

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Mercadotecnia



**Análisis de Concientización sobre la importancia de la Salud Preventiva, en los
pacientes de la Tercera Edad del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz**
(Práctica Empresarial Dirigida - PED -)

Víctor Hugo Maldonado Barrios

Guatemala, Abril 2015

**Análisis de Concientización sobre la importancia de la Salud Preventiva, en los
pacientes de la Tercera Edad del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz**
(Práctica Empresarial Dirigida - PED-)

Víctor Hugo Maldonado Barrios

Lic. Flor De María Jankowiak (**Asesora**)

M.A Rosa Ardón de Motta (**Revisora**)

Guatemala, Abril 2015

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Vicedecano

Licda. Sucely de Díaz

Coordinadora

**Terna examinadora que practica el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida**

Licda. Marisol Arroyo Carrillo

Examinador (a)

Lic. Ana Rosa Arrollo

Examinador (a)

Lic. Julio González Orenos

Examinador (a)

Licda. Flor de María Jankowiak

Asesor (a)

M.A. Rosa Ardón de Motta

Revisor (a)



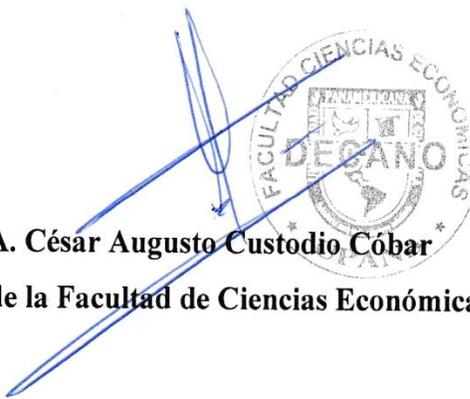
**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:UPANA.C.C.E.E.002-2015-M.

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 18 DE FEBRERO DE 2015**

De acuerdo al dictamen rendido por Licda. Flor de María Jankowiak, asesora y M.A. Rosa Ardón de Motta, revisora de la Práctica Empresarial Dirigida –PED– titulada “Análisis de concientización sobre la importancia de la salud preventiva, en los pacientes de la tercera edad del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.” Presentada por el estudiante: Víctor Hugo Maldonado Barrios, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en acta 00091, en fecha 05 de noviembre de 2014; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Mercadólogo, en el grado académico de Licenciado.


M.A. César Augusto Custodio Cobar

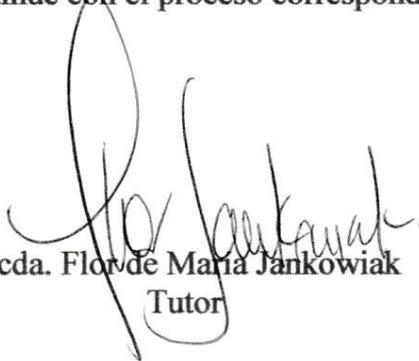
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala, 16 de Agosto del 2014

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana

Estimados señores:

En virtud de que la Práctica Empresarial Dirigida –PED- con el tema **“Análisis de concientización sobre la importancia de la salud preventiva, en los pacientes de la tercera edad del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz”**, presentado por el estudiante: **Víctor Hugo Maldonado Barrios**, previo a optar al grado académico de **“Licenciado en Mercadotecnia”** cumple con los requisitos técnicos y de contenido establecido por la Universidad Panamericana, se extiende el presente dictamen favorable con una puntuación de 90 / 100 puntos para que continúe con el proceso correspondiente.



Licda. Flor de María Jankowiak
Tutor

Guatemala, 16 de agosto de 2014.

Señores
Facultad Ciencias Económicas
Licenciatura en Mercadotecnia
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación al trabajo de revisión de la Práctica Empresarial Dirigida denominada: **“ANÁLISIS DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA SALUD PREVENTIVA, EN LOS PACIENTES DE LA TERCERA EDAD DEL HOGAR FRAY RODRIGO DE LA CRUZ”** elaborado por **Víctor Hugo Maldonado Barrios** de la Licenciatura en Mercadotecnia. En mi calidad de revisora de dicho trabajo, me permito informarle que éste se realizó conforme los reglamentos internos de esta Universidad, y que el mismo, en mi opinión, cumple con los requerimientos académicos establecidos por la Universidad Panamericana. Por tal razón, me permito emitir sobre el mismo **DICTAMEN FAVORABLE**.

Al ofrecerme a cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.A. Rosa Ardón de Motta
Revisora



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 390.2015

El infrascrito Secretario General EMBA. Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que el estudiante **Maldonado Barrios Victor Hugo** con número de carné 0909073 aprobó con **87 puntos** el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Mercadotecnia, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día cinco de noviembre del año dos mil catorce.

Para los usos que el interesado estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los doce días del mes de marzo del año dos mil quince.

Atentamente,


M.Sc. Vicky Sicajol
Directora

Registro y Control Académico


Vo.Bo. EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretaría General

Claudia Pineda
cc. Archivo.

Dedicatoria

A mis padres:

Rossana Rodríguez de Reyes y
Moises Adán Reyes, por su apoyo,
cariño y por darme el ser.

**A mi abuelito, abuelita, hermano y
hermana:**

Por su amor fraterno.

A la mujer que amo, Yessy:

Por su apoyo y motivación.

A mis familiares, amigos y compañeros:

Por su cariño brindado.

Agradecimiento

A Dios todo poderoso

Por permitirme culminar este sueño.

A los docentes de la Universidad

Que compartieron conmigo sus conocimientos, en especial a la Licda. Flor Jankowiak, Licda. Sucely de Díaz, Lic. Julio González y Dra. Rosa Ardón.

A las autoridades del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz; Sr. Ricardo Roca, director de la organización.

Por permitirme realizar el proyecto.

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Marco Conceptual	1
1.1 Antecedentes de la organización	1
1.1.1. Misión	2
1.1.2 Visión	2
1.2 Descripción del problema	3
1.3 Justificación	3
Pregunta de investigación	4
1.4 Objetivos de la investigación	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos	4
1.5 Alcances y límites	4
1.6 FODA	5
Capítulo 2	7
Marco Teórico	7
2.1 Antecedentes del sector	7

2.2 Desarrollo organizacional	7
2.2.1 Desarrollo	7
2.2.2 Organización	8
2.2.3 Definición de desarrollo organizacional	8
2.2.4 Clima organizacional	8
2.2.5 Organigrama	8
2.3 Estrategias	8
2.4 Tipos de estrategias	10
2.4.1 Estrategias de integración	10
2.4.2 Estrategias intensivas	10
2.4.3 Estrategias de diversificación	10
2.4.4 Estrategias defensivas	10
2.4.5 Estrategias de marketing	11
2.5 Mezcla de marketing	11
2.5.1 Producto	11
2.5.2 Precio	11
2.5.3 Plaza	11
2.5.4 Promoción	12
2.6 Publicidad	12
2.6.1 Campaña publicitaria	12

2.7 Concientizar	12
2.8 Responsabilidad social	12
2.8.1 Responsabilidad social para la salud	13
2.8.2 Responsabilidad social empresarial	13
Capítulo 3	14
Marco Metodológico	14
3.1 Metodología aplicada a la práctica	14
3.2 Objetivos de la investigación	14
3.2.1 Objetivo general	14
3.2.2 Objetivos específicos	14
3.3 Población a investigar	15
3.4 Sujetos	15
3.5 Muestra de la población	15
3.6 Instrumento	17
3.7 Procedimiento	17
Capítulo 4	18
4.1 Presentación de resultados de la investigación efectuada	18
Capítulo 5	26
5.1 Análisis e interpretación de resultados	26
Conclusiones	27

Capítulo 6	28
6.1 Propuesta	28
6.2 Propuesta de marketing	28
6.2.1 Objetivos de la propuesta	28
6.2.1.1 Objetivo general	28
6.2.1.2 Objetivos específicos	29
6.3 Estrategias de marketing	29
6.3.1 Estrategia de alianzas	29
6.3.2 Estrategia de relaciones públicas	34
6.4 Control y evaluación	38
6.5 Cronograma	40
6.6 Presupuesto	41
Referencias bibliográficas	47

Resumen

Este trabajo presenta la investigación realizada en el centro de salud de la cabecera departamental de Antigua Guatemala y a las personas de tercera edad que asistieron a la consulta respectiva.

