedios	23	66%
c) Bajos	11	31%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No.1



COMENTARIO

Los productos y servicios que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador ofrece a sus clientes en los proyectos que generan ingresos para la sostenibilidad de los centros infantiles son calificados como intermedios, esto significa que están accesibles a las personas que los adquieren.

PREGUNTA No.2

¿Considera justos los precios que se pagan por los productos y servicios que usted ha adquirido?

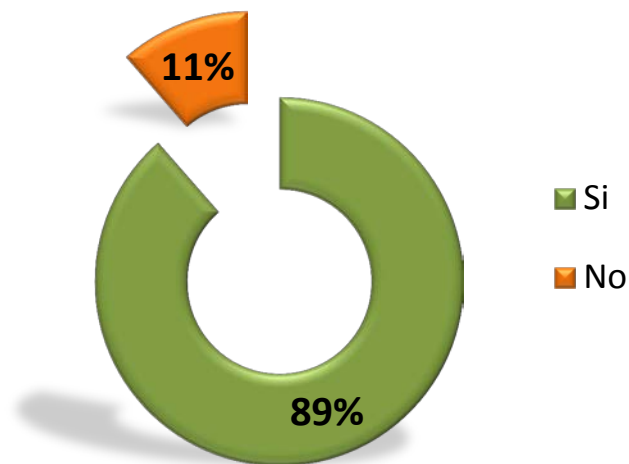
OBJETIVO.

Estudiar la razonabilidad de los precios de venta de los productos y servicios.

TABLA No. 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	31	89%
b) No	4	11%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No.2



COMENTARIO

La mayoría de clientes que adquieren los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador consideran que por su calidad y características están al alcance de quien los necesite, es decir compiten en el mercado.

PREGUNTA No.3

¿Por cuál medio se enteró de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

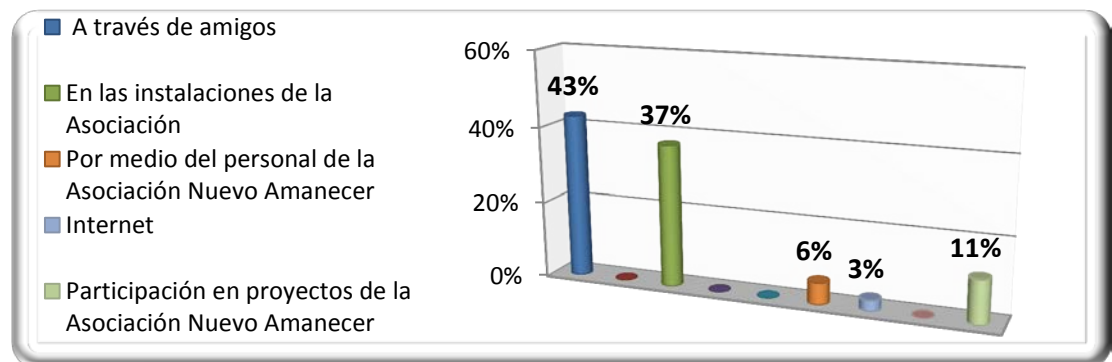
OBJETIVO.

Conocer los medios publicitarios de los productos y servicios.

TABLA No. 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) A través de amigos	15	43%
b) Programas de televisión	-	-
c) En las instalaciones de la Asociación	13	37%
d) Hojas volantes	-	-
e) Ferias	-	-
f) Por medio del personal de la Asociación Nuevo Amanecer	2	6%
g) Internet	1	3%
h) Rótulos	-	-
i) Participación en proyectos de la Asociación Nuevo Amanecer	4	11%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No.3



COMENTARIO

A pesar de que la asociación no hace uso de medios publicitarios, las personas se enteran de sus productos y servicios a través de otros que ya los han adquirido; sin embargo esto no significa que no necesite hacer publicidad ya que su cobertura es reducida.

PREGUNTA No. 4

¿Al ingresar a las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, se le proporcionó brochures u hojas informativas de los productos y/o servicios que ofrecen?

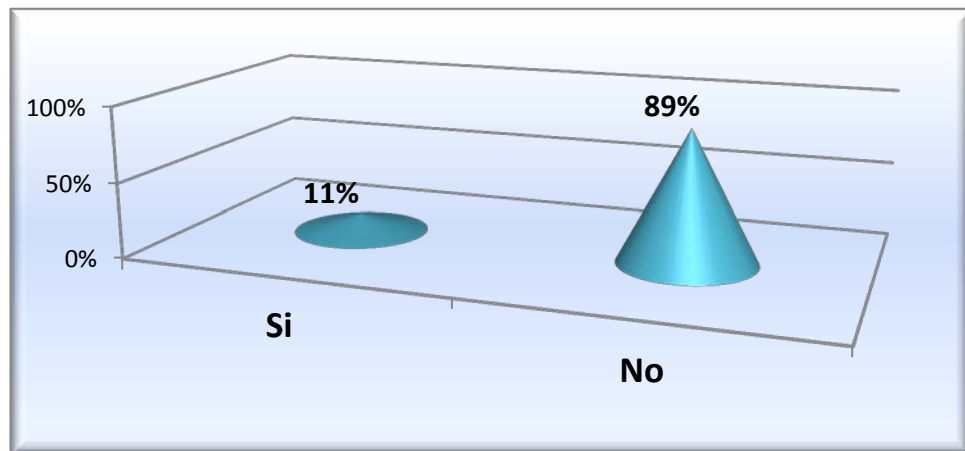
OBJETIVO.

Indagar si la Asociación les brindó brochures a los clientes

TABLA No. 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	4	11%
b) No	31	89%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No.4



COMENTARIO

La mayoría de las personas que han visitado las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador manifiestan no haber recibido ningún brochure u hoja informativa de los servicios y productos que ofrece la Asociación.

