






**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS
INGENIERIA DE SISTEMAS**

TESINA PARA OPTAR AL TITULO DE INGENERO DE SISTEMAS

TITULO:

**PLAN ESTRATEGICO DE PUBLICIDAD PARA EL PROGRAMA PATRIMONIO HOY DE
LA CÉLULA BATAHOLA SUR**

Elaborado por:

-  **Esperanza del Socorro Solís Medal 2003-18585**
-  **María Elena López Ampie 9712506-5**
-  **Adonis Salvador Arauz González 20-19386-5**

Tutora: Msc. Hazzely del Carmen Orozco Miranda

Viernes 23 de Junio 2017

RESUMEN

La presente investigación se basó en diseñar un plan estratégico de publicidad, para la adecuación de los procesos de publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Este plan tiene por objetivo mejorar los medio que se utilizan actualmente para promover este programa como (Volante, Perifoneo y Mantas), para garantizar una mejor proyección de publicidad.

Para el desarrollo de este plan, se realizó un estudio de investigación exploratorio y concluyente, estos nos permitieron conocer la operatividad funcional de los medios publicitarios del Programa, se identificó que los procesos de publicidad que no están siendo efectivos, durante el 2do semestre del año 2016 se observó una disminución en la captación de nuevos afiliado, con un déficit promedio de 5 afiliados por mes.

El Análisis FODA en conjunto con el análisis PEST fueron esenciales en nuestro estudio, este análisis midió el mercado y el potencial de Patrimonio Hoy según sus factores externos (Político, Jurídico, Económico, Comercial, Socio cultural, Demográfico, Natural y Tecnológico), el análisis FODA nos permitió conocer los factores externos (Oportunidades y Amenazas) e internos (Fortaleza y Debilidades), en su orden lógico ayudó a comprender, presentar, discutir y tomar decisiones ante la situación de Patrimonio Hoy. A través de la herramienta FODA nacen 6 estrategias, de las cuales 3 se determinaron como principales o críticas para el Programa, donde se le formuló meta, objetivo, y tareas a sus respectivas actividades.

En la fase del diseño el plan estratégico de publicidad se propuso misión y visión, luego se continuó con el plan de acción para la implementación de las estrategias, finalizando con el presupuesto que representa cada una de las estrategias, que serán las directrices para poner en camino el Plan Estratégico de Publicidad para el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur.

De esta manera se pudo concluir que con la implementación de este Plan, se generará un mejor desempeño en los proceso de publicidad del programa, garantizando una mejor proyección de Patrimonio Hoy y lograr que más familias se afilien a este proyecto social de Cemex.

DEDICATORIA

Se agradece individualmente por cada uno de los integrantes de tesina:

A mi madre Francis González, que me enseñó la importancia de la disciplina y dedicación en cada actividad de mi vida, quien ahora me guía desde el cielo y aún está a mi lado en cada paso que doy. A mi hermana Jennsy Aráuz a quien amo, admiro y respeto por ser una persona ejemplar llena de virtudes y valores, por tantos momentos de alegrías y tristezas que hemos compartido y por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo para realizar las metas que me he fijado en cada etapa de mi vida.

Br. Adonis Salvador Aráuz González

A Dios primeramente por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy.

A mis padres por guiar mis pasos hacia el conocimiento, por sembrar valores que hacen de mí ser una persona mejor, ellos me enseñaron con sus hechos y convicciones a madurar y vencer todos los obstáculos que te pone la vida para lograr con éxito mis objetivos.

Br. María Elena López Ampié

A mi superman José Solís Rodríguez por ser mi mayor ejemplo de superación personal por sobre cualquier discapacidad física, a mi mamá Carmen Rodríguez por siempre ser mi mejor amiga y animadora para seguir adelante ante cualquier dificultad, estén donde estén mil gracias por ser mis dos pilares y hacerme una persona de bien.

Br. Esperanza del Socorro Solís Medal

INDICE

Introducción -----	1
Planteamiento del Problema -----	3
Justificación -----	4
Objetivos -----	5
CAPÍTULO I: Análisis Situacional del Programa Patrimonio Hoy -----	6
1.1 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO -----	6
1.1.1 Entorno Político - Legal -----	7
1.1.2 Entorno Jurídico -----	8
1.1.3.- Entorno Económico -----	9
1.1.3.1 Entorno Comercial -----	9
1.1.4.- Entorno Socio - Cultural -----	10
1.1.4.1- Entorno Demográfico -----	11
1.1.4.2- Entorno Natural -----	12
1.1.4.3- Educación -----	12
1.1.4.4 Salud -----	13
1. 1.5 -Entorno Tecnológico -----	14
1.2.- ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO -----	14
Cinco Fuerzas de Porter -----	15
1.2.1- Nuevos Competidores -----	15
1.2.2 - Competidores -----	16

1.2.3- Proveedores	16
1.2.4 - Compradores Finales	17
1.2.4.1 - Fuerza dominante	17
1. 2.5.- Sustitutos	18
1.3.- ANALISIS INTERNO DELPROGRAMA PATRIMONIO HOY	18
1.3.1- Funcionamiento del Programa Patrimonio HOY	18
1.3.2- Beneficios del Programa Patrimonio HOY	19
1.3.3- Requisitos para afiliarse al Programa Patrimonio Hoy en la Célula Batahola Sur.	19
1.3.4- Marco Empresarial de Cemex	20
1.3.4.1- Misión	20
1.3.4.2- Visión	20
1. 3.4.3- Valores	20
1.3.4.4- Estrategias	21
1.3.5- Estructura organizativa	21
1.3.6- Componentes involucrados en la publicidad del Programa Patrimonio Hoy y sus procesos.	23
1. 3.6.1- Procedimientos actuales dentro del flujo de proceso de la publicidad del Programa Patrimonio Hoy.	23
1.3.6.1.1- Perifoneo y mantas del Programa Patrimonio Hoy	23
1.3.6.1.2- Charlas informativas diarias internas del Programa Patrimonio Hoy.	24
1.3.6.1.3-Charlas informativas externas del Programa Patrimonio Hoy	25

1.3.6.2- Otras formas actuales de publicitar el Programa Patrimonio Hoy-----	26
CAPITULO II: Diseño de las Estrategias-----	28
2.1. Propuesta de Misión y Visión del Programa Patrimonio Hoy-----	28
2.2. Análisis FODA-----	28
2.3- Matriz de Evaluación de Factores Externos-----	31
2.4- Matriz de Evaluación de Factores Internos-----	33
2.5. Matriz Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas-----	35
2.6 Definición de las estrategias Resultantes-----	36
2.7 Matriz de Impacto Cruzado para las estrategias-----	37
2.8 Análisis de las estrategias seleccionadas-----	39
CAPITULO III: Plan de Acción y Presupuesto de las Estrategias-----	42
3.1 Plan de Acción-----	43
3.2 Costo del Plan Estratégico de Publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur-----	44
Conclusiones-----	47
Recomendaciones-----	48
Bibliografía-----	49

Anexo 1	I
Anexo 2	II
Anexo 3	III
Anexo 4	V
Anexo 5	VI
Anexo 6	IX
Anexo 7	XII
Anexo 8	XIII
Anexo 9	XIV
Anexo 10	XV
Anexo 11	XVI
Anexo 12	XVII
Anexo 13	XVIII
Anexo 14	XX

INTRODUCCIÓN

El Programa Patrimonio Hoy es una iniciativa de Cemex, el cual se encuentra dentro de su modelo de desarrollo sustentable. Este Programa tuvo su origen en la ciudad de México en el año 1998, surgió como un proyecto piloto que brindaba una solución al déficit habitacional que existía en el país.

En vista del éxito que se obtuvo en México decidieron abrir sucursales a nivel regional, entre ellas una oficina en Nicaragua, aquí inició operaciones en el año 2005 con la sucursal que es actualmente Batahola Sur, posteriormente se abrieron otras: Iván Montenegro, Mercado Oriental, Ciudad Sandino y San Rafael del Sur. Las que existen aún son Batahola Sur, Iván Montenegro y San Rafael del Sur, las del Mercado Oriental y Ciudad Sandino cerraron operaciones por falta de nuevos afiliados.

Patrimonio Hoy es un programa social dedicado a otorgar microcrédito en materiales básicos para la construcción como: piedra triturada, piedra cantera, arena, prefabricados (bloques y ladrillos), cemento, aceros (hierro, zinc, perlines, clavos...), tuberías de PVC, accesorios hidrosanitarios (inodoros, lavamanos...), entre otros.

Los Beneficios que ofrece el Programa Patrimonio Hoy son:

- Crédito sin garantía.
- Precios congelados.
- Asesoría técnica por un Ingeniero o Arquitecto, que les permite a los afiliados realizar un diseño apropiado para cada proyecto.
- Entregas de materiales de construcción a domicilio de manera segura y confiable.
- Sistema de bodega en el cual las familias pueden acumular entregas y retirarlas al final del proyecto.

El Programa actualmente tiene un equipo compuesto por ocho personas que ocupan los siguientes cargos:

- ✓ 1 Directora de Programa
- ✓ 1 Asistente Administrativo
- ✓ 3 Jefes de Oficina
- ✓ 3 Asesores de Vivienda.

Todo el equipo está regido por las decisiones del Director País, Director de Planeación y Áreas Integradas de la Cementera.

En la actualidad el mercado meta al cual está enfocado éste Programa son aquellas familias que no poseen un respaldo económico para ser sujetos de crédito en otras instituciones financieras, no obstante el Programa no restringe el acceso a toda persona que quiera ser parte del mismo, siempre y cuando cumplan los requisitos establecidos.