En el primer capítulo se describe la estructura del Hogar y su funcionamiento.

El capítulo segundo presenta la teoría que sustenta la investigación, el concepto de organización, desarrollo organizacional, estrategias, etc.

El tercer capítulo, se refiere al sujeto a investigar, así como el tamaño de muestra para realizar dicha investigación.

El capítulo cuarto y cinco presentan los resultados y gráficas de la investigación realizada, la cual dio como resultado el poco conocimiento de la existencia y servicios que presenta la institución.

Y por último, en el capítulo seis se realizó la propuesta para crear una mejor comunicación entre la organización y la población en general, sobre los servicios que presta dicha institución y beneficios que puede obtener el adulto mayor.

Introducción

La investigación que más adelante se describe, presenta la situación real de la organización. El apadrinamiento hoy en día, es una ayuda brindada a una persona en especial, lo cual ha dejado de tornarse importante para cada uno de la sociedad y por ende ha desamparado a varios ancianitos.

Para información se presentan en este trabajo, cuadros estadísticos que muestran la realidad existente en relación a la falta de comunicación que está actualmente entre la institución y la población en general.

Estando consciente que es necesario un cambio en el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz y la población, se elaboró una propuesta de estrategias para mejorar o incrementar la ayuda hacia el adulto mayor de la institución antes mencionada, generando alianzas con empresas para ser el llamado a la población en general y realizar la invitación para incrementar la ayuda hacia la institución y las personas que la habitan.

Capítulo 1

Marco Conceptual

1.1 Antecedentes de la Organización

Progresistas, agasajaban al Presidente Ubico en el día de su cumpleaños, fiesta que duraba tres días. El 10 de noviembre de 1937, en el agasajo que tenían preparado, el presidente les dio las gracias y les dijo ¿no sería mejor que lo que gastaban en el homenaje en su honor se convirtiera en obras de beneficios para Guatemala?; Ahí tienen por ejemplo que el país carece de un Asilo Protector para la ancianidad. El mejor homenaje que el partido pudiere dar es que hoy mismo se inicie la construcción de un asilo de ancianos, yo por mi parte me suscribo con mil dólares y extendió el cheque por esa cantidad. El partido apoyó la idea, que pronto se contagió a todo el país, el público fue tan espontáneo para cooperar en esta obra de beneficencia, que el asilo de ancianos nació con la sencillez que inspira a la grandeza de servir a la comunidad.

En 1940 el Asilo ya era un establecimiento de beneficencia destinado para albergar a los ancianos, cualquiera que sea su sexo, sostenido por el estado, funcionaba como dependencia del Hospicio Nacional y tenía, como éste, el carácter de persona jurídica para aceptar y hacer efectivas las donaciones que se le hagan , el Director del Hospicio Nacional, tenía a su cargo el personal en nombre del poder Ejecutivo, los gastos de víveres, medicinas, ropa y demás útiles que suministrados por el Hospicio Nacional y su contabilidad la operaba el contador del Hospicio. El Asilo de Ancianos funcionó donde ahora es el instituto para Maestras de Educación para el hogar en la ciudad de Guatemala.

Actualmente el hogar de Ancianos funciona en una parte de la llamada “La Casa de Chamorro”, ésta casa de dos pisos del siglo XVII, es conocida como “La Casa de Las Sirenas” por las figuras que decoran su fachada.

En el libro 03301 aparece acta No. 4-61 de fecha 22 de noviembre de 1961 donde aparece por primera vez nombrado como Hogar “Fray Rodrigo de la Cruz”, en memoria del hombre que en 1663 ingresó al servicio religioso renunciado a su nombre original de Rodrigo de Arias como relata José Milla en su obra “Los Nazarenos”. Actualmente el hogar es una dependencia del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social considerado dentro de la red hospitalaria del país como institución especializada en el cuidado del adulto mayor, brinda atención de asilo, alimentación, vestuario, atención médica, paramédica y recreacional a una población recluida permanente de 135 pacientes provenientes de todo el país priorizando los ingresos a ancianos sin familiares y de escasos recursos económicos sin distinción de raza o religión.

El 23 de Abril de 2008, se inauguró el servicio de consulta externa, con el cual el hogar amplía los servicios que presta y se abre a la comunidad para brindar atención integral ambulatoria especializada para personas de la tercera edad.

1.1.1 Misión

Brindar atención integral al adulto mayor, previniendo, atendiendo y recuperando su salud, cuidando y satisfaciendo aspectos personales; alojamiento, alimentación, vestuario, rehabilitación y recreación, con calidad, humanidad, calidez, responsabilidad y paciencia.

1.1.2 Visión

Proporcionar cuidado integral al adulto mayor con calidad total, contando con los recursos suficientes y adecuados para satisfacer todas sus necesidades humanas, apegados a los avances científicos y tecnológicos actualizados y buscar su interacción con la comunidad mediante la ampliación de cobertura a adultos mayores ambulatorios.

1.2 Descripción del Problema

El Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz, es una institución de servicio que abrió sus puertas hace 74 años, (1940 – actualmente) para albergar y ayudar a personas de la tercera edad que no cuenta con recursos económicos para su mantenimiento.

A partir de la fecha indicada, el Hogar recibe a varias personas de la tercera edad para ofrecerles ayuda, en asuntos relacionados a la salud, albergue, alimentación, vestuario, etc. Y es aquí en donde empieza el problema.

La problemática que presenta el Hogar de Ancianos, es que hoy en día cuenta con 135 ancianos que residen en la institución antes mencionada, y la ayuda brindada es muy escasa, lo cual se le dificulta al Hogar poder darle a los ancianitos una estabilidad dentro de la institución.

Este factor económico, afecta directamente al mantenimiento de la organización y a los ancianos que residen en ella.

1.3 Justificación

La organización tiene el problema de no tener el recurso económico suficiente para el completo mantenimiento de la misma y de los ancianitos que residen en ella.

Desafortunadamente el estado no presta la ayuda necesaria a este tipo de instituciones, tanto económica, recurso humano, mucho menos infraestructura.

Esencialmente la comunicación y promoción es nula respecto al problema descrito anteriormente. Al carecer la organización la falta recursos económicos, se hace de suma importancia la comunicación efectiva entre la organización y la población en general sobre la solicitud de ayuda que se necesitan para poder salir adelante.

Por tal razón nace la idea de proponer estrategias para incentivar a la población, ya sea para solicitar apoyo económico para la organización en general o apadrinar a un ancianito que resida dentro del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Pregunta de investigación

¿Cuál es el factor que afecta, por el cual el Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz recibe muy poca ayuda económica para su mantenimiento.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

1. Desarrollar estrategias que permitan el apadrinamiento de residentes del Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Dar a conocer la ubicación del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, a la población en general, para recibir la ayuda económica, vestuario, juguetes, etc. Para los ancianitos residentes y/o la organización en general.
2. Describir oportunidades para generar alianzas entre empresas y el Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz para generar ingresos a la institución.
3. Brindar información a la población en general sobre cómo apadrinar a un ancianito.

1.5 Alcances y límites

La investigación ayudará a todas las organizaciones que son afines al Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz y que tengan los mismos problemas en la falta de conocimiento de la salud preventiva en el adulto mayor.