PREGUNTA No. 5

¿Considera adecuada la publicidad de los productos y servicios que presta la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

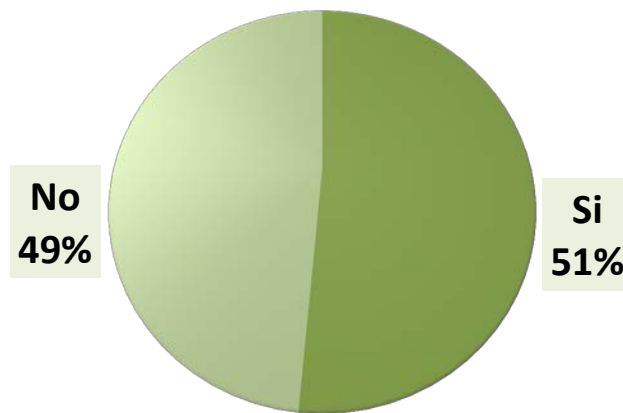
OBJETIVO.

Determinar si la publicidad que realiza la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador es idónea

TABLA No. 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	18	51%
b) No	17	49%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No.5



COMENTARIO

La mayoría de encuestados considera que es adecuada la publicidad que realiza la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador; sin embargo es necesario revisar los medios que utiliza por que el 49% de ellos contestaron negativamente.

PREGUNTA No. 6

¿Cuál de las siguientes promociones le han motivado adquirir los productos o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

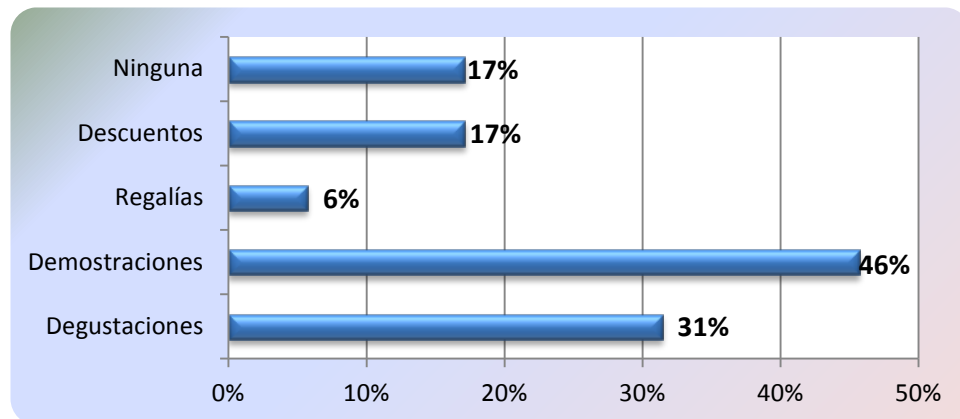
Conocer las diferentes formas en que se dan a conocer los productos y servicios.

TABLA No. 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Degustaciones	11	31%
b) Demostraciones	16	46%
c) Regalías	2	6%
d) Descuentos	6	17%
e) Ninguna	6	17%
TOTAL	-	-

n= 35

GRÁFICO No.6



COMENTARIO

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de clientes que visitó las instalaciones de la Asociación, opinó que los productos se dan a conocer a través de las demostraciones y degustaciones, siendo esto un servicio agregado para el turismo.

PREGUNTA No. 7

¿Cómo considera que es reconocida la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador con respecto a los productos y/o servicios que ofrece?

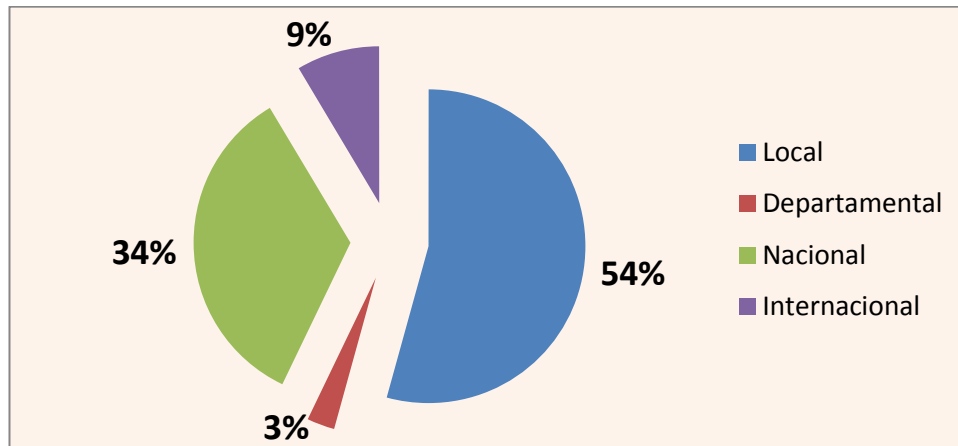
OBJETIVO.

Identificar la magnitud del reconocimiento en el mercado de los productos y servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

TABLA No. 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Local	19	54%
b) Departamental	1	3%
c) Nacional	12	34%
d) Internacional	3	9%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 7



COMENTARIO

El mercado de la Asociación a la cual está orientado es a nivel local, lo que significa que ésta comercializa sus productos y servicios en las zonas aledañas a la ubicación de sus instalaciones. Por otro lado algunas personas consideran que su mercado es nacional por que tiene ubicación en dos departamentos (San Salvador y Sonsonate)

PREGUNTA No. 8

¿Cuál de los siguientes productos o servicios ha adquirido en la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

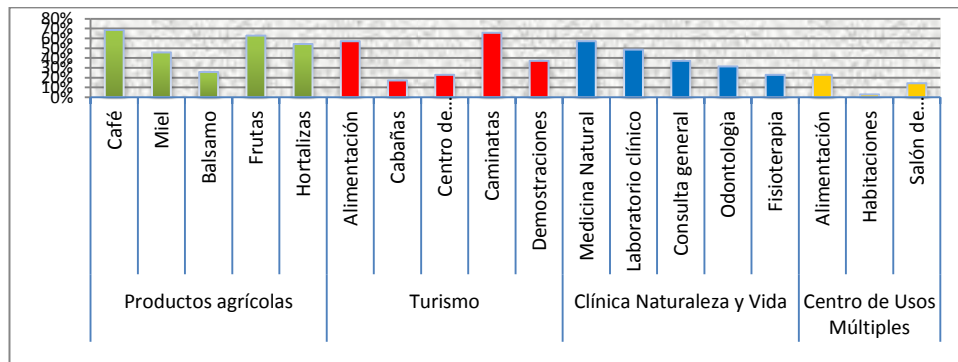
Investigar cuales productos o servicios han sido adquiridos por los clientes.