El presente Plan Estratégico de Publicidad para el Programa Patrimonio Hoy se realiza en la Célula Batahola Sur, por ser la más antigua y de donde se puede recopilar más información que las otras dos células (Iván Montenegro y San Rafael del Sur) ya que es la que tiene mayor número de afiliados. Lo cual ayuda a saber qué tanto se conoce el Programa actualmente, y cómo los afiliados se dieron cuenta del mismo. Para esto se hará uso de instrumentos de recopilación de datos como encuestas y entrevistas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Célula Batahola Sur, los únicos medios que se utilizan para promover las nuevas afiliaciones al Programa son: Publicidad con volantes más perifoneo (éstas dos se hacen en una misma actividad), y la elaboración de mantas publicitarias. Actualmente no existe un plan que defina publicidad por períodos específicos de tiempo. La única promoción que se ha realizado en la Célula Batahola fue la rifa de electrodomésticos entre los afiliados actuales del Programa desde el 2005 hasta el 2010, no se incluyó a potenciales afiliados.

En el 2do semestre del año 2016 se vio una disminución de nuevos afiliados en la Célula Batahola Sur con un déficit promedio de 5 afiliados por mes. Esto parece poco pero al hacer la suma de afiliados netos no terminan sumando sino sustituyendo a los que ya han terminado sus proyectos.

Existen distintos factores que pueden estar ocasionando ésta situación:

- 1- Cumplimiento de los requisitos que exige el Programa para ser afiliado.
- 2- Desconocimiento del programa en la población aledaña.

Para colaborar con el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur éste trabajo se realiza con el fin de conocer las formas más adecuadas de dar a conocer el Programa. De esta manera se podrá detectar debilidades y fortalezas dentro de los mismos y proponer mejoras.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tiene como finalidad mejorar los procesos de publicidad que se ejecutan en el Programa Patrimonio Hoy de la célula batahola sur, lograr que más personas cercanas al sector conozcan los beneficios de este y formen parte de él.

Patrimonio hoy tiene un esquema de ahorro crédito, que ayudará y proveerá soluciones integrales a las necesidades de construcción de las familias, de esta manera ellos serán capaces de transformar sus vidas.

Para que el programa patrimonio hoy tenga una mayor proyección, mantenga la fidelidad de sus afiliados y pueda captar nuevos mercados, se desarrolló un Plan Estratégico de Publicidad, que conlleva la ejecución de varias actividades donde se espera que los resultados sean efectivos.

El plan será implementado por 4 meses, este será un modelo a seguir, el cual renueva el desempeño de los procesos de publicidad del programa patrimonio hoy de la célula batahola sur.

Objetivos

General

- Proponer un plan estratégico de publicidad para el Programa Patrimonio Hoy en la célula Batahola Sur.

Específicos

- Realizar un diagnóstico del entorno y situación actual de las actividades publicitarias del Programa Patrimonio Hoy en la Célula Batahola Sur.
- Determinar las estrategias de publicidad adecuadas al entorno del Programa Patrimonio Hoy para la Célula Batahola Sur, por medio de la aplicación del FODA
- Diseñar el plan de acción correspondiente con los objetivos publicitarios para la Célula Batahola Sur.
- Elaborar el presupuesto para las diferentes actividades de las estrategias planteadas para la Célula Batahola Sur.

CAPÍTULO I: ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PROGRAMA PATRIMONIO HOY

Patrimonio Hoy es un Programa Social de Cemex que se encuentra dentro de su área de desarrollo sustentable, el cual promueve la auto construcción de viviendas a través de microcrédito.

El Análisis PEST se enfoca en las fuerzas externas que afectan a las empresas y generalmente es más útil cuando se usa conjuntamente con otras herramientas como el Análisis FODA y el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter para análisis del Micro entorno.

Para la realización del análisis del macro que influye directamente en el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur se hace uso de la herramienta de análisis PEST, cuyo resultado es usado como insumo en el análisis FODA en sus factores externos. También se analiza el micro entorno con las cinco fuerzas de Michael Porter con lo cual establece la influencia que tiene cada una de ellas en Patrimonio Hoy y determinar la fuerza dominante.

1.1 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

Al analizar el macro entorno en el que está operando el Programa Patrimonio HOY es importante identificar los factores que podrían afectar a un número importante de variables que influyen en el desarrollo de las estrategias de publicidad del Programa.

Las fuerzas del macro-entorno están conformadas por factores Políticos, Jurídico, Económicos, Comercial, Sociales, Demográfico, Natural y Tecnológicos sobre los que una empresa no tiene control directo. PEST es un acrónimo de las letras que componen los factores del macro-entorno antes mencionado.

Por tanto se ha convertido en una de las principales herramientas de análisis que identifica y clasifica los factores del macro entorno originado de las situaciones que pueden impactar en este caso al Programa. El cual permite examinar el

impacto en Patrimonio HOY de cada uno de los factores y establecer la relación existente entre ellos.

Siendo consecuente con la metodología a usar se procede a describir cada uno de los factores que componen el macro entorno.

Figura#1.Patrimonio Hoy y Su Entorno



Fuente: Elaboración Propia

La siguiente figura muestra los tipos de entornos que se consideraron en el presente análisis.

1.1.1 Entorno Político - Legal

Uno de los entornos fundamental dentro del análisis es el Político, este ambiente y las decisiones del Gobierno afectan de forma directa e indirecta a las empresas. Dentro del ámbito Político actual de Nicaragua se ven diferencias entre los partidos políticos, todos en oposición al Gobierno. A pesar de las diferencias entre estos partidos, la política nicaragüense es estable, puesto que las inversiones de la empresa privada siguen aumentando.

Existe un riesgo sutil para la Célula Batahola Sur del Programa Patrimonio Hoy por parte del Gobierno y otros organismos los cuales ofrecen viviendas de interés social.

Esto podría afectar al Programa disminuyendo la cantidad de afiliados que se inscriben dentro de él ya que las familias no necesitarían del mismo para ir mejorando gradualmente sus viviendas.

No obstante, la política gubernamental va dirigida a la construcción de viviendas de interés social, esto crea un clima adecuado para la inversión en infraestructura, la demanda existente es considerable, existe un déficit de 1,516 viviendas con respecto a la demanda de nuevos hogares nicaragüenses, durante el período de 2012 al 2014 el crecimiento de la población nicaragüense aumentó en un 7.2% anual.

1.1.2 Entorno Jurídico

El entorno Jurídico radica en las leyes y fijaciones que rigen a cada país con relación a su constitución política, leyes, reglamentos y decretos. Actualmente el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur es parte del área de desarrollo sustentable de la empresa Cemex, por lo tanto tiene un enfoque social y no lucrativo. Ofrece micro crédito en materiales de construcción pero sin revisar el buró de crédito de sus clientes potenciales y no pide ningún tipo de respaldo.

La principal ley que puede afectar al Programa Patrimonio Hoy es La ley No. 769, Ley especial de asociaciones de Microfinanzas. Ésta ley va dirigida a aquellas microfinancieras creadas bajo las figuras de asociaciones y fundaciones civiles sin fines de lucro, cuya finalidad principal es otorgar pequeños préstamos a personas naturales y jurídicas, urbanas o rurales, que realizan actividades de producción, comercialización, servicios y otras. Estas entidades deben tener un Patrimonio o Capital Social mínimo de C\$4500.000. En el presente estudio se desconoce que el capital social mínimo del Programa. En la actualidad, dentro de la ley no existe algún detalle que pueda afectar al Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola

Sur en el cual se le impidan las funciones que se han venido ejecutando hasta el momento.

1.1.3.- Entorno Económico

Como sucede en todo país, el entorno económico afecta directamente a las empresas al momento de hacer toma de decisiones y la Célula Batahola Sur del Programa Patrimonio Hoy no es la excepción.

Según datos del Banco Central de Nicaraguaal mes de diciembre de 2016, el desempeño macroeconómico del país se tradujo en resultados económicos y financieros exitosos, que permitieron un crecimiento robusto por sexto año consecutivo. La actividad económica mantuvoun buen dinamismo, la cual se estima que cerróconuncrecimiento del 4.9 por ciento mientras la inflación permanecióbaja y estable. Adicionalmente hubo un incremento en las exportaciones sin embargo no fue suficiente para compensar el incremento en las importaciones, el sector construcción fue favorecido en gran parte por el programa de crédito justo para la vivienda de interés social.

Todos estos elementos tienen una afectación positiva dentro de la Célula Batahola Sur del Programa Patrimonio Hoy, dado que al mejorar la economía nacional, las condiciones macroeconómicas para la generación de empleos formales e informales junto con los programas de inversión social del gobierno, hace que permita a los habitantes de los alrededores de este programa mejoren sus ingresos económicos con lo cual puedan acceder a créditos a bajo costo y los puedan cubrir exitosamente a través de sus ingresos a mediano o largo plazo.

1.1.3.1 Entorno Comercial

El programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur está dirigido a familias de bajos ingresos, los que llegan a formar parte de este proyecto social son beneficiados en los costos de los materiales de construcción ya que estos son financiados por Cemex, por tanto el alza en los precios de los materiales de

construcción afecta este tipo de proyecto ya que las familias participantes reciben algunos beneficios como el congelamiento de precios.

Patrimonio Hoy, es uno de los programas de responsabilidad social de Cemex Nicaragua, ha estado presente en ferias de viviendas donde un equipo especializado imparte charlas personalizadas, se reparten volantes, presentan videos donde los visitantes tiene la oportunidad de conocer sobre la responsabilidad social empresarial de Cemex, las ventajas y beneficios de ser parte del Programa Patrimonio Hoy.