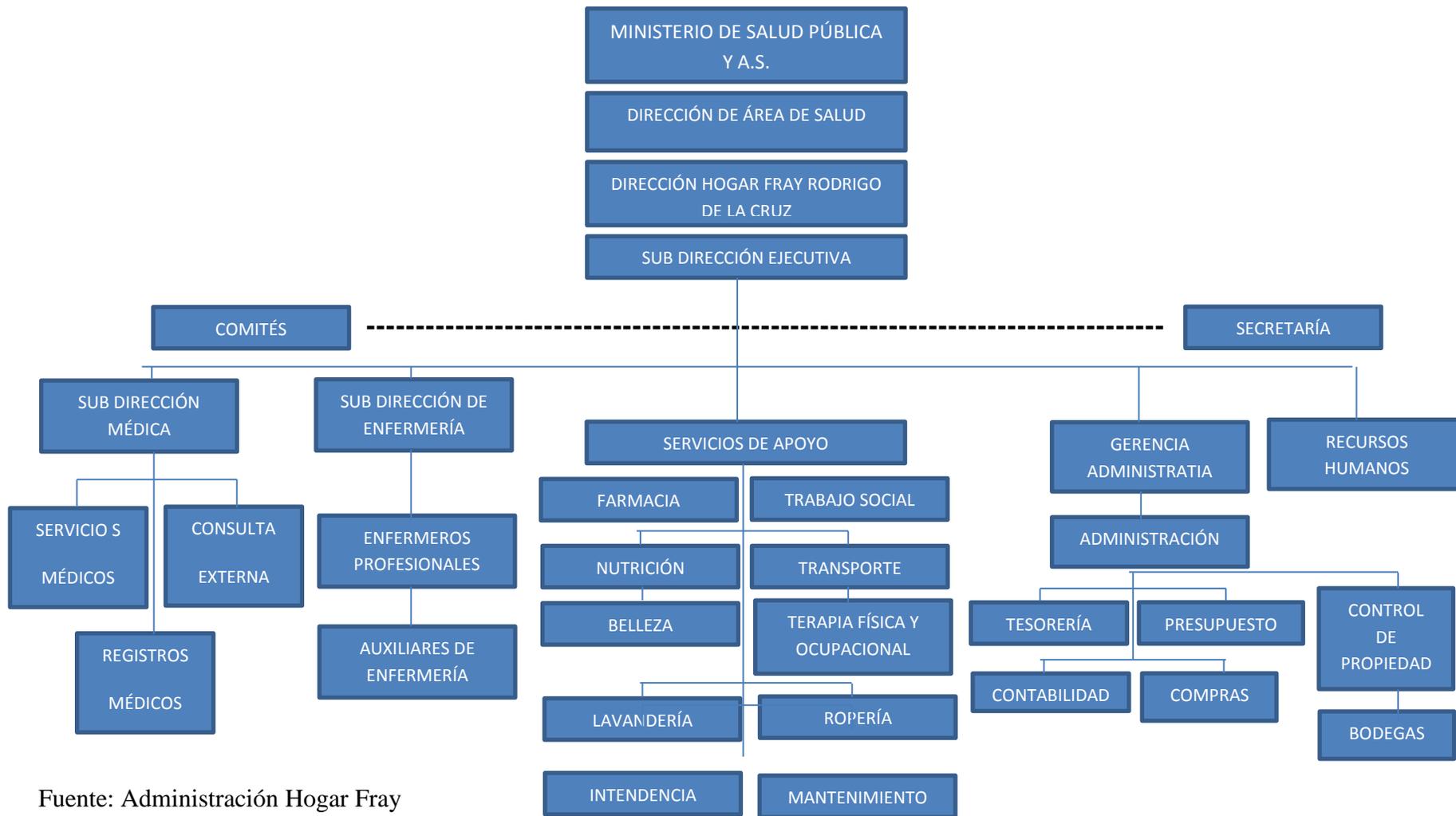
1.6 FODA

FORTALEZAS <ol style="list-style-type: none">1. Financiado por el Ministerio de Salud Pública2. Aportes de la Asociación de Apoyo y Servicio al Adulto Mayor, (SERVIRÉ).3. Brinda servicios integrales.4. Asilo con alimentación, vestuario y cuidados permanentes.5. Servicio ambulatorio en consulta externa.6. Rehabilitación y prevención de la salud.7. Recreación8. Excelente administración de fondos públicos y privados.9. Consultas gratuita.	OPORTUNIDADES <ol style="list-style-type: none">1. Apadrinar a cada uno de los ancianos residentes en el Hogar.2. Elaborar proyectos para recaudar fondos.3. Alianzas con empresas para recibir apoyo económico.4. Solicitar apoyo a instituciones para la recreación de los ancianitos.
DEBILIDADES <ol style="list-style-type: none">1. Falta de ayuda económica por parte de la población.2. Falta de apoyo comunal.3. Falta de conocimiento sobre la ubicación del Hogar.	AMENAZAS <ol style="list-style-type: none">1. Que el recurso del Ministerio de Salud Pública no llegara.2. Política: Cambio de gobiernos.3. Económicos: (política cambiaria económica), inflación.4. Sociales: grupos de presión culturales, manifestaciones, huelgas, paros, maras, inseguridad.5. Productos sustitutos, genéricos.6. Legales: impuestos, tratados, sueldo mínimo.

Fuente: Elaboración Propia

Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz

Estructura Organizativa Actual



Fuente: Administración Hogar Fray Rodrigo de la Cruz

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Antecedentes del sector

El departamento de Sacatepéquez cuenta con una red de servicios de consulta externa que se divide por 3 Centros de Salud Tipo B, este es un centro de atención que atiende 8 horas al día, cuenta con una gran cantidad de población por atender, el recurso humano es graduado y cuenta con una mayor cantidad de insumos; 5 Puestos de Salud Fortalecido, este tipo de puesto atiende 8 horas al día, cuenta con una población media por atender, el recurso humano es graduado y cuenta con una cantidad menor de insumos a comparación del Centro de Salud Tipo B; 11 Puestos de Salud los cuales atienden a una cantidad de población menor al Puesto de Salud Fortalecido, la mayoría del recurso humano no es graduado, cuenta con una cantidad menor de insumos y atienden 8 horas al día; 1 CENAPA, que es un Centro de Salud que atiende 12 horas al día y cuenta con personal graduado; y 1 CAP, es un Centro de Salud más avanzado, ya que atiende 24 horas al día, emergencias, maternidad y partos.

2.2 Desarrollo organizacional

2.2.1 Desarrollo

Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país. Se parte la idea que, desde la antigüedad, la humanidad ha tenido avances o ha progresado hacia lo que somos ahora. Este progreso no termina aquí, pues en la actualidad, la humanidad sigue avanzando y lo seguirá haciendo en el futuro; así nace la idea del desarrollo.

2.2.2 Organización

Son estructuras sociales diseñadas para lograr metas o leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.

2.2.3 Definición de desarrollo organizacional

Se caracteriza el desarrollo organizacional como el fortalecimiento de los procesos humanos dentro de las organizaciones, que mejoran el funcionamiento del sistema orgánico para alcanzar sus objetivos.

2.2.4 Clima organizacional

El clima organizacional suele estar relacionado al comportamiento del personal, el que tiene su origen y significado en el contexto de las estructuras jerárquicas e interacciones laborales. Las interacciones entre una persona y los miembros de su grupo de trabajo que están reguladas por las políticas y normas institucionales, constituyen los factores responsables de gran parte de los problemas del clima organizacional y del éxito o fracaso de la empresa. Asimismo, el trabajo es junto con la familia, uno de los ambientes más significativos para el desarrollo de las personas.

2.2.5 Organigrama

Es un diagrama que ilustra las líneas de dependencia que existen entre las unidades y las personas de una organización. (Hellriegel)

2.3 Estrategias

Kleppner (2001), define una estrategia como el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones por

realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner en orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de las oponentes inteligentes.

Una estrategia es una especie de curso o acción determinado, una guía para abordar una situación específica. De acuerdo con esta definición, las estrategias tienen dos características esenciales:

1. Se elaboran antes de realizar las acciones.
2. Se desarrollarán de manera consiente y con un propósito determinado.

Las estrategias de una empresa deben reunir las siguientes características:

1. Ser los medios o las formas que permitan lograr los objetivos. Los objetivos deben ser los “fines” y las estrategias “los medios” que permitan alcanzarlos.
2. Guiar al logro de los objetivos con la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible.
3. Ser claras y comprensibles para todos.
4. Estar alineadas y ser coherentes con los valores, principios y cultura de la empresa.
5. Considerar adecuadamente la capacidad y los recursos de la empresa.
6. Representar un reto para la empresa.
7. Poder ejecutarse en un tiempo razonable.