TABLA No. 8

Alternativa		Frecuencia	Porcentaje
Productos agrícolas	a) Café	24	69%
	b) Miel	16	46%
	c) Bálsamo	9	26%
	d) Frutas	22	63%
	e) Hortalizas	19	54%
Turismo	a) Alimentación	20	57%
	b) Cabañas	6	17%
	c) Centro de Capacitaciones	8	23%
	d) Caminatas	23	66%
	e) Demostraciones	13	37%
Clínica Naturaleza y Vida	a) Medicina Natural	20	57%
	b) Laboratorio clínico	17	49%
	c) Consulta general	13	37%
	d) Odontología	11	31%
	e) Fisioterapia	8	23%
Centro de Usos Múltiples	a) Alimentación	8	23%
	b) Habitaciones	1	3%
	c) Salón de capacitaciones	5	14%
TOTAL		-	-

n= 35

GRÁFICO No. 8



COMENTARIO

La mayoría de encuestados han adquirido los productos agrícolas, seguido por servicios de turismo, en menor porcentaje los servicios de la clínica y casi nadie conoce los servicios de Centro de Usos Múltiples ubicado en San Ramón.

PREGUNTA No. 9

¿Qué aspectos influyen en su decisión al momento de adquirir los productos o servicios?

OBJETIVO.

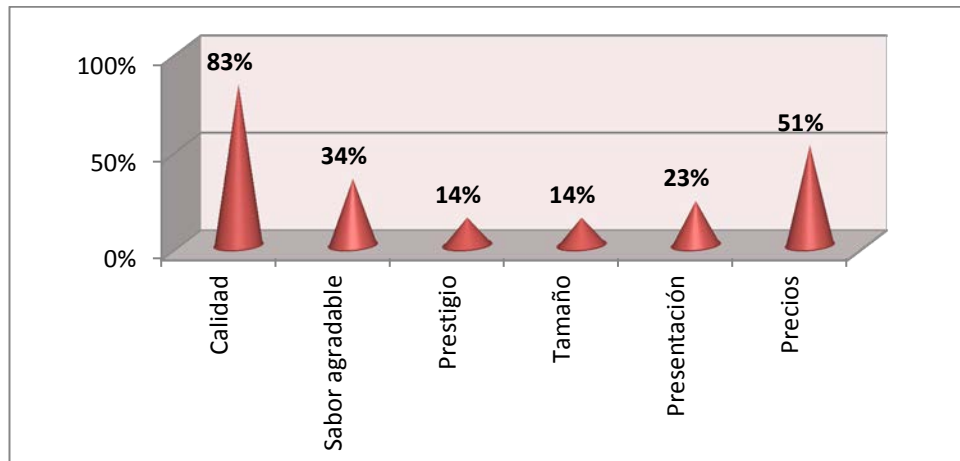
Especificar los aspectos que estimulan la decisión de obtener los productos o servicios.

TABLA No. 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Calidad	29	83%
b) Sabor agradable	12	34%
c) Prestigio	5	14%
d) Tamaño	5	14%
e) Presentación	8	23%
f) Precios	18	51%
TOTAL	-	-

n= 35

GRÁFICO No. 9



COMENTARIO

Los aspectos que influyen más en la decisión de adquirir los productos y servicios son principalmente la calidad y los precios.

PREGUNTA No. 10

¿Cómo califica los productos o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

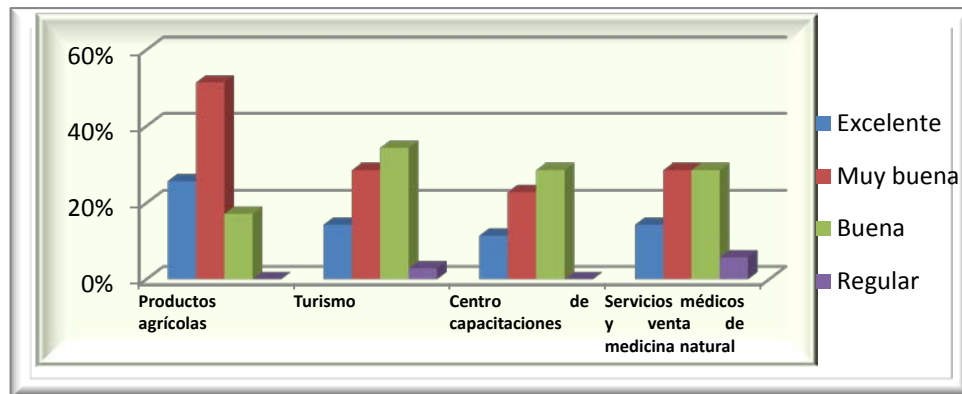
Evaluar la calidad de los productos y servicios.

TABLA No. 10

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Productos agrícolas	9	26%	18	51%	6	17%	-	-	33
b) Turismo	5	14%	10	29%	12	34%	1	3%	28
c) Centro de capacitaciones	4	11%	8	23%	10	29%	-	-	22
d) Servicios médicos y venta de medicina natural	5	14%	10	29%	10	29%	2	6%	27
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 10



COMENTARIO

La mayoría de personas que han adquirido productos agrícolas consideran que son de muy buena calidad, los clientes de turismo y del centro de capacitaciones opinan que estos servicios son buenos, en tanto que los usuarios de servicios médicos califican estos entre bueno y muy bueno.