1.1.4.- Entorno Socio - Cultural

Nicaragua tiene un déficit de vivienda más alto de América Latina, el 78 por ciento de los nicaragüense no tiene las condiciones básicas en sus hogares, el país tiene un déficit habitacional de más de 950 mil casas, debido a esta problemática, el gobierno busca alternativas como la entrega de casi 800 viviendas a familias de más de 15 localidades del país que se encuentran en situación de alta vulnerabilidad ambiental y social

El 78% por ciento de las familias nicaragüense tienen viviendas deficientes sin acceso a servicios básicos, alcantarillado o un piso inadecuado.

Ante esta situación el Programa Patrimonio Hoy se enfoca en el distrito dos de Managua como es “Batahola Sur” es un sector donde hay un déficit de viviendas debido a la falta de empleo que persiste en el País, generando esto ingresos bajos en estas familias, viendo la necesidad de estas personas en realizar mejoras a sus viviendas, se pretende dar a conocer los beneficios que le ofrece este programa como son: crédito sin garantía, precios congelados, asesoría técnica por un Ingeniero o Arquitecto, entregas de materiales de construcción a domicilio de manera segura y confiable, sistema de bodega en el cual las familias pueden acumular entregas y retirarlas al final del proyecto de esta manera mantener más familias afiliadas al programas.

1.1.4.1- Entorno Demográfico

El Distrito número II se localiza en el extremo noroeste de la ciudad a orillas del Lago Xolotlán y constituye el más pequeño de la capital. Es una de las áreas más representativas del antiguo Centro de Managua, que fuera destruido por el terremoto del año 1972. Destacan en él, barrios viejos como Monseñor Lezcano, Santa Ana, El Bóer, Cristo del Rosario y San Sebastián.

Sin incluir la parte del área que corresponde al Centro Histórico, Político, Administrativo y Cultural, el Distrito II, en términos Urbanísticos es un Distrito meramente urbano y prácticamente el desarrollo de su estructura ha alcanzado su máximo nivel de cobertura. Se estima una población para el año 2005 de 117,203 habitantes según cifras oficiales del Censo Nacional 2005.

Este distrito posee una trama urbana representativa de los barrios tradicionales de la ciudad, significando un 26% del total de los barrios y entre los que se destacan los barrios de Monseñor Lezcano, San Sebastián y Santa Ana.

Se estima un número de vivienda de 22,274 y su Déficit: 1516 viviendas.

En su mayoría, las construcciones en el Distrito II, el 75% son de mampostería, el 15% de minifalda y el 10% de madera, esto revela que las construcciones no se encuentran en las mejores condiciones, dado que los materiales utilizados no son objeto de control de calidad. Sin embargo en los últimos años se observan mejoras en las viviendas.

Es debido a este déficit que tiene la población del Distrito II que el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur ha visto la oportunidad para ofrecer los beneficios del programa otorgando microcréditos en materiales de construcción y así vivir de forma más segura en una capital altamente afectada por fallas sísmicas.

Aún existen viviendas víctimas de los terremotos que necesitan en la actualidad ser mejoradas, estos serían para Patrimonio Hoy clientes potenciales que optarían por invertir en este proyecto de financiamiento facilitándoseles a ellos las mejoras

de sus casas a costos módicos y con cuotas de acuerdo a sus capacidades de ingresos monetarios.

1.1.4.2- Entorno Natural

El Programa Patrimonio Hoy en estudio está ubicado en Batahola Sur, Distrito II, cuyos límites son Norte: Limita con el Lago de Managua. Sur: Limita con el Distrito III. Este: Limita con el Distrito IV. Oeste: Limita con el Municipio de Ciudad Sandino.

Presenta características planas, y cuenta con el Cerro Motastepe, posee un montículo cónico existiendo en sus laderas canteras de arena, el Cerro San Carlos y el Cerro Pitón el cual se levanta cerca de las Piedrecitas, formado de arena volcánica y adyacente encontramos las Canteras de Batahola. Desde el punto de vista Hídrico, posee el Lago Xolotlán, la Laguna de Acahualinca afectados por la contaminación. También tiene el principal reservorio de agua potable de la Ciudad, como es la Laguna de Asososca.

Solo un 13% de obras localizadas en zona residencial, edificaciones ejecutadas antes de la década de los 70, siendo sujetas a control de calidad por ende son las que presentan mejores condiciones. Es debido a este déficit que tiene la población de este distrito que Patrimonio Hoy ha visto la oportunidad de ofrecer este plan de financiamiento que ayude a mejorar las infraestructuras de todo este sector, ya que se sabe que la capacidad económica que posee la mayoría de los habitantes de estos barrios son personas pobres que muchas de ellas no pueden solicitar créditos en otras financieras porque sus ingresos son tan bajos que no les permite optar a estos créditos.

1.1.4.3- Educación

El Distrito II cuenta con 106 centros de educación, 65 de ellos imparten preescolar, 23 primaria y 18 secundaria. Los programas que se imparten en estos centros corresponden 106 a educación preescolar, 96 a primaria y 49 a secundaria, totalizando 251 programas.

El número de alumnos en total es de 52,452, distribuidos en los turnos matutino, vespertino y nocturno, concentrándose la mayoría en la educación primaria con 26,947 alumnos, secundaria con 20,289 y preescolar con 5,452 alumnos. Cabe destacar que en educación secundaria se destaca el Instituto Manuel Olivares que brinda educación técnica, impartiendo disciplinas como Turismo y Hotelería, Computación, Mecánica Automotriz.

En Educación Superior se cuenta con universidades privadas la Tomás Moore, la Universidad de Ciencias Empresariales (UCEM), Universidad Politécnica de Nicaragua (UPONIC), Universidad Nicaragüense de Ciencias y Tecnología (UCYT), Universidad Central de Nicaragua, Universidad Cristiana Asamblea de Dios, y la Universidad para la Paz.

El Programa Patrimonio Hoy llegaría a mejorar las condiciones en las infraestructuras de las edificaciones de estos centros de estudios como: colegios, escuelas técnicas y universidades permitiendo así más comodidad y confort a los que asistes a estos centros educativos.

1.1.4.4 Salud

La demanda del sector salud, es atendida por 32 centros asistenciales entre hospitales privados y públicos, clínicas privadas, centros y puestos de salud. La red de salud del MINSA, cuenta con dos Centros de Salud, el Francisco Morarán y Sócrates Flores, se localizan cuatro hospitales de Referencia Nacional como son: Donde era Hospital Fernando Velez Páiz, Lenín Fonseca, Aldo Chavarría y José Dolores Fletes o Psiquiátrico.

En el sector salud Patrimonio Hoy sería una buena opción de crédito para mejorar la infraestructura de estos centros hospitalarios, los cuales brindarían comodidad a los pacientes que visitan estos locales.

Además el hecho de contar con una vivienda digna a como lo establece el artículo 64 de nuestra Constitución influirá de forma directa en la calidad de vida y particularmente en la salud de los ciudadanos que las habiten. Patrimonio Hoy a

través de su programa podrá facilitar los créditos adecuados para alcanzar esta meta.

1. 1.5 -Entorno Tecnológico

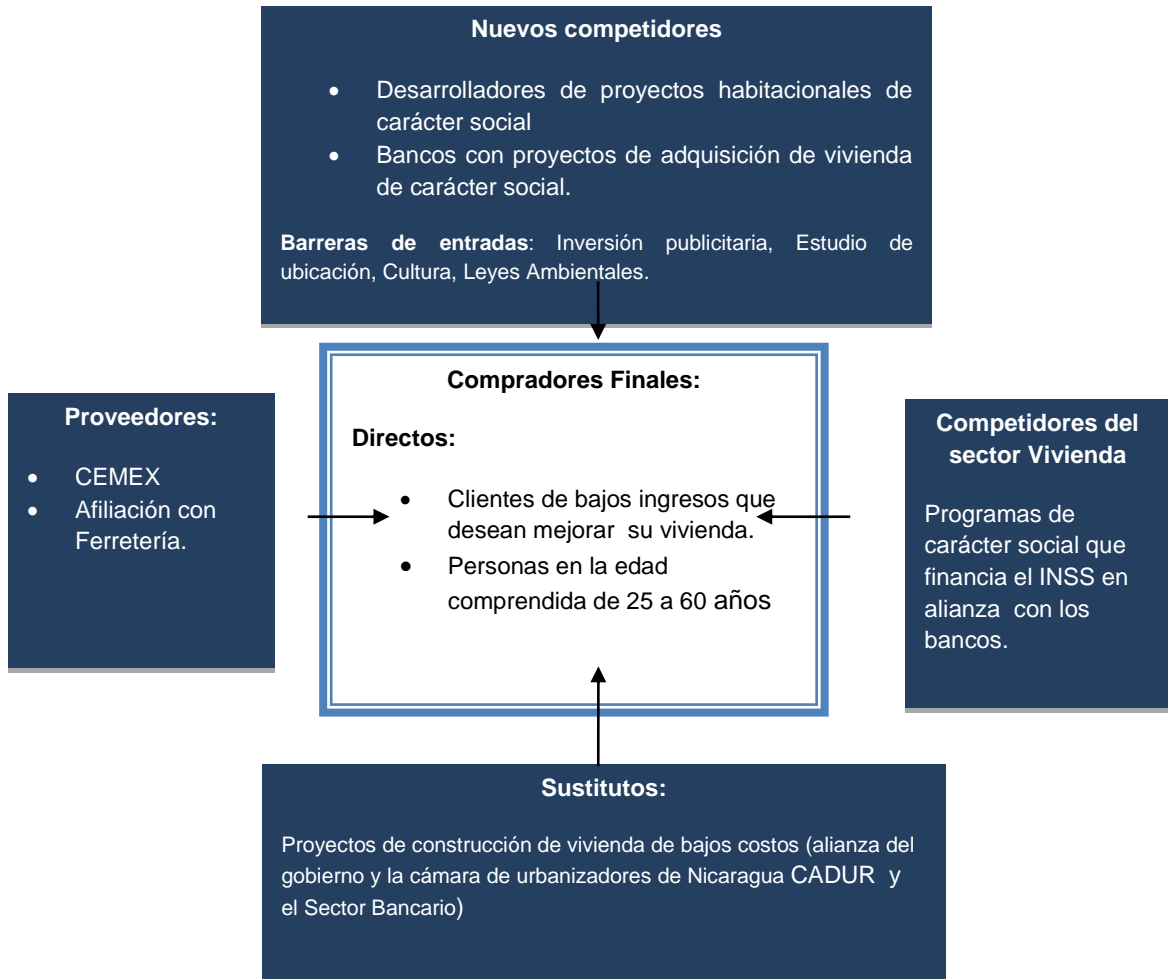
Actualmente el Programa Social Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Surse ve afectado con la rapidez de los cambios tecnológicos e influye mucho en su estructura, debido a que este Programa trabaja como un servicio social, las condiciones actuales no permiten invertir en aplicaciones informáticas como: Sistemas de Planificación de Recursos Empresarial o software ERP, que les permitirá llevar el control de muchas actividades del negocio como logística, distribución, inventario, envíos, facturas y contabilidad, su mecanismo de trabajo actualmente es muy obsoleto ya que no cuentan con software que analice los datos, la información es manejada verbalmente por cada sucursal, el cual afecta sus proyecciones para incursionar en nuevos sectores.