Se puede utilizar estrategias, por ejemplo, para:

1. Aprovechar oportunidades que se presenten en el entorno de la empresa.
2. Hacer frente a las amenazas del entorno, por ejemplo, para neutralizar o eliminar las fortalezas o estrategias de la competencia.
3. Aprovechar o reforzar las fortalezas o ventajas de la empresa.
- Neutralizar o eliminar las debilidades de la empresa.

2.4 Tipos de estrategia

2.4.1 Estrategias de integración

Buscan controlar o adquirir el poder negociador de los distribuidores, de los proveedores o de la competencia. Así pueden disminuir las amenazas que hay en el ambiente.

También ganar la propiedad o un mayor poder sobre estos, por lo cual, existen tres tipos de estrategia de integración: integración hacia delante, integración hacia atrás e integración horizontal.

2.4.2 Estrategias intensivas

Son aquellas en las que se quiere ser más competitivos, a través de la penetración del mercado, el desarrollo del mercado (introduciendo producto/servicio en nuevas zonas) y desarrollando nuevos productos y/o servicios o elaborándolos de manera más eficientes.

2.4.3 Estrategias de diversificación

Son aquellas estrategias en las que se busca crear otra línea de servicios o productos para la empresa, estén o no relacionados a los principales, incrementando de esta manera su oferta y por ende llegando a nuevos mercados.

Por ejemplo, si la empresa produce leche podría diversificarse en otros productos también relacionados como helados, quesos, jugos etc.

2.4.4 Estrategias defensivas

Estas son estrategias en caso de que la empresa se encuentre en riesgo o en caso de entornos que la limiten de cierta forma, así se tiene por ejemplo, la quiebra, desinversión, la liquidación o un encogimiento (reducción de costos y activos para revertir la disminución de ventas o utilidades).

2.4.5 Estrategias de marketing

(John W. Mullins) El interés principal de una estrategia de marketing es asignar y coordinar efectivamente los recursos de marketing y las actividades para alcanzar las metas de la compañía dentro de un mercado específico; por lo tanto, el tema decisivo respecto al ámbito de una estrategia de marketing es especificar los mercados objetivos para un producto particular o línea de productos. Posteriormente, las empresas buscan las ventajas competitivas y la sinergia a través de un programa de elementos mezclados de marketing bien integrado (las 4 pes: producto, precio, plaza y promoción) personalizado a las necesidades y deseos de los clientes potenciales en ese mercado objetivo.

2.5 Mezcla de marketing

(Edgar Asteguieta) Es la combinación de un producto que satisface la necesidad del consumidor, con el precio justo, ubicado en el lugar apropiado con la porción exacta de promoción para darlo a conocer al mercado meta.

2.5.1 Producto

Es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que además puede satisfacer un deseo o necesidad. Abarca objetos físico, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas.

2.5.2 Precio

(Kotler) Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio.

2.5.3 Plaza

Es el lugar donde se encuentra el producto en el mercado.

2.5.4 Promoción

Es la forma de estimular la compra y dar a conocer el producto.

2.6 Publicidad

Es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

2.6.1 Campaña publicitaria

Es una serie de mensajes publicitarios que comparten una misma idea y tema. Las campañas de publicidad aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.

2.7 Concientizar

El acto de concientizar tiene como objetivo que al menos una persona, o más personas, tome conciencia acerca de algo que le ocurre a sí mismo, o que sucede en su entorno, y de alguna manera puede verse afectado, puede desde su lugar colaborar en la transformación de eso que está ocurriendo a su alrededor. Se puede dilucidar sin mucho esfuerzo que concientizar se desprende del término conciencia. ¿Y qué es la conciencia? Es precisamente el conocimiento que una persona tiene de sí mismo y de todo su entorno, de todo lo que lo rodea, y lo que allí ocurre.

2.8 Responsabilidad social

La responsabilidad social es un término que se refiere a la carga, compromiso u obligación, de los miembros de una sociedad ya sea como individuos o como miembros de algún grupo tienen, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto. El concepto introduce una valoración positiva o negativa al impacto que una decisión tiene en la sociedad. Esa valorización puede ser tanto ética como legal, etc.

2.8.1 Responsabilidad social para la salud

La responsabilidad social para la salud se refleja en las acciones de los responsables de la toma de decisiones tanto del sector público como privado, para establecer políticas y prácticas que promuevan y protejan la salud. Las políticas y prácticas que aplican los sectores público y privado deben de evitar perjudicar la salud de los individuos; proteger el medio ambiente y garantizar el uso sostenible de los recursos; restringir la producción y el comercio de productos y sustancias inherentemente perjudiciales para la salud; proteger al ciudadano en el mercado y al individuo en el lugar de trabajo, e incluir evaluaciones del impacto sanitario centradas en la equidad como parte integral del desarrollo de las políticas.

2.8.2 Responsabilidad social empresarial

Se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Metodología aplicada en la práctica

La metodología que se utilizó en la presente investigación es de tipo descriptiva, ya que se necesita conocer el ¿Por qué? las personas recurren a última instancia a la consulta externa del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

3.2 Objetivos de la investigación

3.2.1 Objetivo general

1. Desarrollar estrategias que permitan el apadrinamiento de residentes del Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz.

3.2.2 Objetivos específicos

1. Dar a conocer la ubicación del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, a la población en general, para recibir la ayuda económica, vestuario, juguetes, etc. Para los ancianitos residentes y/o la organización en general.
2. Describir oportunidades para generar alianzas entre empresas y el Hogar de Ancianos Fray Rodrigo de la Cruz para generar ingresos a la institución.
3. Brindar información a la población en general sobre cómo apadrinar a un ancianito.

3.3 Población a investigar

El trabajo se realizó en el centro de salud ubicado en el municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez hacia personas de la tercera edad que visiten dicho centro.

3.4 Sujetos

La investigación de campo se llevó a cabo en el centro de salud del municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez, hacia pobladores de ambos sexos que oscilan entre las edades de 55 años en adelante, el 19 de mayo al 08 de junio 2014.

3.5 Muestra de la población

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

Z= Nivel de confianza (determinado por el investigador).

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada. *

d= Precisión (error máximo admisible, determinado por el investigador)

*Cuando no se conoce la probabilidad de éxito, se utiliza 0.5 (50%), la probabilidad de fracaso es $1 - p$.

Segmento

1. Población total de hombres y mujeres municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez.

41,097 habitantes

2. Cantidad de hombres y mujeres de 55 años en adelante del municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez.

999 habitantes

Fuente de información: Proyección INE del año 2014.

Para la población estratificada en el estudio y asignado a los niveles de confianza y precisión, el cual permita tener un tamaño de muestra que se pueda alcanzar, dado los recursos de tiempo y personal, se desglosa la fórmula, en donde:

$N = 999$

$Z = 95\% = 1.96$

$d = 5\%$

$p = 50\%$

$q = 50\%$

$$n = \frac{999 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (999 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{959.4396}{3.4554} = 278$$

n= 278 encuestas a realizar

3.6 Instrumento

Para realizar la investigación se recurrió al cuestionario, el que se administró a los sujetos descritos anteriormente en el centro de salud del municipio de Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez. El cuestionario está integrado por preguntas de respuesta cerrada.

3.7 Procedimiento

El trabajo de investigación se elaboró de la siguiente manera:

1. Se eligió la organización para trabajar.
2. Hubo un acercamiento con las autoridades, con las que ya se había platicado con anterioridad sobre la problemática presentada por la cual se realiza la investigación.
3. Se estableció el tema de investigación.
4. Se establecieron los objetivos generales y específicos.
5. Se determinaron las unidades de análisis para la investigación.
6. Se analizaron los alcances y las limitaciones de la presente investigación, a la vez de los aportes que dejará para las instituciones similares.
7. Se dio a conocer la población a investigar.
8. Se estableció el tipo de sujeto que se investigará.
9. Se estableció el tipo de instrumento a utilizar para recopilar información.
10. Se recopiló la información para conformar los antecedentes de la investigación.
11. Se Elaboró un instrumento aplicable a los sujetos individualmente.
12. Se presentará el proyecto concluido.