PREGUNTA No. 11

¿Cómo califica los siguientes atributos de los productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

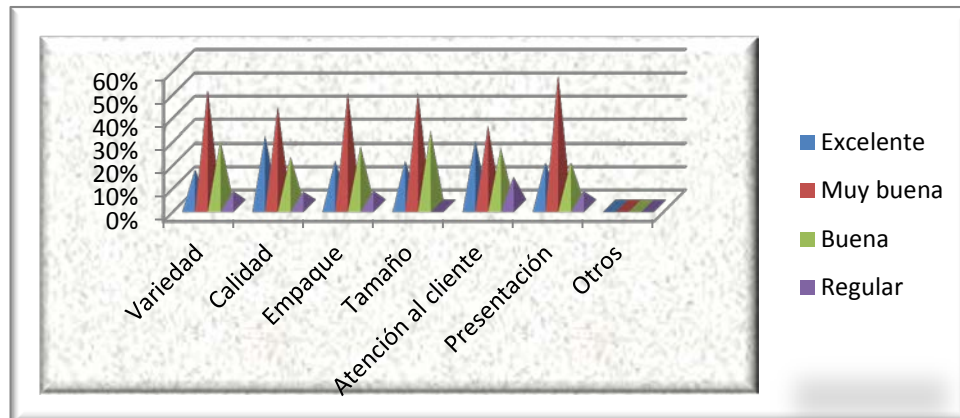
Calificar las propiedades que tienen los productos y servicios.

TABLA No. 11

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Variedad	5	16%	16	50%	9	28%	2	6%	32
b) Calidad	10	30%	14	42%	7	21%	2	6%	33
c) Empaque	6	19%	15	48%	8	26%	2	6%	31
d) Tamaño	6	19%	15	48%	10	32%	-	-	31
e) Atención al cliente	9	28%	11	34%	8	25%	4	13%	32
f) Presentación	6	19%	18	56%	6	19%	2	6%	32
g) Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 11



COMENTARIO

Todos los atributos de los productos y servicios son calificados como muy buenos, siendo más representativo la presentación, variedad, tamaño y empaque.

PREGUNTA No. 12

¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción al adquirir los productos o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

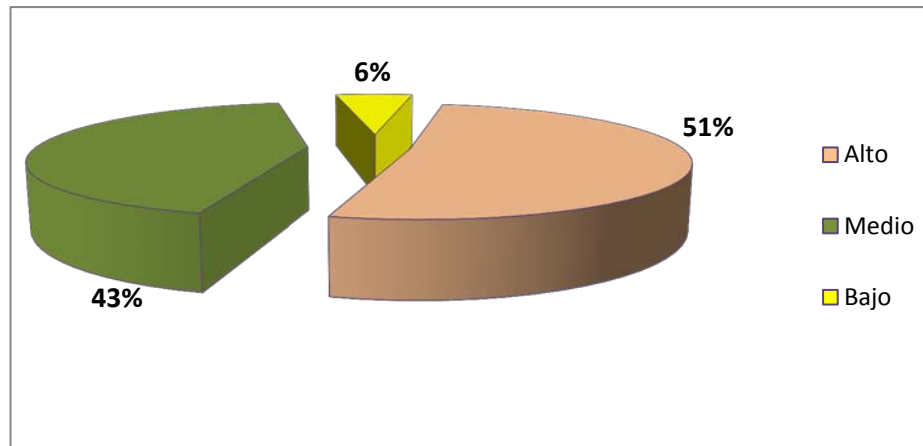
OBJETIVO.

Examinar el grado de satisfacción de los clientes al adquirir los productos o servicios.

TABLA No. 12

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Alto	18	51%
b) Medio	15	43%
c) Bajo	2	6%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 12



COMENTARIO

La mayoría de clientes opinan que su grado de satisfacción es alto cuando adquieren los productos o servicios que ofrece la Asociación.

PREGUNTA No. 13

¿Con qué frecuencia adquiere los productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

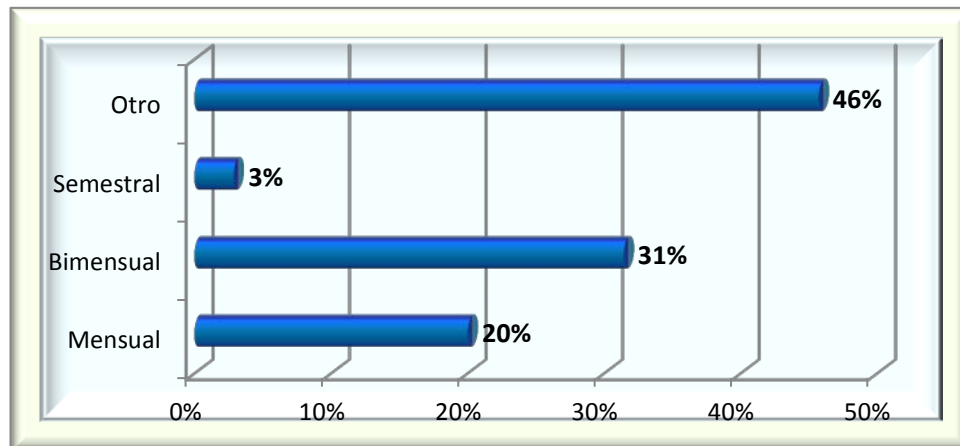
OBJETIVO.

Conocer con que periodicidad se adquieren los productos o servicios.

TABLA No. 13

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Mensual	7	20%
b) Bimensual	11	31%
c) Semestral	1	3%
d) Otro	16	46%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 13



COMENTARIO

La mayoría de las personas que fueron encuestadas no tienen una rutina de compra de los productos o servicios en la Asociación, ya que manifestaron que los adquieren de vez en cuando o lo hicieron por primera vez; sin embargo los clientes frecuentes lo hacen cada dos meses.