1.2.- ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter ayuda a analizar y conocer las amenazas del micro entorno del Programa Patrimonio Hoy y así proponer estrategias, evaluar sus objetivos y recursos frente a esta 5 fuerzas que rigen la competencia del sector construcción con programas habitacionales, de esta manera reconocer la proyección futura de Patrimonio Hoy. La rivalidad competitiva se intensifica cuando los actos de un competidor son un reto para la empresa o cuando esta reconoce una oportunidad para mejorar su posición en el mercado. La figura siguiente muestra de forma clara cada una de las fuerzas competitivas.

CINCO FUERZAS DE PORTER

Figura #2. Modelo de las Cinco Fuerzas de Michael Porter.



Fuente: Elaboración propia

1.2.1- Nuevos Competidores

El Gobierno, los Bancos y las Urbanizadoras podrían alcanzar mecanismos que permitan dar un nuevo impulso al Programa Nacional de Vivienda. Uno de los puntos de interés social son casas cuyo precio sea inferior a los 20,000 dólares a los cuales pueda acceder una familia con bajos ingresos, con promedio de unos 2000 córdobas mensuales. La meta inicial del Gobierno y la Cámara de

Urbanizadores de Nicaragua (CADUR) es poder ofertar unas 2,000 casas en ese segmento.

Las urbanizadoras de Nicaragua están ofreciendo un nuevo programa de vivienda de interés social que pueda ser accesible a las familias de ingresos bajos “Programa 0% Prima” en donde familias nicaragüense pueden optar al subsidio que ofrece el gobierno de Nicaragua a través del instituto nicaragüense de vivienda urbana (INVUR), en donde el solicitante puede aplicar a un subsidio de dos mil dólares que son aplicables a la prima de la vivienda en donde quedará pagando un interés del 7% que lo orienta las nuevas reformas a la ley de viviendas en Nicaragua

Todo lo antes mencionado se considera una amenaza para el Programa Patrimonio de Cemex, debido a que las barreras de entradas son fáciles y atractivas y puede apoderarse de una parte del mercado.

1.2.2 - Competidores

El Plan Nacional de Vivienda en el año 2016, se financia con US\$55 millones aportados por préstamos con el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). La alianza público-privada de reducir el costo de la construcción de las casas con derecho a subsidio va en varias vías, siendo una inmediata el lograr que los bancos acepten financiar a largo plazo a trabajadores de la salud, maestros y nicaragüenses que puedan tener un salario promedio de (7 mil córdobas), por tanto las personas o afiliados a la Célula Batahola Sur del Programa Patrimonio Hoy pueden verse tentado a optar a este tipo de alternativa.

1.2.3- Proveedores

Las Ferreterías (cliente de Cemex), son el principal proveedor de Patrimonio Hoy, este ofrece y financia producto de alta calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, productos como: acero, zinc, cemento blanco, concreto seco, bloques, adoquines, etc., actualmente, solo está la Ferretería El Líbano como proveedor del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Además brinda servicios

adicionales que ayudan a despejar dudas e inquietudes en cuanto al uso de los productos al momento de la entrega de los materiales a los afiliados.

1.2.4 - Compradores Finales

Los compradores finales se centran en el segmento de vivienda de bajos ingresos que a través de programas de financiamiento, brinda a los individuos y comunidades la posibilidad de comprar materiales de construcción bajos términos y condiciones favorables. Las familias que beneficia el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur tienen un ingreso promedio de entre 100 y 200 dólares mensuales, integrada por cinco personas aproximadamente.

El déficit habitacional en Nicaragua no tiene freno. En la actualidad faltan unas 957,000 casas y cada año la demanda crece en 20,000 unidades, de las que el sector privado y el público solo cubren el 50%, de acuerdo con la Cámara de Urbanizadores CADUR.

Del total de viviendas estimadas dentro del Distrito II se calcula que el 25% de las viviendas no prestan las condiciones básicas para habitarse de forma segura al momento de ocurrir un movimiento telúrico, el 15% es construcción de minifalda y el 10% es de madera. Se pueden mejorar 5,569 viviendas en total con el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Este número total serían los clientes potenciales del Programa.

1.2.4.1 - Fuerza dominante

Se considera como la fuerza dominante a los Compradores Finales (Cliente de bajos ingresos), todo los programas de carácter social que giran en torno a este segmento, se tienen que ajustar a las necesidades, expectativas y capacidades económicas de cada familia nicaragüense, y de esta manera lograr su propósito que es reducir y el contribuir a la solución del déficit habitación.

1. 2.5.- Sustitutos

Estos programas consisten en que las propias familias beneficiadas, se involucran en la construcción de su propia vivienda, lo que ayuda a aminorar los costos y permite acceder a precios más accesibles sus nuevos hogares. Con el apoyo de Instituto Nicaragüense de la Vivienda Urbana y Rural (INVUR), el Gobierno y Cámara de Urbanizadores de Nicaragua (CADUR), están inaugurando una serie de proyectos de viviendas, lo que permite que muchas familias ahora vivan en condiciones dignas y de contar con un techo seguro. Por tanto esto implica que muchas familias de bajos ingresos puedan optar a estos tipos de proyectos.

1.3.- ANALISIS INTERNO DEL PROGRAMA PATRIMONIO HOY

El Programa Patrimonio Hoy de la empresa Cemex Nicaragua, ha beneficiado en los últimos siete años a más de 6,000 familias con el mejoramiento de sus viviendas, contribuyendo con ello a la mejora de la calidad de vida. El Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur opera en el Distrito II de Managua, donde ofrece créditos sin garantía, precios congelados y asesoría técnica especializada. Así como una variedad de productos, entre estos cementos Canal, arena, pedrín, piedra cantera, bloques, acero, tuberías de PVC, entre otros.

La empresa actualmente ha dado importancia al tema de la responsabilidad social, de esta manera el Programa Patrimonio Hoy contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

1.3.1- Funcionamiento del Programa Patrimonio HOY

El Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur consiste en facilitar a las familias de sectores aledaños del Distrito II, a través de una especie de microcrédito los materiales de construcción para remodelar o ampliar su vivienda. La entrega de materiales de construcción es hasta C\$7200 córdobas, sin tasa de interés. Con Patrimonio Hoy fácilmente puede realizar remodelaciones de un baño, mejora del piso, un cuarto, sala, comedor, construcción de un muro y mucho más. Cada proyecto tiene una duración de 50 semanas, los cuales incluye 5 entrega de materiales.

1.3.2- Beneficios del Programa Patrimonio HOY

El Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur ofrece los siguientes beneficios:

- Microcrédito en materiales de construcción sin pedir ningún tipo de garantía.
- Brinda de manera gratuita asesoría técnica, por un ingeniero o arquitecto sobre el diseño de la vivienda a construirse
- Los precios de los materiales de construcción vigente en el mercado quedan “Congelados”, automáticamente. La única excepción es el hierro porque su precio varía mucho de un mes a otro.
- Entregas de materiales de construcción a domicilio de manera segura y confiable.
- Sistema de bodega en el cual las familias pueden acumular entregas y retirarlas al final del proyecto.
- Después de finalizado el primer microcrédito pueden optar a otro microcrédito para continuar con su proyecto de vivienda.

1.3.3- Requisitos para afiliarse al Programa Patrimonio Hoy en la Célula Batahola Sur.

Los afiliados al Programa van pagando estos microcréditos y a la vez van recibiendo sus materiales de construcción para el proyecto de mejora de vivienda.