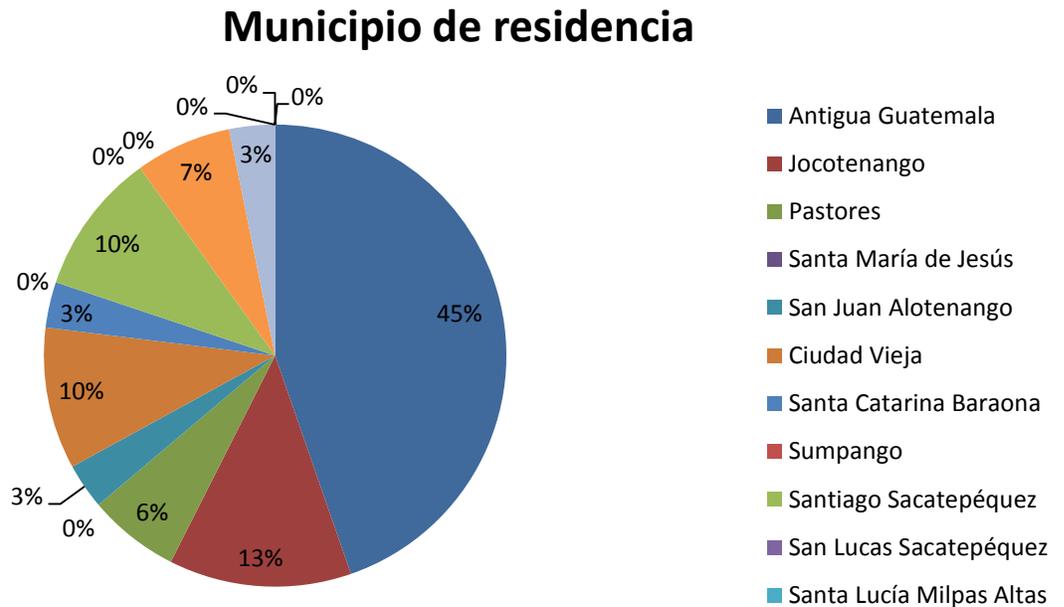
Capítulo 4

4.1 Presentación de resultados de la investigación efectuada

Porcentaje de entrevistados que residen en los municipios del departamento de Sacatepéquez

Tabulación No. 1

Gráfica 1:



La gráfica presentada anteriormente muestra que el mayor porcentaje de los entrevistados, residen en el municipio de Antigua Guatemala.

Fuente: Investigación propia.

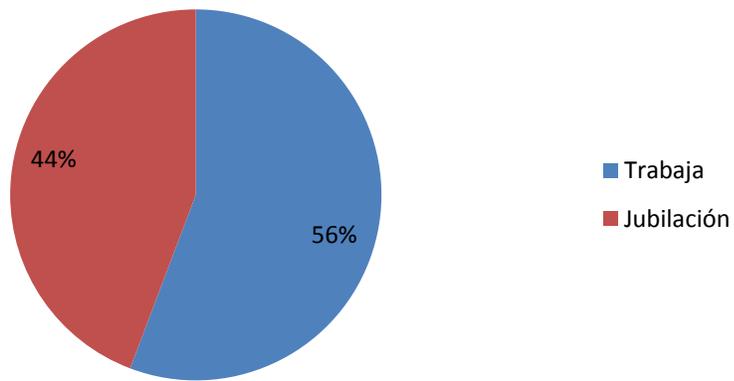
Entrevistados: 278 colaboradores.

Porcentaje de entrevistados que trabajan o reciben jubilación

Tabulación No. 2

Gráfica 2:

Trabaja o recibe jubilación



Existen un porcentaje equilibrado entre los colaboradores que trabajan y los colaboradores que reciben jubilación. El 56% de los entrevistados, tienen un trabajo o trabajan por su propia cuenta.

Fuente: Investigación propia.

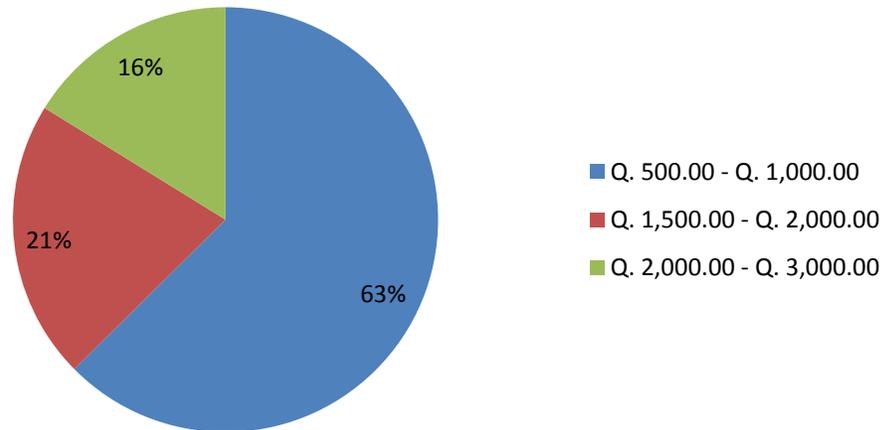
Entrevistados: 278 colaboradores.

Porcentaje de rango de ingresos obtenidos por
cada entrevistado

Tabulación No. 3

Gráfica 3:

Rango de sus ingresos



Se puede observar que el salario o los ingresos que obtiene cada uno de los colaboradores mensualmente, en su mayoría no superan los Q 1,000.00.

Fuente: Investigación propia.

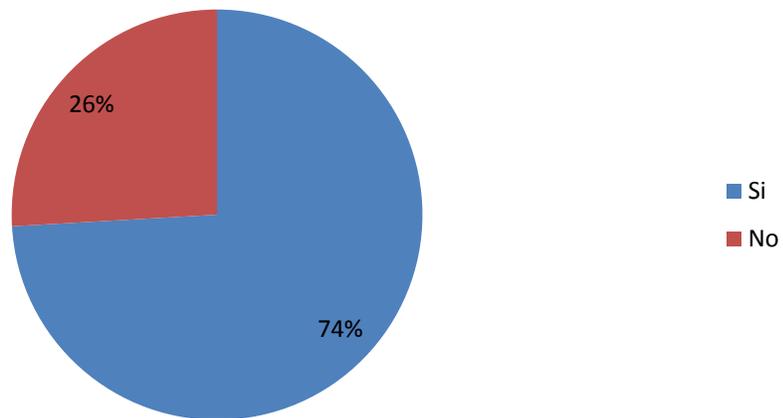
Entrevistados. 278 colaboradores.

Porcentaje de entrevistados que conocen el
Hogar Fray Rodrigo de la Cruz

Tabulación No. 4

Gráfica 4:

**Conocimiento del Hogar Fray Rodrigo de la
Cruz**



El 74% de los colaboradores entrevistados argumentaron que si conocen el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, sin embargo, lo conocen por información o recomendaciones que les han brindado familiares y amigos.

Fuente: Investigación propia.

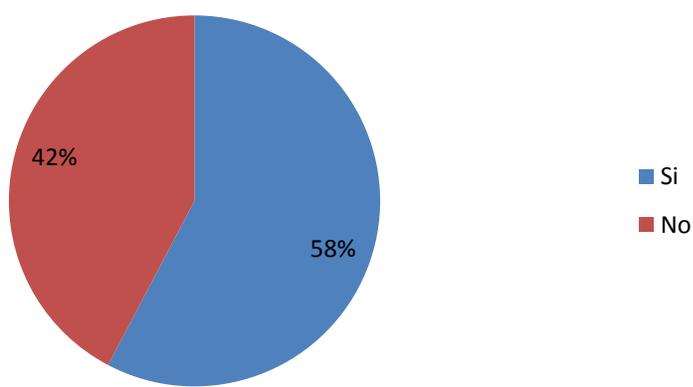
Entrevistados: 278 colaboradores.

Porcentaje de los entrevistados que conocen los servicios
que brinda el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz

Tabulación No. 5

Gráfica 5:

Conoce los servicios que presta



La gráfica anterior muestra que del 74% de los colaboradores que argumentaron que si conocen la existencia de la institución, el 58% si conoce los servicios que presenta, sin embargo, no los conoce en su totalidad.