PREGUNTA No. 14

¿Cómo considera la accesibilidad para adquirir los productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

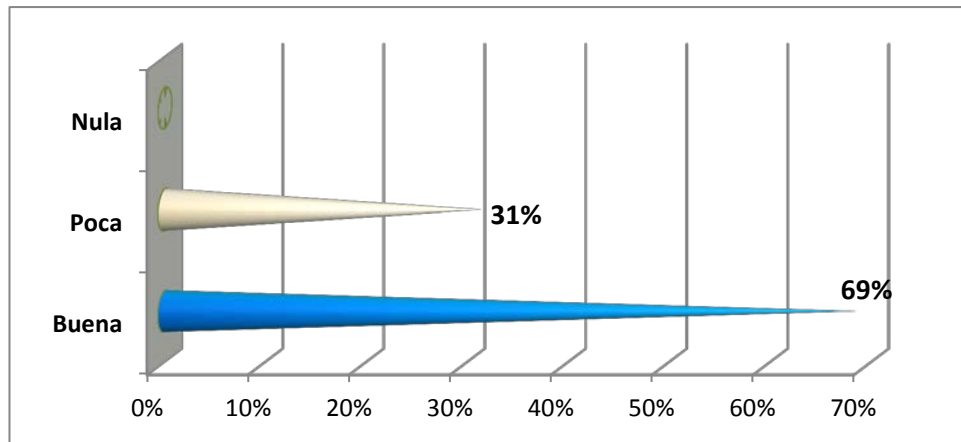
OBJETIVO.

Investigar la accesibilidad que ofrece la Asociación para la adquisición de productos y servicios.

TABLA No. 14

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Buena	24	69%
b) Poca	11	31%
c) Nula	-	-
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 14



COMENTARIO

La mayoría de personas encuestadas opinaron que la accesibilidad para adquirir los productos y servicios que ofrece la Asociación es buena; sin embargo hay que tomar en cuenta que los clientes se encuentran a nivel local.

PREGUNTA No. 15

¿Cómo califica las actitudes del personal que le atendió al adquirir productos y/o servicios que ofrece la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

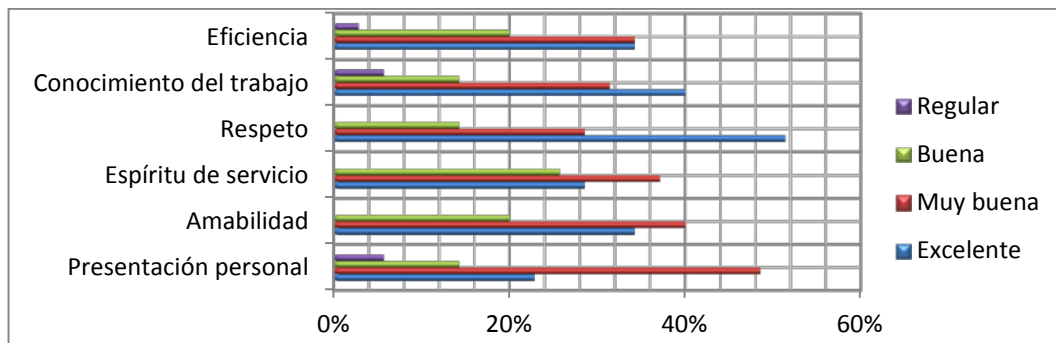
Evaluar la atención del personal en el momento que se adquieren los productos y servicios.

TABLA No. 15

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Presentación personal	8	23%	17	49%	5	14%	2	6%	32
b) Amabilidad	12	34%	14	40%	7	20%	-	-	33
c) Espíritu de servicio	10	29%	13	37%	9	26%	-	-	32
d) Respeto	18	51%	10	29%	5	14%	-	-	33
e) Conocimiento del trabajo	14	40%	11	31%	5	14%	2	6%	32
f) Eficiencia	12	34%	12	34%	7	20%	1	3%	32
Total	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 15



COMENTARIO

Entre las actitudes del personal mejor calificadas está el respeto, la presentación personal, conocimiento del trabajo, amabilidad y espíritu de servicio hacia los clientes.

PREGUNTA No. 16

¿Cuál es su apreciación con respecto al número de personas que atienden donde usted adquiere el producto y/o servicio?

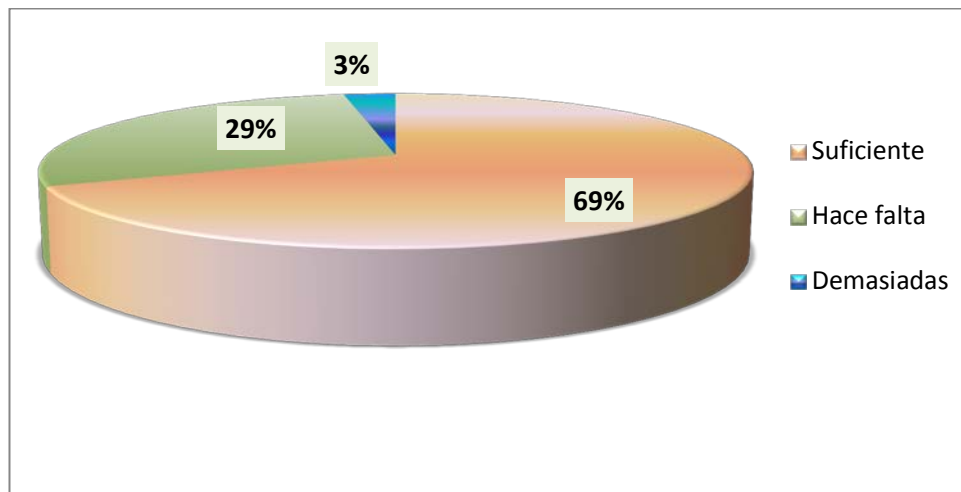
OBJETIVO.

Establecer si la cantidad del personal que atiende en la Asociación es la necesaria.

TABLA No. 16

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Suficiente	24	69%
b) Hace falta	10	29%
c) Demasiadas	1	3%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 16



COMENTARIO

La mayoría de encuestados opinaron que la cantidad de personas que atienden en las instalaciones de la Asociación cuando adquieren un producto o servicio son suficientes.