Para aplicar al Programa las personas solamente debe cumplir los siguientes requisitos:

- Fotocopia de la cédula de identidad.
- Recibir la charla informativa donde se le explica todo el proceso del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur.
- El pago de la primera cuota que es de C\$180 córdobas.

1.3.4- Marco Empresarial de Cemex

Patrimonio Hoy, es uno de los programas de Responsabilidad Social Empresarial de CEMEX Nicaragua S.A, actualmente éste programa no cuenta con objetivos, misión y visión, pero Cemex como Organización que le da importancia al tema de responsabilidad social si cuenta con un Marco referencial los cual se mencionan a continuación:

1.3.4.1- Misión

La Misión de Cemex es satisfacer globalmente las necesidades de construcción de sus clientes y crear valor para sus accionistas, empleados y otras audiencias, consolidándose como la organización cementera multinacional más eficiente y rentable del mundo.

1.3.4.2- Visión

Construir y desarrollar un mejor mundo que fortalezca las bases y principios del negocio, mediante la eficiencia de nuestro valioso recurso humano, la utilización de los sistemas de información más avanzada y la tecnología de punta que empleamos, para posicionarnos como líder en el mercado nacional.

1. 3.4.3- Valores

El código de ética está encaminado a incrementar el valor de la compañía a través del fortalecimiento y la actualización de actividades que apoyan la transparencia en las actuaciones con todos los grupos de interés es decir con los empleados, cliente, inversionistas, personal externo, proveedores, comunidades, gobierno y entidades ambientales entre otros. Los valores son:

- Colaboración: Unirse al esfuerzo de los demás, aportando lo mejor de nosotros mismos, para obtener los mejores resultados
- Integridad: Actuar siempre de manera respetuosa, honesta y responsable
- Liderazgo: Visualizar el futuro y orientar el esfuerzo hacia la excelencia en el servicio y la competitividad.

1.3.4.4- Estrategias

Los instrumentos para avanzar en el logro de la misión y visión de la empresa son:

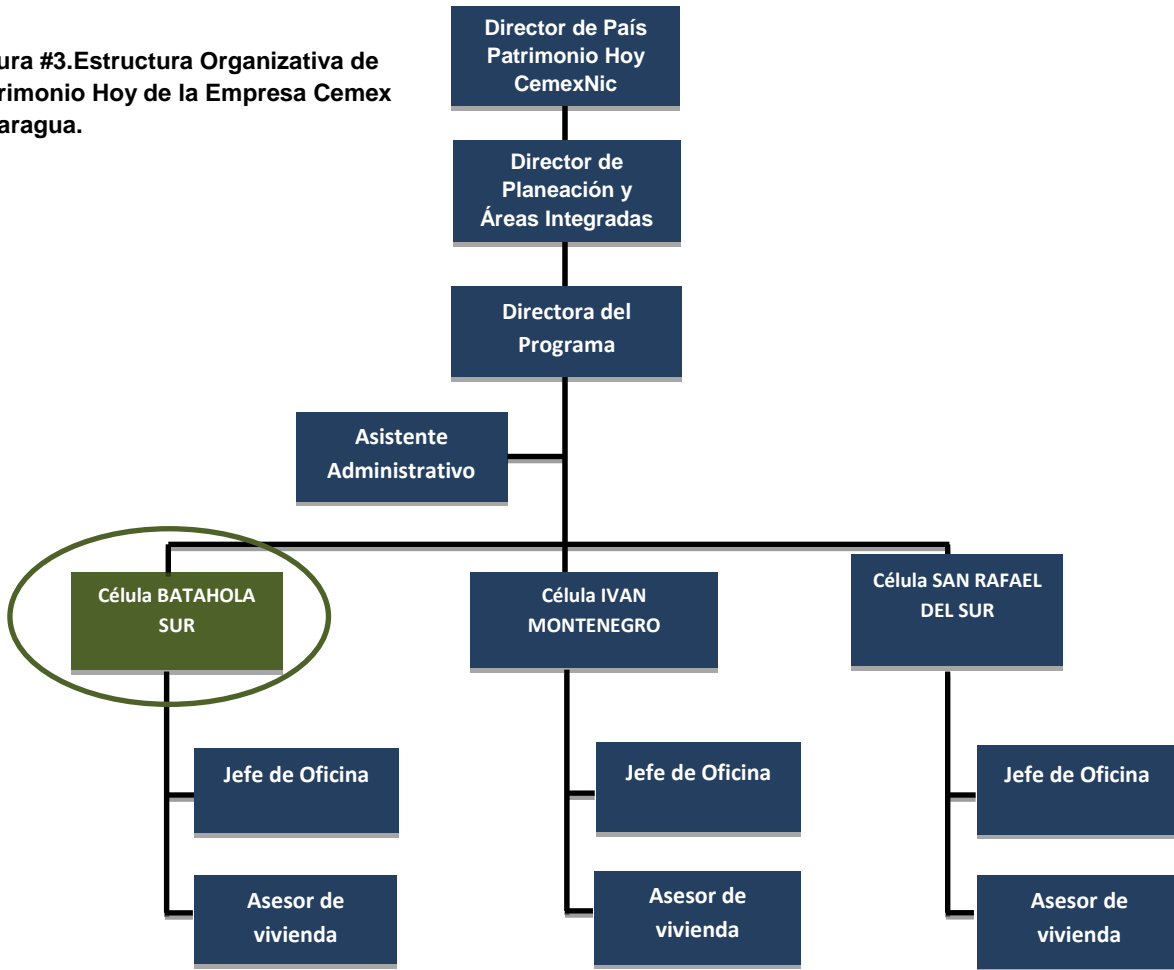
- Mejoramiento del nivel competitivo, posicionándonos como líder nacional
- Diversificación hacia mercados emergentes con alto potencial de crecimiento.
- Reducción de costos y maximización de la eficiencia y rentabilidad.
- Innovación y mejora continua en todas sus operaciones.
- Trabajo en equipo y capacitación permanente del recurso humano.
- Contribución al desarrollo sostenible de las comunidades.
- Mejorar los procesos medioambientales para ayudar a la conservación del entorno.

Debido a que el programa social de Cemex “Patrimonio Hoy” no tiene definido mucho de los aspectos generales de este diagnóstico como son: Misión, Visión, Objetivos Generales, Objetivos Estratégicos, Principios y Valores, se proponen en el plan estratégico.

1.3.5- Estructura organizativa

La presente estructura organizativa pertenece al Programa Patrimonio Hoy de la empresa Cemex Nicaragua, dentro de esta misma se ubica el Programa Patrimonio Hoy y la Célula Batahola Sur.

Figura #3. Estructura Organizativa de Patrimonio Hoy de la Empresa Cemex Nicaragua.



Fuente: Patrimonio HOY

El actual organigrama de funciones responde a la estructura de Patrimonio Hoy de Cemex, su diseño se establece de acuerdo a las particularidades del Programa Patrimonio Hoy y de conformidad al nivel del crecimiento de la misma.

El Programa “Patrimonio Hoy” de Cemex cuenta con tres niveles jerárquicos:

El **primer nivel** corresponde al Director del País, Director de Planeación Áreas Integradas y Director del Programa, quienes tienen la responsabilidad de conducir el Programa tomando en cuenta las decisiones de tipo estratégico, además cuenta con el reto de conducirla hacia su crecimiento y desarrollo.

El **segundo nivel** lo conforman las Células (Batahola Sur, Iván Montenegro, y San Rafael del Sur) quienes de forma práctica ponen en marcha planes operativos por área con la finalidad de cumplir con las metas del Programa Patrimonio Hoy.

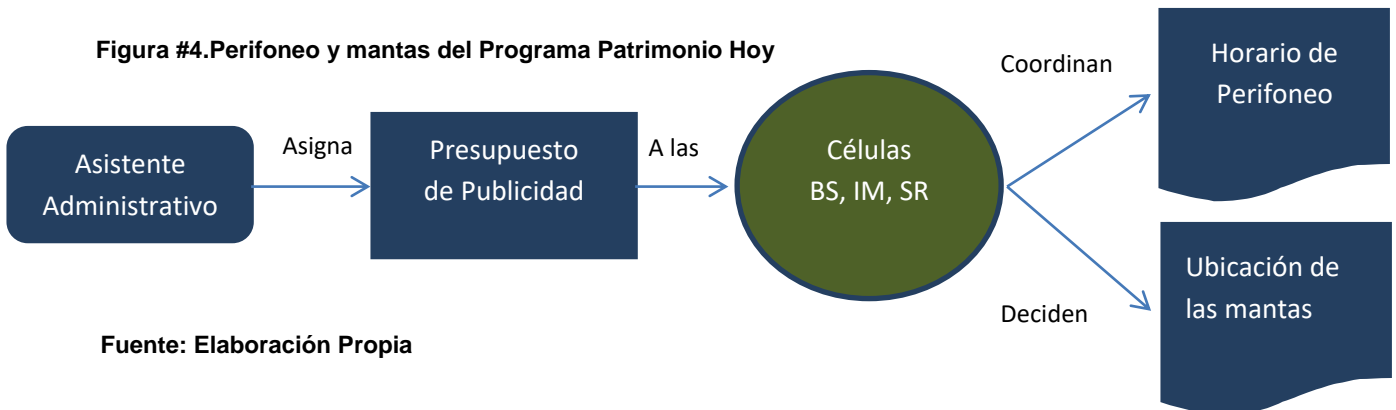
El **tercer nivel** cumple estrictamente con las directrices emanadas de las tres Células y están ligadas totalmente a la Publicidad, para dar a conocer el programa social de Cemex. El presente estudio se enfocará en la Célula Batahola Sur, para ejecutar el Plan estratégico de Publicidad como proyecto piloto.