Fuente: Elaboración propia.

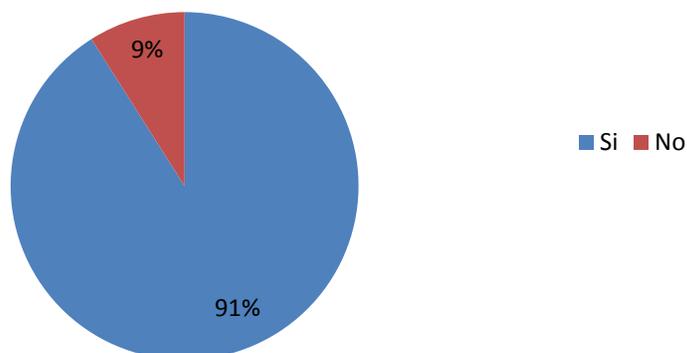
Entrevistados: 206 colaboradores.

Porcentaje de los entrevistados que brindarían apoyo a los ancianitos residentes del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz

Tabulación No. 6

Gráfica 6:

Ayuda a los ancianos residentes de la institución



El 91% de los entrevistados, argumentaron que brindarían ayuda a los ancianitos residentes de la organización, si tuvieran la oportunidad y la posibilidad de hacerlo.

Fuente: Elaboración propia.

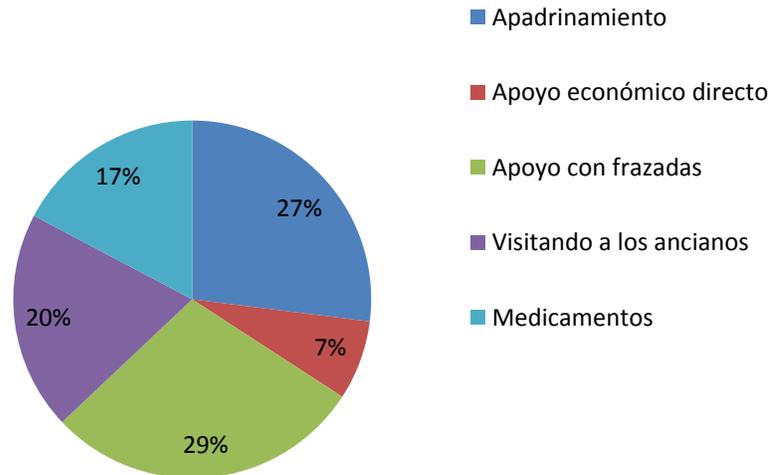
Entrevistados: 278 colaboradores.

Porcentaje de los entrevistados que brindarían de alguna manera apoyo a los ancianitos residentes del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz

Tabulación No. 7

Gráfica 7:

Manera de ayuda de la población hacia los ancianos residentes



En la gráfica anterior, los entrevistados argumentaron en 29% que apoyarían con frazadas a los ancianitos de la organización; sin embargo, el 27% argumentó que brindaría ayuda apadrinando a las personas residentes de la tercera edad.

Fuente: Elaboración propia.

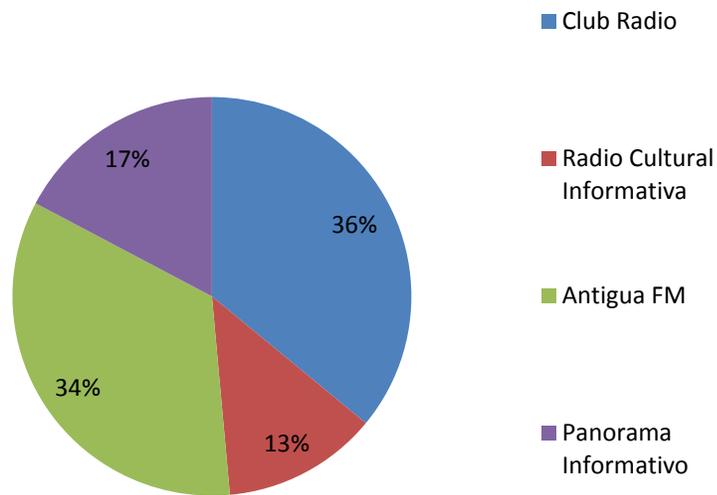
Entrevistados: 278 colaboradores.

Porcentaje de los entrevistados que escuchan la diferentes radios de Antigua Guatemala

Tabulación No. 8

Gráfica 8:

Emisoras de radios



Los 36% de los entrevistados argumentaron que escuchan la estación de club radio, sin embargo, el 34% comento que escuchan estación de Antigua FM.

Fuente: Elaboración propia.

Entrevistados: 278 colaboradores.

Capítulo 5

5.1 Análisis e interpretación de resultados

Se realizaron las entrevistas necesarias hacia el grupo objetivo con el propósito de conocer el porcentaje de personas que estarían dispuestas a ayudar a cada uno de los ancianos residentes en el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, así como también en la manera que lo harían.

En la investigación realizada, se pudo observar que varias de las personas que se entrevistaron, no conocen la existencia ni ubicación de la organización antes mencionada, por lo cual es un factor que afecta en la ayuda hacia la institución y por ende a los ancianitos residentes.

También se debe tener en cuenta que la institución no recibe los fondos suficientes para su mejor funcionamiento, pues generalmente se desenvuelve con aportes de instituciones y personas particulares que lo hacen y por algunos eventos que realizan algunos grupos religiosos o de beneficio social que con la venta de producto ayudan al sostenimiento.

Tal y como se muestra en la gráfica no. 7, el 100% estaría dispuesto a ayudar a cada uno de los ancianitos y la institución de diferentes maneras, sin embargo, no existe ningún traslado de información por parte de la organización hacia la población en general, sobre ubicación y servicios prestados, mucho menos solicitando ayuda para sostener de una mejor manera el Hogar.

Además, por medio de la investigación se pudo determinar que estación de radio es de mayor afluencia dentro de nuestro mercado meta, para la toma de decisiones al momento de poder realizar un spot publicitario para solicitar ayuda a la población en general.

Conclusiones

1. La población en general no cuenta con información sobre como apadrinar a un ancianito residente del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.
2. A través de la investigación, se pudo observar la falta de conocimiento de ubicación y la existencia de la organización antes mencionada.
3. La falta de comunicación e información que existe entre la organización y la población, ha afectado la ausencia de conocimiento sobre los servicios que presta el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Capítulo 6

6.1 Propuesta

Estrategias de relaciones públicas y comunicación

Aprovechando los recursos locales en relación a medios de publicidad oral y escrita, realizar una avanzada con visitas y entrevistas ante las personas responsables de cada institución, grupo o individual para lograr acuerdos y cooperación, especialmente para a conocer las funciones del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz y realizar la invitación de ayuda a la población en general, para el beneficio de cada uno de los ancianitos que residen en la organización.

Conjuntamente con el centro de salud, puestos de salud y organizaciones que tengan objetivos similares, coordinar y planificar acciones que permitan hacer más efectivo el accionar institucional sobre el apadrinamiento y alianzas con empresas para el apoyo a la institución.

Por otro lado, realizar invitaciones a distintos centros educativos, con el fin de dar a conocer aún más el Hogar y así recibir diferentes donaciones y generar un ambiente agradable, dentro de la organización, para cada uno de los ancianitos.

6.2 Propuesta de marketing

6.2.1 Objetivos de la propuesta

6.2.1.1 Objetivo general

1. Propuesta de un plan de mercadeo para el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, que permita generar apoyo económico a la organización y apadrinamiento para cada uno de los ancianitos residentes.

6.2.1.2 Objetivos específicos

1. Trasladar la información a la población de la tercera edad, sobre la existencia y ubicación del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.
2. Brindar información sobre apadrinamiento de ancianos del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.
3. Plantear estrategias de recaudación de fondos para el apoyo al adulto mayor.