PREGUNTA No. 17

¿Cómo califica el tiempo de espera en la adquisición de productos y/o servicios de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

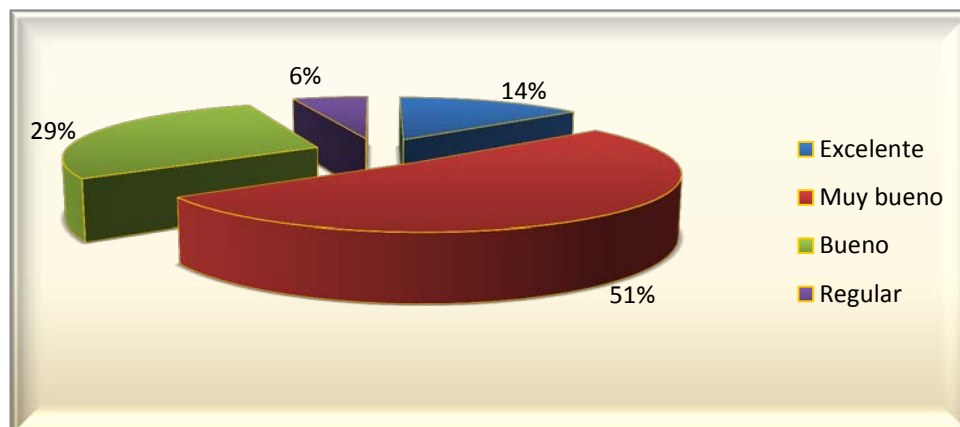
OBJETIVO.

Determinar si es adecuado el tiempo de espera cuando se obtienen los productos o servicios que ofrece la Asociación.

TABLA No. 17

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Excelente	5	14%
b) Muy bueno	18	51%
c) Bueno	10	29%
d) Regular	2	6%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 17



COMENTARIO

La mayoría de personas opinaron que el tiempo en brindar los productos y servicios que presta la Asociación, es muy bueno.

PREGUNTA No. 18

¿Cómo califica las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

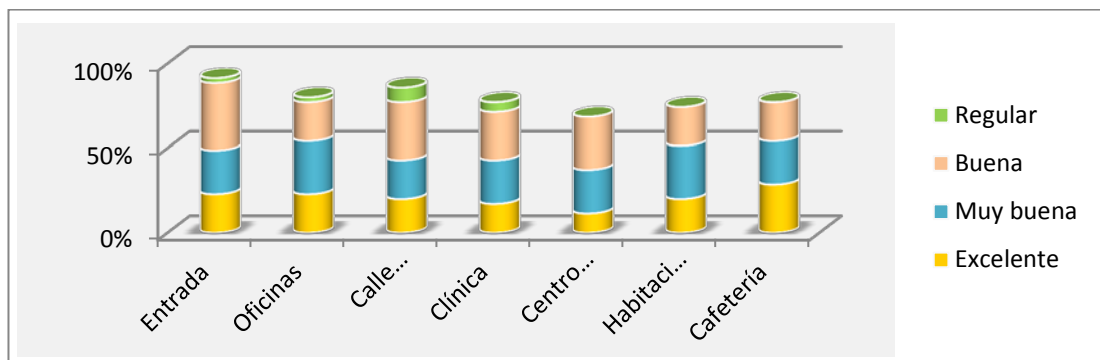
Evaluar las condiciones de las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

TABLA No. 18

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Entrada	8	23%	9	26%	14	40%	1	3%	32
b) Oficinas	8	23%	11	31%	8	23%	1	3%	28
c) Calle interna	7	20%	8	23%	12	34%	3	9%	30
d) Clínica	6	17%	9	26%	10	29%	2	6%	27
e) Centro de Usos Múltiples	4	11%	9	26%	11	31%	-	-	24
f) Habitaciones	7	20%	11	31%	8	23%	-	-	26
g) Cafetería	10	29%	9	26%	8	23%	-	-	27
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 18



COMENTARIO

La mayoría de personas consideraron que las oficinas y habitaciones de la Asociación Nuevo Amanecer están en muy buenas condiciones, y las instalaciones de la entrada, calle interna, clínica y centro de usos múltiples fueron calificadas en buen estado.

PREGUNTA No. 19

¿Cómo califica los siguientes aspectos de las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

OBJETIVO.

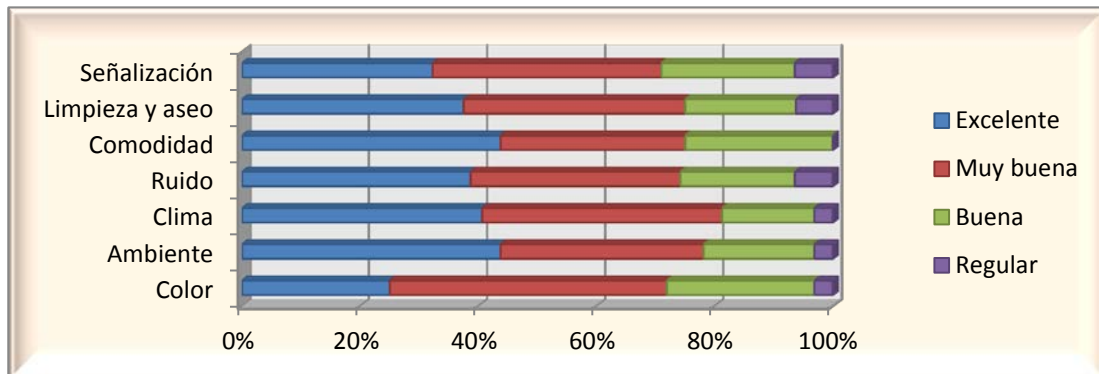
Conocer cómo evalúan los clientes los aspectos de las instalaciones de la Asociación.