1.3.6- Componentes involucrados en la publicidad del Programa Patrimonio Hoy y sus procesos.

El Programa Patrimonio Hoy es de carácter social y es por esto que se tienen muchas limitantes dentro de la divulgación del mismo para que se acerquen pobladores y conozcan más de los beneficios del Programa Patrimonio Hoy. Una de las limitantes es el bajo presupuesto que tienen para publicidad, este es 250 dólares mensuales, el cual se gasta en mayor parte para pago de perifoneo y la impresión de 5mil volantes que se usan en conjunto con el perifoneo, pocas veces se usa para la creación de Mantas publicitarias.

1. 3.6.1- Procedimientos actuales dentro del flujo de proceso de la publicidad del Programa Patrimonio Hoy.

1.3.6.1.1- Perifoneo y mantas del Programa Patrimonio Hoy



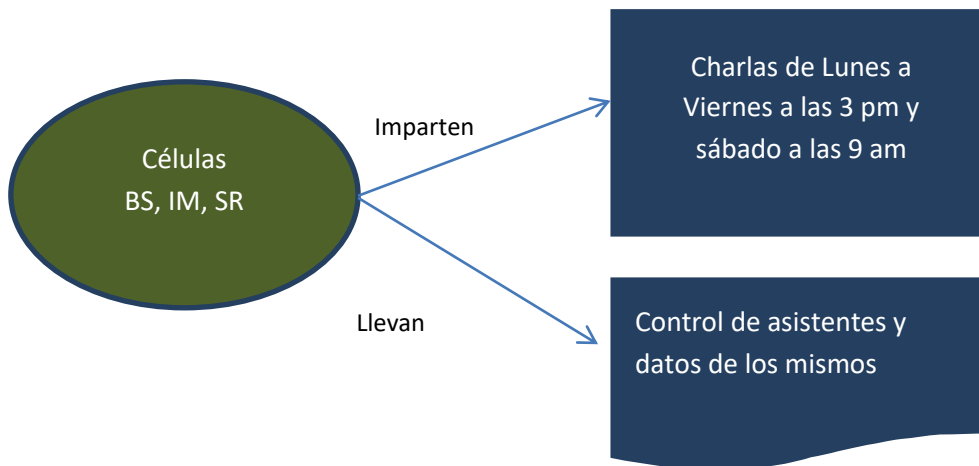
Fuente: Elaboración Propia

El asistente administrativo asigna el presupuesto de publicidad, esto va a en dependencia de las existencias que tenga cada una de las Células, con relación a las volantes que se reparten en los perifoneo. Una vez asignado el presupuesto las horas de perifoneo van a estar distribuidas en las 3 Células del Programa. También se asigna un porcentaje de la publicidad a la elaboración de mantas publicitarias.

El perifoneo consiste en Publicitar el Programa Patrimonio Hoy y brindar información de los beneficios que el Programa ofrece, también la forma de afiliarse, se les explica que el primer paso de afiliación es asistiendo a las charlas informativas diarias internas donde se le brindará al interesado detalles más específicos del mecanismo de trabajo del Programa Patrimonio Hoy. También aquí se les informa donde se realizan estas charlas y los días que se imparten. Mediante el perifoneo se distribuyen volantes que muestran el perfil del Programa Patrimonio Hoy, dirección y teléfonos correspondientes a las diferentes Células que existen. Esta actividad se realiza en los sectores aledaños donde están ubicadas las Células Batahola Sur, Iván Montenegro y San Rafael del Sur e igual la ubicación de las mantas publicitarias

1.3.6.1.2- Charlas informativas diarias internas del Programa Patrimonio Hoy.

Figura #5.Charlas informativas diarias internas del Programa Patrimonio Hoy.

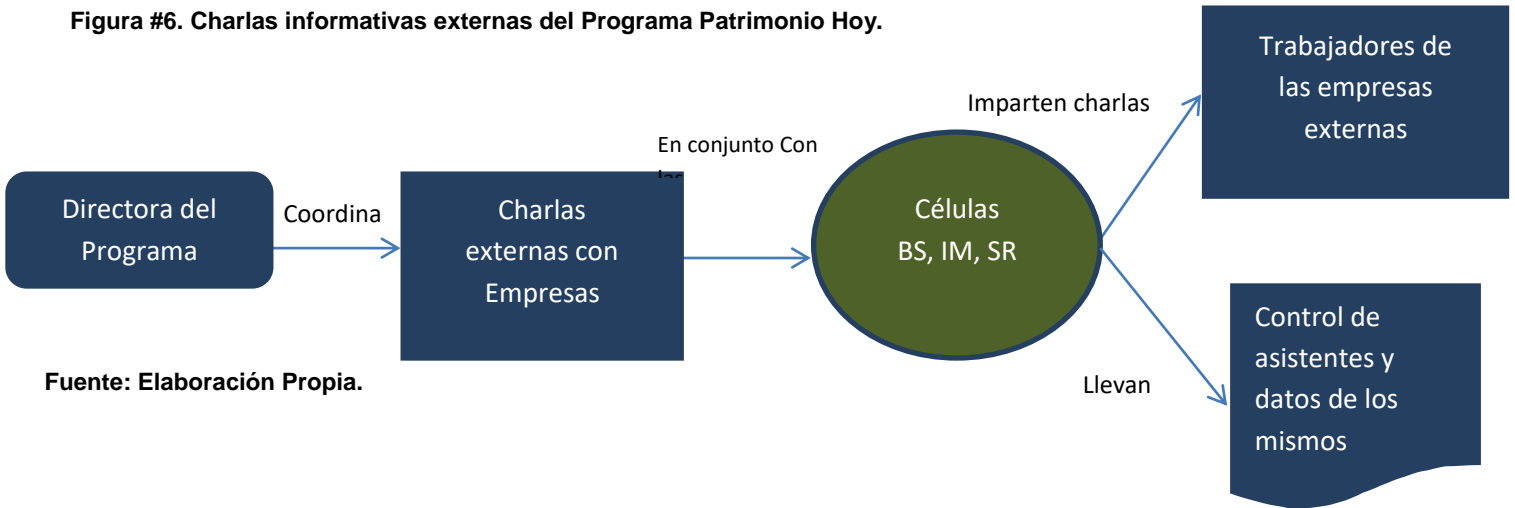


Fuente: Elaboración Propia

Estas charlas son las principales, ya que se ofrecen de lunes a viernes a las 3 pm con duración de 1hr aproximadamente y los sábados a las 9 am en todas las Células del Programa Patrimonio Hoy, por los encargados de cada Célula. En la Célula de Batahola Sur así como en el resto las charlas van dirigidas a los pobladores que llegan a la oficina de forma espontánea ya sea por sugerencia de algún amigo o familiar y otros llegan después de haber escuchado el perifoneo dentro de su sector. En esta charla se les explica todo el proceso del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur: Proceso de pago, fechas de pago, requisitos, beneficios y los materiales de construcción que se ofrecen dentro del Programa. Si las personas que asistieron deciden después de la charla afiliarse solo deben presentar la cédula de identidad más la 1er cuota que son C\$180.

1.3.6.1.3-Charlas informativas externas del Programa Patrimonio Hoy

Figura #6. Charlas informativas externas del Programa Patrimonio Hoy.



Fuente: Elaboración Propia.

Estas van dirigidas a trabajadores de empresas externas, las que consisten en llevar las charlas que se imparten diario en las oficinas a otras entidades. Estas se logran por la coordinación que realiza la directora del Programa con los directores de otras compañías. Posterior de la coordinación de ambos directores, las Células se organizan para que tres personas estén involucradas en las charlas. Dentro de esas charlas se lleva un control de asistencia, pero el mismo no se procesa, solo se almacena. Igual que las charlas internas a los asistentes, se les ofrece la misma información que las charlas dentro de las Células. Si estos quisieran

afiliarse en el momento que termina la charla deben presentar los mismos requisitos: cédula de identidad y los C\$180 que corresponde a su primera cuota.

1.3.6.2- Otras formas actuales de publicitar el Programa Patrimonio Hoy

Existen de forma esporádica otras formas de publicitar el Programa Patrimonio Hoy, como la rifa de electrodomésticos (cocinas, planchas y microondas). Quien asignó este presupuesto fue el director País de Cemex después de varias reuniones que tuvo con el Director de Planeación y Áreas Integradas y la Directora del Programa Patrimonio Hoy. Estas otras formas de publicidad no están dentro del presupuesto del Programa Patrimonio Hoy, estas están sujetas a aprobación de los dos directores, tanto el director País como el de planeación para así poder sacar el costo de otras áreas de Cemex.

Dentro del análisis situacional del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur se vio la necesidad de realizar encuestas a afiliados potenciales y afiliados existentes para conocer qué nivel de alcance que han tenido las acciones publicitarias que realiza la Célula. Para esto se realizaron dos encuestas, una dirigida a los potenciales afiliados, una segunda encuesta se realizó a los afiliados existentes del Programa. Para los potenciales afiliados se tomó una muestra de 50 personas, para los afiliados actuales 45 personas.

Las encuestas arrojaron los siguientes resultados:

Para las encuestas realizadas a los potenciales afiliados el 74% de la muestra fueron mujeres, los barrios que más se visitaron en esta encuesta fueron Batahola y Monseñor Lezcano, del total de personas encuestadas el 68% tiene un tipo de ingreso monetario. A pesar que el 82% de los encuestados dice estar interesado en mejorar su vivienda el 58% de los mismos no destina ningún tipo de porcentaje de sus ingresos a mejora de vivienda. Los encuestados desconocen el Programa y los que lo conocen no son por las acciones publicitarias (Volantes, perifoneo) que realiza la Célula, sino porque amigos, vecinos o familiares les han hablado del Programa.