6.3 Estrategias de marketing

6.3.1 Estrategia de alianzas

Táctica 1 – “Afiches en farmacias” -

	Objetivo	Táctica	Recurso	Responsable
Farmacias	Lograr a través de las farmacias, el apoyo de tráfico de personas hacia el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.	Agendar una reunión con encargados o dueños de farmacias líderes en el sector, para brindar información y detalle de la estrategia.	Humanos: Director – servicio social del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, encargado o dueño de la farmacia y personal de farmacia.	Servicio Social Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Metodología

A través de un diálogo entre la dirección del Hogar y propietarios, regente o responsables de las farmacias que seleccione, llegar a un acuerdo respecto a la estrategia, con el objetivo de generar tráfico a través de ellas, hacia la institución.

1. La dirección del Hogar enviará al paciente con una receta o registro respectivo a la farmacia a requerir su producto, con el propósito de que reciban un precio especial o descuento siempre y cuando estos (pacientes) hayan sido atendidos por el cuerpo médico del Hogar.
2. La institución permitirá la colocación de roll up de la farmacia que nos apoye, dentro de las instalaciones de dicha organización.
3. Colocación de un afiche en las instalaciones de la farmacia, sobre información para apadrinar a un ancianito del Hogar y solicitud de apoyo económico, al público en general.

Táctica 2 – “Mensaje de amor”-

	Objetivo	Táctica	Recurso	Responsable
Radios comunitarias	Lograr apoyo a través de menciones sin ningún costo, ya que las radios comunitarias están para dar ayuda a la población.	Realizar una reunión con dueños o encargados de la estación radial comunitaria para llegar a un acuerdo entre ambas partes.	Humano: Director – servicio social de la organización y dueños o encargados de las radios comunitarias.	Servicio social Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Metodología

A través de un diálogo entre la dirección del Hogar y propietarios o encargados de la radio comunitaria para el efecto, así:

1. El Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, solicitará apoyo a las radios comunitarias y comerciales con menciones sobre la ubicación y solicitud de apoyo económico para la institución.

2. La organización permitirá la publicidad de la radio comunitaria (afiche) dentro de la institución.
3. De esta manera, ambas partes obtendrán beneficios uno del otro; el hogar obtendrá menciones y la radio comunitaria obtendrá publicidad dentro del Hogar, sin ningún costo.

Radios de apoyo

- Radio cultural y educativa – Ubicación: PATZUN, Chimaltenango – Estación: 1000 AM – Teléfono: 2250-0937 / 5358-3357
- Antigua FM – Ubicación: Av. Recolección No. 2 Antigua, Guatemala – Estación: 91.3 - Teléfono: 7832-7080
- Club Radio – Ubicación: 7 C Poniente No. 14 A Antigua, Guatemala – Estación: 102.5 - Teléfono: 7832-9014
- Panorama Informativo – Ubicación: Calle Ancha No. 35 Antigua, Guatemala – Estación: 88.9 - Teléfono: 7832-0959

Copy radio

	Copy
1. SFX	Audio ambiente música de fondo (jazz o clásica contemporánea) (3'')
2.	
3. Locutor 1 (voz de abuelito)	Dime que me quieres (2'')
4.	
5.	He pensado que las flores, las frases bonitas y un poco de tu tiempo, lo necesito ahora (5'')
6.	
7. Locutor 2	Los ancianitos del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, necesitan un granito de tu ayuda. Visítanos en 4ta. Av. Sur No. 6, Antigua Guatemala. Además,

	contamos con servicio de asilo y consulta externa ambulatoria (10'')
8.	
9. Out	Música de fondo (jazz o clásica contemporánea) (2'')

Táctica 3 – “Día de los abuelitos” -

	Objetivo	Táctica	Recurso	Responsable
4. Colegios privados en Antigua Guatemala	Dar a conocer a los colegios el proyecto del “Día de los abuelitos” para que los alumnos compartan un momento con ellos y que los ancianitos disfruten sus últimos días.	Visitar a cada uno de los colegios privados que se encuentren el sector, los cuales hayan sido seleccionados para presentarle la propuesta.	Humano: Director – servicio social del Hogar y dueños o directores de colegios privados. Materiales: Presentación Power Point.	Servicio social Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, alumnos y directores de los colegios.

Metodología

A través de un diálogo y la realización de una presentación en Power Point, se propondrá lo siguiente:

1. Dar a conocer los antecedentes de la institución hacia el colegio.
2. Realizar la invitación a los distintos colegios para la participación en el proyecto del “Día de los abuelitos”.

3. La actividad tendrá lugar en las instalaciones del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, con la presencia de las autoridades del colegio elegido y el grupo de alumnos escogidos por sus directores, para que interactúen con los abuelitos por un momento y así poder compartir con ellos y brindarles una sonrisa.
4. Realizar el llamado de radios comunitarias, radios comerciales, medios escritos, etc. Para que den a conocer la actividad realizada y trasladar un mensaje de solicitud de apoyo económico y apadrinamiento a cada uno de los ancianitos, así como también, realizar la mención del colegio que participó en la actividad.
5. El colegio obtendrá publicidad gratuita en los medios por la participación en la actividad antes descrita.
6. Colocación de afiches del hogar en cada uno de los colegios.

Colegios a participar

- Colegio Tridentino – Ubicación: 7 Colonia San Francisco – Tel: 7832-2944
- Colegio Antigua – Ubicación: 10 Colonia San Francisco – Tel: 7832-6275
- Colegio La Salle – Ubicación: 4Av. Norte 26 – Tel: 7832-0556
- Liceo Antigüeño – Ubicación: 3 Calle Oriente 11 Zona 1 – Tel: 7832-7212
- Colegio Boston – Ubicación: 4 Calle 1 Avenida 10 Zona 1 – Tel: 7832-1617
- Colegio Santa Familia – Ubicación: 4 Calle Poniente 28 – Tel: 7832-0627
- Colegio Liceo Rosales – Ubicación: 5 Calle Oriente 12 – Tel: 7832-0567

6.3.2 Estrategia de relaciones públicas

Táctica 1- “Da lo mejor de ti”

	Objetivo	Táctica	Recurso	Responsable
5. Facultad de Psicología (UPANA)	Hacer que los estudiantes de la facultad de Psicología, en el curso “Clínica” que llevan en su pensum y en el cual realizan una práctica, puedan realizarla en el Hogar.	Visitar a los ancianitos al Hogar para pasar un momento con ellos para brindarles su ayuda, ya sea de forma emocional, etc.	Humano: Directos – servicio social del Hogar, alumnos y autoridades de la Facultad de Psicología del UPANA.	Servicio social de Hogar Fray Rodrigo de la Cruz y estudiantes de la facultad de Psicología del curso “Clínica”.

Metodología

A través de una reunión entre la directiva del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz y autoridades y alumnos de la Facultad de Psicología de la Universidad Panamericana, se presentará lo siguiente:

1. Información de ubicación y servicios que presta la organización.
2. Solicitud de apoyo hacia las autoridades y alumnos de la Facultad antes mencionada, para la realización de la práctica del curso “Clínica” que llevan en el pensum de la carrera de Psicología.
3. Brindar ayuda por parte de los alumnos de Psicología hacia los abuelitos, de forma emocional, apoyo, etc.

Táctica 2 – “Ayúdame a ayudar”-

	Objetivo	Táctica	Recursos	Responsable
Dr. Mark Arellano	Solicitar apoyo al Dr. Arellano, para la recaudación de fondo el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, en cenas de gala, eventos, ferias, etc.	Agendar una reunión con el director de la organización – servicio social y el Dr. Mark Arellano para dar a conocer la institución y solicitar ayuda.	Humanos: Director – servicio social y Dr. Mark Arellano.	Servicio social de Hogar Fray Rodrigo de la Cruz y Dr. Mark Arellano.

Metodología

Agendar una reunión entre el Dr. Mark Arellano y director – servicio social para informar al Dr. Sobre la existencia del hogar y la posibilidad de poder recibir ayuda para la institución.

1. Llevar una presentación en Power Point para darle a conocer al Dr., la institución, las condiciones en las que está, y la ayuda que necesita.
2. Ver las posibilidades que existen para que el Dr. Arellano nos apoye y nos pueda brindar ayuda, ya sea a través de eventos, conciertos, cenas de gala, etc.