TABLA No. 19

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Color	8	23%	15	43%	8	23%	1	3%	32
b) Ambiente	14	40%	11	31%	6	17%	1	3%	32
c) Clima	13	37%	13	37%	5	14%	1	3%	32
d) Ruido	12	34%	11	31%	6	17%	2	6%	31
e) Comodidad	14	40%	10	29%	8	23%	-	-	32
f) Limpieza y aseo	12	34%	12	34%	6	17%	2	6%	32
g) Señalización	10	29%	12	34%	7	20%	2	6%	31
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 19



COMENTARIO

El ambiente, comodidad y clima en las instalaciones de la Asociación Nuevo Amanecer son considerados excelentes, mientras que el color y la señalización son calificados como muy buenos.

PREGUNTA No. 20

¿Cuál es su opinión acerca de los brochures u hojas volantes que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador distribuye para promover sus productos y/o servicios?

OBJETIVO.

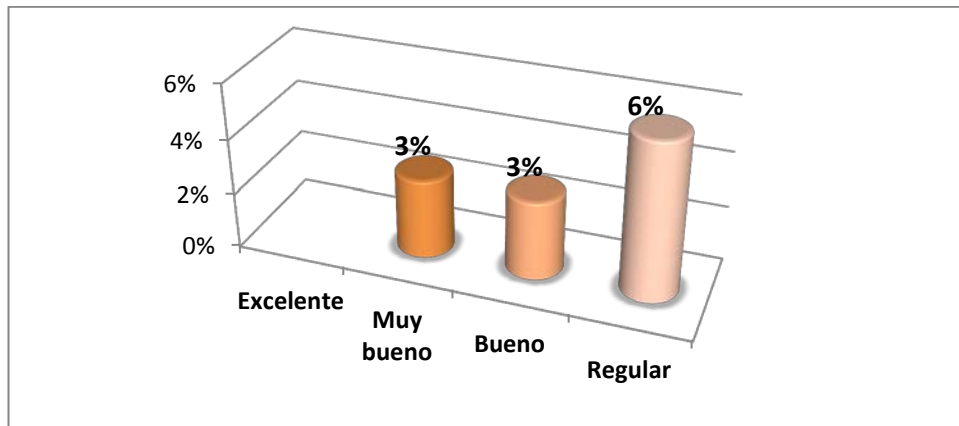
Conocer la opinión sobre el material promocional que tiene la Asociación.

TABLA No. 20

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Excelente	-	-
b) Muy bueno	1	3%
c) Bueno	1	3%
d) Regular	2	6%
TOTAL	-	-

n=35

GRÁFICO No. 20



COMENTARIO

De las personas que sí recibieron brochures u hojas volantes, la mayoría opinó que, son regulares, es decir que no son llamativas.

PREGUNTA No. 21

¿Cómo califica los siguientes aspectos de los rótulos que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador ha colocado para orientar la ruta de llegada hacia sus instalaciones?

OBJETIVO.

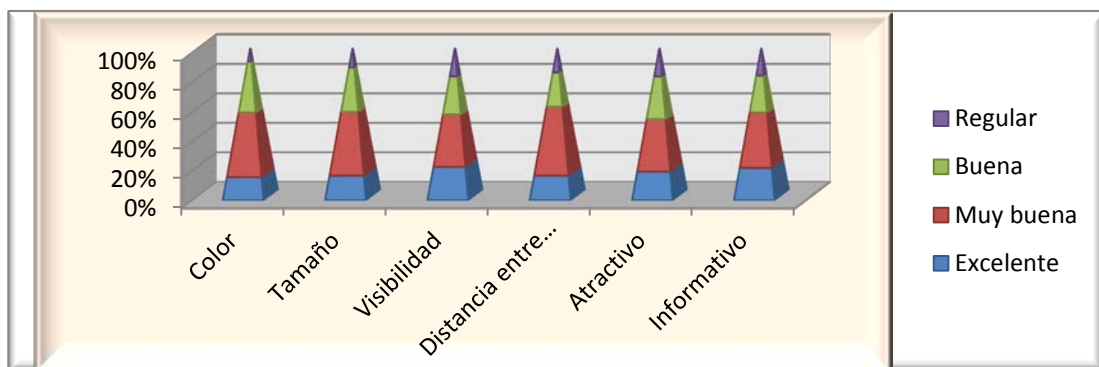
Evaluar los rótulos que sirven de guía para ingresar a las instalaciones en la Asociación.

TABLA No. 21

Alternativa	Calificación								TOTAL
	Excelente		Muy buena		Buena		Regular		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
a) Color	5	14%	14	40%	11	31%	3	9%	33
b) Tamaño	5	14%	13	37%	9	26%	4	11%	31
c) Visibilidad	7	20%	11	31%	8	23%	6	17%	32
d) Distancia entre uno y otro	5	14%	14	40%	7	20%	5	14%	31
e) Atractivo	6	17%	11	31%	9	26%	6	17%	32
f) Informativo	7	20%	12	34%	8	23%	6	17%	33
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-

n=35

GRÁFICO No. 21



COMENTARIO

Todas las características de los rótulos que orientan la ruta de llegada hacia las instalaciones de la Asociación fueron consideradas como muy buenas.

PREGUNTA No. 22

¿Tuvo algún inconveniente al adquirir productos o servicios de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador?

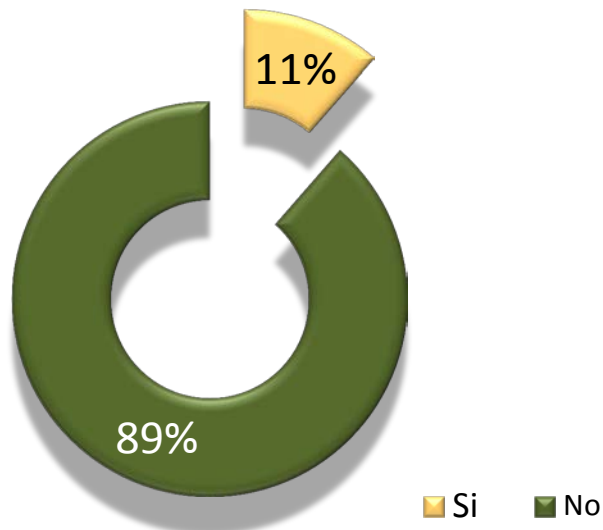
OBJETIVO.