Las encuestas realizadas a los afiliados actuales muestran que los afiliados son en su mayoría del barrio Batahola, Monseñor Lezcano y San Judas. La mayoría se enteró del programa por vecinos y amigos o familiares. El 11% se enteró de la existencia del Programa por Perifoneo 2% por mantas, 4% por volantes.

Finalmente el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, por ser un Programa social de CEMEX, no es visto como un proyecto que genere ingresos a esta empresa, lo que hace que no invierta en un plan adecuado de publicidad donde den a conocer los beneficios que da este micro financiamiento a la población del sector de Batahola Sur y barrios aledaños. Encontrado así muchas limitantes en esta Célula de Batahola Sur, tales como: errónea organización funcional, falta de tecnología, mala coordinación y sobre todo pocos recursos asignados para publicidad.

Sabiendo que en Nicaragua existe un gran déficit de viviendas, sobre todo en el barrio de Batahola Sur y sus alrededores y que existe otra demanda fuerte de casas mal construidas y que necesitan ser reparadas, manejando también que los ingresos mensuales de muchas familias es bajo y que debido a eso estas familias no pueden aplicar a un crédito de vivienda, siendo este el motivo por el cual el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur tendría un gran auge al llegar a ser más reconocida por los habitantes de estos sectores cercanos a la Célula Batahola Sur ya que serían clientes potenciales aptos para aplicar en el Programa y así lograr beneficiar a más personas de escasos recursos y con necesidad de mejoras en sus viviendas.

Ante esta necesidad se ha decidido hacer un diagnóstico del entorno y situación actual para determinarlas estrategias de publicidad adecuado según el entorno y diseñar un plan de publicidad para la Célula de Batahola Sur del Programa Patrimonio Hoy, obteniendo con esto mayor número de afiliados y por ende mayores beneficiarios del Programa.

CAPITULO II: DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS

En este capítulo se determinan las estrategias a desarrollar para el Plan estratégico de Publicidad para el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Para el establecimiento de dichas estrategias se analizó la situación actual de la empresa haciendo uso de la Matriz FODA que estudia las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.

2.1. Propuesta de Misión y Visión del Programa Patrimonio Hoy

En vista de que el Programa Patrimonio Hoy no cuenta con una misión y visión propia se proponen tomando en cuenta el giro del negocio y lo que se quiere hacer a futuro.

Visión

Ser el Programa de microcréditos elegido por las familias nicaragüenses de todo el País, expandiendo nuestros beneficios y contribuyendo al desarrollo de nuestros afiliados y de la Comunidad.

Misión

Patrimonio Hoy es un Programa social de la empresa CEMEX dedicado a proveer soluciones inmediatas a las necesidades de construcción y mejoramiento de viviendas de las familias nicaragüenses creyendo que son capaces de transformar sus condiciones de vidas en pro de bienestar.

2.2. Análisis FODA

En el FODA se realizará un análisis interno y externo del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. El análisis interno evaluará las fortalezas y las debilidades del programa, mientras que el análisis externo evaluará las oportunidades y amenazas que tiene el Programa en su proceso de crecimiento.

2.2.1-Fortalezas

- F1.** Para ser parte del Programa no se requiere de ningún soporte de ingreso.
- F2.** Patrimonio Hoy es un Programa con el respaldo de CEMEX Nicaragua.
- F3.** Precios congelados en materiales (excepto el hierro).
- F4.** Transporte de materiales hasta la puerta de su casa (dentro del casco urbano de Managua).
- F5.** Asesorías Técnicas de viviendas.
- F6.** Atención personalizada a sus Afiliados.

2.2.2- Oportunidades

- O1.** El 82% está interesado en hacer mejoras en sus viviendas. (Ver anexo 6)
- O2.** Pocas familias tienen acceso o son sujetas a créditos sin presentar un respaldo económico como garantía.
- O3.** El 68% de las personas encuestadas tienen algún tipo de ingreso económico (Ver anexo 6)
- O4.** El 42% de las personas encuestadas destina cierto porcentaje de sus para mejoras de sus viviendas (Ver anexo 6)
- O5.** El 74% de los encuestados se interesó en conocer más del Programa. (Ver anexo 6)
- O6.** El 60% de los encuestados quiere que las charlas del programa se impartan en su barrio. (Ver anexo 6)

2.2.3- Debilidades

- D1.** El 68% de los encuestados no conoce el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. (Ver anexo 6)

D2. El presupuesto de publicidad (\$250 mensual) es compartido por las tres células: Batahola Sur, Iván Montenegro, San Rafael del Sur.

D3. Recurso Humano reducido.

D4. Las acciones de publicidad actuales no incrementan significativamente el número de afiliados al Programa. (Ver Anexo 6)

D5. Distribución inadecuada de los instrumentos de publicidad (mantas, volantes, perifoneo).

D6. Los afiliados del Programa han presentado una disminución del en el 2do Semestre del año2016.

D7. La mayoría de los encuestados se han enterado del Programa por publicidad de boca en boca y no por las volantes, el perifoneo o las mantas. (Ver anexo 6)

2.2.4- Amenazas

A1. Incremento anual en el precio de algunos materiales para la construcción (hierro)

A2. Incremento en los productos de la canasta básica

A3. Salario mínimo no cubre la canasta básica

A4. Incursión de otros programas sociales en vista de la necesidad de la población de Managua con relación al déficit de vivienda que tiene el país.

La siguiente matriz permite conocer el impacto del entorno determinado en base a las oportunidades que podrían beneficiar al Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, las amenazas deben evitarse y como la organización está actuando sobre estos factores.

2.3- Matriz de Evaluación de Factores Externos

La elaboración de esta matriz consta de los siguientes pasos:

- 1- Se detalla una lista de factores críticos que incluyen tanto oportunidades como amenazas.
- 2- Se asignará un peso relativo a cada factor de 0.0 (No importante) a 1 (Muy importante) el peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, las oportunidades suelen tener un peso más alto de las amenazas, pero esta a su vez puede tener peso alto si son graves o amenazantes.
- 3- La sumatoria de los pesos asignados debe sumar 1.
- 4- Se asigna una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito con el objetivo de indicar si la estrategia presente están correspondiendo con eficacia. 4=Una respuesta superior, 3=Una superior a la media, 2= Una respuesta media, 1=Una respuesta mala.
- 5- Multiplica el peso de cada factor por su calificación.
- 6- Determina el peso ponderado, sumas las calificaciones ponderadas de cada variable.

Tabla #1. Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz de Evaluación de Factores Externos				
No.	Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades				
1	El 82% está interesado en hacer mejoras en sus viviendas. (Ver anexo 6)	0.1	3	0.3
2	Pocas familias tienen acceso o son sujetas a créditos sin presentar un respaldo económico como garantía.	0.1	3	0.3
3	El 68% de las personas encuestadas tienen algún tipo de ingreso económico (Ver anexo 6)	0.1	3	0.3
4	El 42% de las personas encuestadas destina cierto porcentaje de sus para mejoras de sus viviendas (Ver anexo 6)	0.1	3	0.3
5	El 74% de los encuestados se interesó en conocer más del Programa. (Ver anexo 6)	0.1	3	0.3
6	El 60% de los encuestados quiere que las charlas del programa se impartan en su barrio. (Ver anexo 6)	0.1	3	0.3
Amenazas				
1	Incremento anual en el precio de algunos materiales para la construcción (hierro)	0.1	1	0.1
2	Incremento en los productos de la canasta básica	0.1	1	0.1
3	Salario mínimo no cubre la canasta básica	0.1	1	0.1
4	Incursión de otros programas sociales en vista de la necesidad de la población de Managua con relación al déficit de vivienda que tiene el país.	0.1	3	0.3
T O T A L		1		2.4

Fuente: Elaboración Propia

El total ponderado de 2.4 indican que está por debajo de la media (2.5), esto quiere decir que el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur no está respondiendo de forma positiva al interés de captar más afiliados para el programa, porque no está haciendo uso de los medios publicitarios adecuados.

2.4- Matriz de Evaluación de Factores Internos

Esta matriz sirve para formular estrategias, ya que resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, ofreciendo una base para identificar y valorar las relaciones entre ellos.

La elaboración de esta matriz consta de los siguientes pasos:

- 1- Hacer una lista de los factores de éxito, primero se anotaran las fortalezas y después las debilidades.
- 2- Se asigna un peso entre 0.0 (No importante) a 1.0 (Absolutamente importante) a cada uno de los factores, el total de los pesos debe sumar 1.
- 3- Asignar una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores, si el factor representa una debilidad mayor (Calificación =1), debilidad menor (Calificación =2), una fortaleza menor (Calificación =3), o fortaleza mayor (Calificación =4).
- 4- Se multiplica el peso de cada factor por su calificación para determinar una calificación ponderada por cada variable.
- 5- Se suman las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado.