Táctica 3 – “Difunde mi mensaje” -

	Objetivo	Táctica	Recurso	Responsable
6. Centro de salud	A través del centro de salud, informar a la población sobre como apadrinar a un ancianito y solicitar apoyo económico.	Colocación de afiches en el centro de salud del municipio de Antigua Guatemala.	Humano: Director – servicio social del Hogar, encargados del centro de salud. Materiales: Afiches	Servicio social del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Metodología

Realizar una reunión entre la directiva y encargado del centro de salud antes descrito, para la presentación de la propuesta.

1. Brindar información al centro de salud para que conozcan a fondo el giro de la institución y de cómo apadrinar a un ancianito.
2. Pegar afiches en los muros de las instalaciones del centro de salud, brindando la información sobre la ubicación del Hogar para recibir el apoyo.
3. Presentarle la propuesta al centro de salud como la generación de ayuda hacia ellos, para lograr prestar un mejor servicio a los adultos de tercera edad.

Táctica 4 – “Patrocina a un abuelito”-

	Objetivo	Táctica	Recursos	Responsable
7. Proyecto de patrocinio	Patrocina a un abuelito hoy, y le garantizarás ropa, juguetes, etc.	Realizar una campaña de patrocinio para los viejitos, a través de la colocación de afiches en diferentes lugares del sector.	Humanos: Director – servicio social. Materiales: Afiches.	Servicio social Hogar Fray Rodrigo de la Cruz.

Metodología

Crear una campaña de patrocinio hacia los ancianos de la organización antes mencionada, para lograr a través de ella, encontrar una ayuda para beneficiar aún más al viejito, la cual tendrá un proceso de la siguiente manera:

1. El Hogar realizará el diseño de los afiches que se utilizarán en esta campaña, dando a conocer los beneficios que obtendrá el viejito que sea patrocinado por algún colaborador, ubicación de la institución, y forma de patrocinio.
2. Forma de ayuda: Visitar el hogar directamente y escoger al viejito que desea apadrinar el colaborador, realizado un compromiso por parte de ambas partes, donde el colaborador brindará un depósito establecido por su persona, de manera mensual; la institución utilizará el recurso económico para la mejora de instalaciones, compra de artículos o juegos para que el viejito se divierta y ejercite su mente, vestuario, etc.

3. La organización estará en la obligación de enviar fotos y datos financieros de la utilización del dinero depositado por el colaborador, para que él mismo pueda observar de qué manera se ha aprovechado el recurso y ha beneficiado a su viejito.
4. Aperturar una cuenta monetaria en el banco BANRURAL para que el colaborador pueda realizar el depósito de la cantidad acordada de forma mensual.

6.4 Control y evaluación

1. Alianzas con farmacias

No.	Nombre del paciente	Motivo de visita	Farmacia que recomienda	Código de farmacia	Fecha

2. Radios comunitarias

No.	Nombre de la radio	Cantidad de menciones en el día	Horario de menciones	Fecha

3. Colegios privados

No.	Nombre del colegio	Fecha de visita	Cantidad de alumnos	Nombre del director o encargado

4. Estudiantes de Psicología de la UPANA

No.	Nombre del alumno	Fecha de visita	Encargado	Firma

5. Patrocinio

No.	Nombre del patrocinador	Nombre del abuelito patrocinado	Monto de patrocinio	Fecha de depósito	No. De depósito

6. Capacitaciones

No.	Nombre del paciente	Nombre del capacitador	Tema	Fecha

6.5 Cronograma

Actividad / Táctica	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Alianza con farmacias	X	X	X									
Alianza con radios comunitarias	X	X	X									
Alianza con colegios		X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Alumnos de Psicología / UPANA				X								
Dr. Mark Arellano							X					
Centro de Salud	X	X	X									
Patrocinio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Capacitaciones		X		X		X		X		X		

6.6 Presupuesto

No.	Actividad / Descripción	Costo Variable	Cantidad	Total
1	Visita a farmacias / gasolina	Q 100.00		Q 100.00
2	Visita a radios comunitarias / gasolina	Q 150.00		Q 150.00
3	Visita a colegios privados / gasolina	Q 200.00		Q 200.00
4	Visita al Dr. Mark Arellano / gasolina	Q 150.00		Q 150.00
5	Visita al centro de salud / gasolina	Q 50.00		Q 50.00
6	Diseño de afiches sobre salud preventiva	Q 150.00		Q 150.00
7	Impresión de afiches sobre salud preventiva en tamaño 11" X 17" calidad de papel opalina de 180 gr.	Q 34.00	15	Q 510.00
8	Diseño de afiches de patrocinio a un abuelito	Q 150.00		Q 150.00
9	Impresión de afiches patrocinio a un abuelito en tamaño 11" X 17" calidad de papel opalina de 180 gr.	Q 34.00	15	Q 510.00
10	TOTAL			Q 2,020.00

- El costo total de la inversión será obtenido a través de la asociación SERVIRÉ, la cual apoyará a la organización con la realización de baratillo, venta de comida, venta de ropa, etc.

ANEXOS



Edad _____ Sexo (F) _____ Sexo (M) _____

Soltero (a) Casado (a) Viudo (a) Divorciado (a)

1. ¿En que municipio del departamento de Sacatepéquez vive?

Antigua Guatemala	<input type="checkbox"/>	Santiago Sacatepéquez	<input type="checkbox"/>
Jocotenango	<input type="checkbox"/>	San Lucas Sacatepéquez	<input type="checkbox"/>
Pastores	<input type="checkbox"/>	Santa Lucía Milpas Altas	<input type="checkbox"/>
Sanata María de Jesús	<input type="checkbox"/>	Magdalena	<input type="checkbox"/>
San Juan Alotenango	<input type="checkbox"/>	Dueñas	<input type="checkbox"/>
Ciudad Vieja	<input type="checkbox"/>	San Antonio AC	<input type="checkbox"/>
Santa Catarina B.	<input type="checkbox"/>	Xenacoj	<input type="checkbox"/>
Sumpango	<input type="checkbox"/>	San Bartolomé MA	<input type="checkbox"/>

2. ¿Usted trabaja o recibe jubilación?

Trabaja

Jubilación

3. ¿En qué rango están sus ingresos?

Q. 500.00 – Q. 1,000.00

Q. 1,500.00 – Q. 2,000.00

Q. 2,000.00 – Q. 3,000.00

4. ¿Conoce el Hogar Fray Rodrigo de la Cruz?

Si

No

¿Por qué? -----

5. Si su respuesta es sí, ¿Conoce los servicios que presta?

Si

No

¿Por qué? -----

6. Su tuviera la oportunidad de ayudar a los ancianitos residente del Hogar Fray Rodrigo de la Cruz, ¿lo haría?

Si

No

7. ¿A través de qué manera ayudaría a los ancianitos de la organización antes mencionada?

Apadrinamiento

Apoyo económico directo

Apoyo con frazadas

Visitando a los ancianitos

Medicamentos

Otro -----

8. ¿Qué radio escucha usted?

Club Radio

Radio Cultural Informativa

Antigua FM

Panorama Informativo

Otra -----



COTIZACIÓN

FACTURAR A NOMBRE DE Victor Mmaldonado

NIT PARA FACTURAR: _____

FECHA DE EMISION: 02/12/2014

ATENCION A :

CANTIDAD	DESCRIPCION	Precio Unitario	TOTAL
2	Diseño de afiche	Q. 150.00	Q. 300.00
30	Impresiones de afiches en tamaño 11” X 17” calidad de papel opalina de 180gr.	Q. 34.00	Q. 1020.00
30	Impresión de afiches en tamaño 13 x 8.5 en opalina 180.00 grs.	Q. 13.00	Q. 390.00

En espera de poder seguir sirviéndole,

Atentamente,

Victor Ralda

Ejecutivo de vetas Z.13

Boulevard Liberacion 15-86 zona 13 edif. Obelisco local B

TEL: 2361-9581 – 2362-6687

Referencias bibliográficas

Asteguieta, Edgar. *Marketing Estratégico*.

Organización. Recuperado

<http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n>

Desarrollo Organizacional. Recuperado

<http://www.monografias.com/trabajos10/deor/deor.shtml>

Estrategia de integración. Recuperado

<http://estrategiasdeintegracion.blogspot.com/>