Determinar si al momento de la adquisición de productos y servicios se presentan inconvenientes.

TABLA No. 22

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	4	11%
b) No	31	89%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 22



COMENTARIO

La mayoría de personas encuestadas no tuvo ningún inconveniente al momento de adquirir productos o servicios.

PREGUNTA No. 23

¿Cree que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador tiene la capacidad de competir en el mercado?

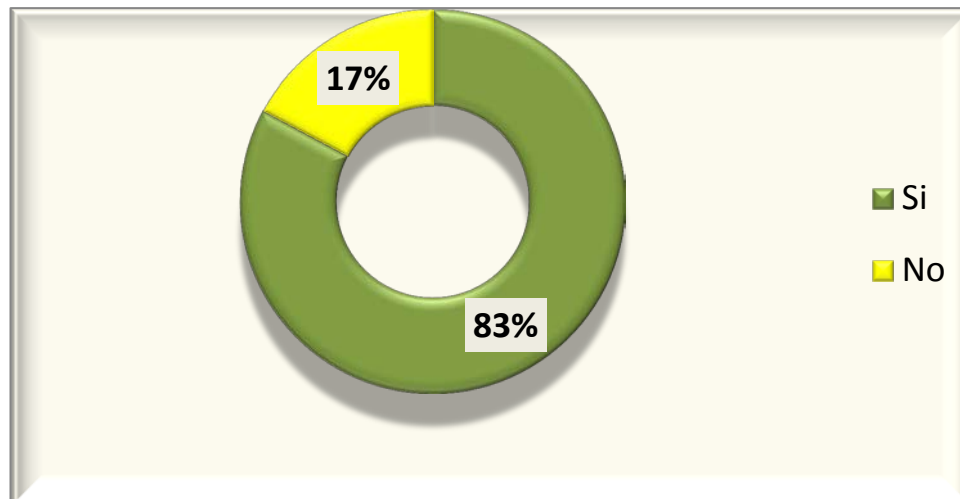
OBJETIVO.

Indagar la posibilidad de competir en el mercado.

TABLA No. 23

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	29	83%
b) No	6	17%
TOTAL	35	100%

GRÁFICO No. 23



COMENTARIO

La mayoría de personas opinaron que la Asociación tiene la capacidad de competir en el mercado, porque cuenta con variedad de productos que ofrecer, precios accesibles, buena calidad y los recursos físicos necesarios.

ANEXO No. 10

ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR

Encuesta sobre satisfacción de clientes

Finca San Jorge

CUM La Esperanza

Estimado/a Cliente: Su información es muy valiosa para mantener o mejorar la calidad de nuestros servicios; por lo que se le agradece su colaboración al responder ésta encuesta.

Cliente






Servicio suministrado

Alojamiento en cabaña

Salón de capacitaciones

Actividades de turismo

Marque con una X su nivel de satisfacción, al frente de cada atributo

		Atributo	No aplica	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
							
Alimentación	P.1	Variedad					
	P.2	Sabor y cocción					
	P.3	Tiempo de espera					
Instalaciones	P.4	Orden y limpieza					
	P.5	Iluminación					
	P.6	Ambiente					
	P.7	Comodidad					
Atención al cliente	P.8	Infraestructura en buen estado					
	P.9	Amabilidad					
	P.10	Atención personalizada					
	P.11	Conocimiento de su trabajo y capacidad de respuesta					
	P.12	El comportamiento de los empleados transmite confianza					
	P.13	Presentación personal					

Indique a continuación aquellos aspectos de nuestra actividad que pudieran ser objeto de mejora

ANEXO No. 11

ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR

Control de Orden y Limpieza

Fecha: _____

Finca San Jorge

CUM La Esperanza

Marcar con una X El cumplimiento o no cumplimiento de los aspectos revisados, y en caso de no cumplimiento hacer las observaciones necesarias a la persona responsable que subsanará la observación, quien firmará en el momento que se le dé la indicación.

Ubicación	Área/ Equipos	Cumplido	No cumplido	Observaciones	Responsable que subsanará la observación
Cocina	Cocina limpia y ollas tapadas				
	Refrigeradora limpia y sin alimentos vencidos				
	Lavadero limpio y sin acumulación de ropa o trastos				
	Lavadora limpia				
	Piso limpio, incluyendo esquinas y detrás de la refrigeradora y lavadora				
	Paredes sin telarañas				
	Alimentos alzados y protegidos				
Cafetería	Mostrador limpio				
	Lavatrastos limpio y sin acumulación de trastos				
	Bodega limpia y alimentos alzados y protegidos				
	Piso limpio, incluyendo esquinas				
	Bancas y Mesas limpias y ordenadas				
	Ventanas limpias				
	Servicios sanitarios limpios y proveídos de papel higiénico, basureros tapados				
	Lavamanos limpio y proveído de jabón y toalla limpia				
	Corredor limpio				
Cabañas	Piso limpio, incluyendo esquinas y debajo de las camas				
	Paredes sin telarañas				
	Ventanas limpias				
	Servicios sanitarios y lavamanos limpios, proveídos de papel higiénico, toalla limpia, y basureros tapados.				
	Camas sacudidas y proveídas de ropa limpia.				
	Mesa de noche limpia				
	Corredor limpio				
	Ventilación periódica para no acumular humedad.				
	Aroma agradable.				
Salón de capacitaciones	Sillas limpias y ordenadas				
	Piso limpio				
	Paredes sin telarañas				
	Ventanas limpias				
	Servicios sanitarios y lavamanos limpios, proveídos de papel higiénico, toalla limpia, y basureros tapados.				
	Corredor limpio				

Datos de la persona que realizó la inspección:

Nombre: _____

Cargo: _____

Firma: _____