Tabla #2. Matriz de Evaluación de Factores Internos

Matriz de Evaluación de Factores Internos				
No	Factores Críticos para el Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fuerzas				
1	Para ser parte del Programa no se requiere de ningún soporte de ingreso.	0.1	4	0.4
2	Patrimonio Hoy es un Programa con el respaldo de CEMEX Nicaragua.	0.06	3	0.18
3	Precios congelados en materiales (excepto el hierro).	0.05	4	0.2
4	Transporte de materiales hasta la puerta de su casa (dentro del casco urbano de Managua).	0.06	3	0.18
5	Asesorías Técnicas de viviendas.	0.07	4	0.28
6	Atención personalizada a sus afiliados.	0.08	3	0.24
Debilidades				
1	El 68% de los encuestados no conoce el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. (Ver anexo 6)	0.09	1	0.09
2	El presupuesto de publicidad (\$250 mensual) es compartido por las tres células: Batahola Sur, Iván Montenegro, San Rafael del Sur.	0.08	1	0.08
3	Recurso Humano reducido.	0.09	2	0.18
4	Las acciones de publicidad actuales no incrementan significativamente el número de afiliados al Programa. (Ver Anexo 6)	0.08	1	0.08
5	Distribución inadecuada de los instrumentos de publicidad (mantas, volantes, perifoneos).	0.09	1	0.09
6	Los afiliados del Programa han presentado una disminución del en el 2do Semestre del año 2016.	0.07	2	0.14
7	La mayoría de los encuestados se han enterado del Programa por publicidad de boca en boca y no por las volantes, el perifoneo o las mantas. (Ver anexo 6)	0.08	1	0.08
T O T A L		1		2.22

Fuente: Elaboración Propia

El total ponderado es de 2.22, éste se encuentra por debajo de la media que es 2.5. Esto significa que sus áreas internas de publicidad son débiles, lo que determina que sus fuerzas internas son desfavorables para el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur.

**AQUÍ VA LA MATRIZ FODA QUE
ESTA EN OTRO DOCUMENTO CON
ORIENTACION HORIZONTAL**

2.6 Definición de las estrategias Resultantes

2.6.1 Estrategias para maximizar las fortalezas y oportunidades (FO)

E1. Dirigir las campañas publicitarias a aquellas familias que no son sujetas de créditos por no poseer respaldo económico. (F1, F3, O2)

E2. Impartir charlas informativas externas grupales en los barrios aledaños (F1, F3, F4, F5, F6, O1, O4, O5, O6)

2.6.2 Estrategias para minimizar debilidades y maximizar oportunidades (DO)

E3: Aumentar el presupuesto de publicidad designado para la Célula Batahola Sur (D2, O1, O3, O4, O5, O6)

E4: Realizar campañas publicitarias usando: radio, periódico, volantes, mantas publicitarias, visita casa a casa y universidades con perifoneo. (D1, D4, D5, D7, O1, O3, O5, O6)

2.6.3 Estrategias para maximizar fortalezas y minimizar amenazas (FA)

E5: Incluir al Programa Patrimonio Hoy en las ferias de vivienda donde CEMEX tiene presencia (F2, A4)

2.6.4 Estrategias para minimizar debilidades y minimizar amenazas (DA)

E7: Contratar nuevo personal dedicado a la publicidad del Programa. (D3, A4)

2.7 Matriz de Impacto Cruzado para las estrategias

Las estrategias anteriores se evaluaron en la matriz de impacto cruzado, esta servirá en conjunto con el plano cartesiano a determinar las estrategias principales o críticas para aplicar en el Plan de Publicidad Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Para la evaluación de las posibles estrategias se usó el siguiente nivel de incidencia:

Nivel de incidencia

- 0: Cero incidencia
- 1: Baja incidencia
- 2: Mediana incidencia
- 3: Alta incidencia

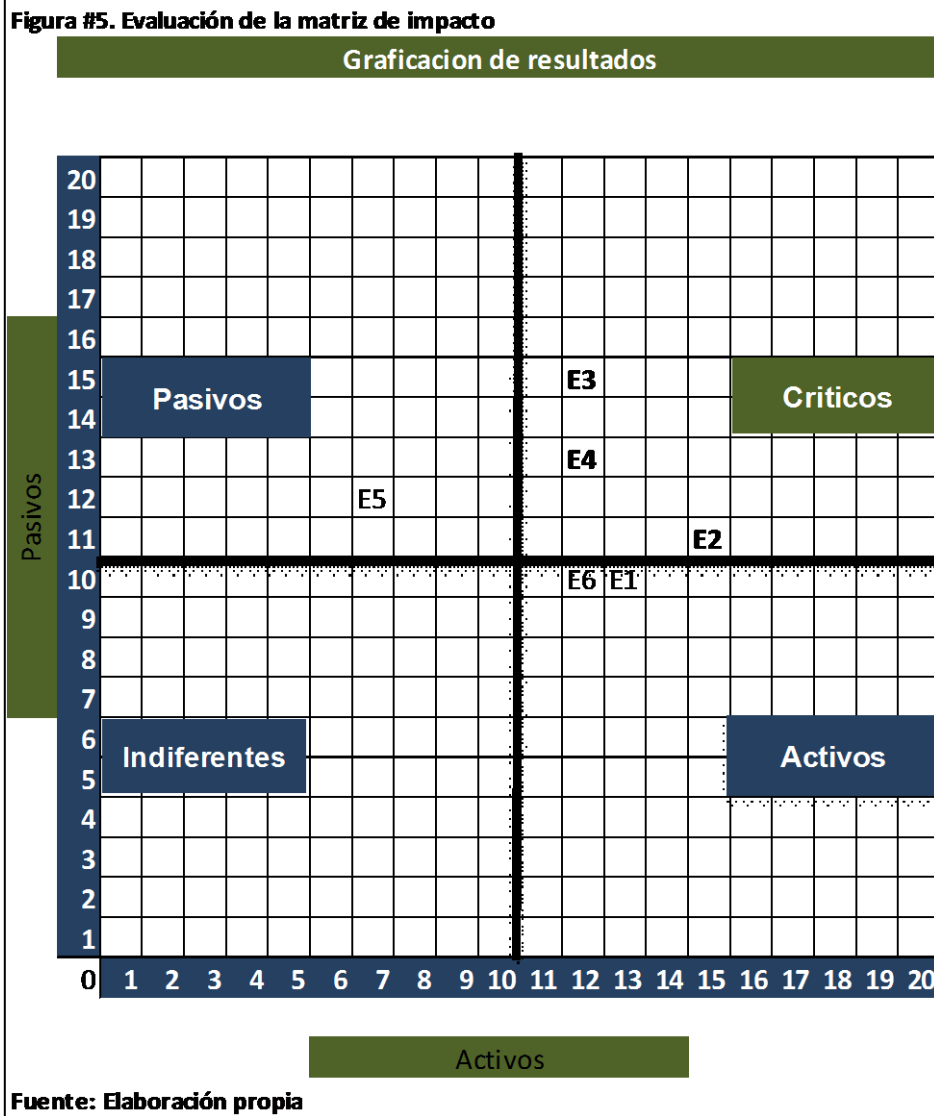
Tabla #4. Matriz de impacto cruzado

Matriz de impacto cruzado

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	Total Activos
E1	0	3	3	2	2	3	13
E2	3	0	3	3	3	3	15
E3	1	2	0	3	3	3	12
E4	3	3	3	0	2	1	12
E5	2	0	3	2	0	0	7
E6	1	3	3	3	2	0	12
Total Pasivos	10	11	15	13	12	10	

Fuente: Elaboración propia

A continuación se posiciona cada una de las posibles estrategias en el plano cartesiano para ver cuáles son críticas para el desarrollo del plan.



Las estrategias que son críticas a tomar en cuenta para llevar a cabo el Plan de Publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur son:

E2: Impartir charlas informativas externas grupales en los barrios aledaños a Batahola Sur (F1, F3, F4, F5, F6, O1, O4, O5, O6).

E3: Aumentar el presupuesto de publicidad designado para la Célula Batahola Sur (D2, O1, O3, O4, O5, O6)

E4: Realizar campañas publicitarias usando: radio, periódico, volantes, mantas publicitarias, visita casa a casa y universidades con perifoneo. (D1, D4, D5, D7, O1, O3, O5, O6)

2.8 Análisis de las estrategias seleccionadas

Después de graficar cada una de las estrategias, tres quedaron en el cuadrante crítico del plano cartesiano, a continuación se detallaran la Meta, Objetivo y Actividad y Tarea de cada una de las estrategias.

E2: Impartir charlas informativas externas grupales en los barrios aledaños a Batahola Sur.

Meta: Dar a conocer el Programa a los pobladores de barrios aledaños a Batahola Sur.

Objetivo: Proporcionar información sobre los beneficios del Programa Patrimonio Hoy a los pobladores de barrios aledaños a Batahola Sur.

Actividades:

A1.1 Definir los aspectos a tomar en cuenta en las charlas

A1.2 Crear un Calendario de visita a los barrios

A1.3 Crear grupos de 20 personas en cada barrio a visitar para impartir las charlas

Tareas de las Actividades

Actividad A1.1

- a. Definir la duración de la charla
- b. Definir los aspectos a abordar en la charla
- c. Llevar formatos de afiliación en caso de que quieran afiliarse después del programa.

Actividad A1.2

- a. Las charlas en los barrios se impartirán dos veces a la semana: Martes y Jueves.

Actividad A1.3

- a. Contactar al distrito dos de la alcaldía para pedir apoyo con la organización de los pobladores en los barrios.

E3: Aumentar el presupuesto de publicidad designado para la Célula Batahola Sur.

Meta: Aumentar el número de afiliados al programa

Objetivo: Ofrecer los beneficios del programa a pobladores que no conocen del Programa.

Actividades:

A2.1 Solicitar reunión con el Director País para el aumento del presupuesto publicitario de la Célula Batahola Sur.

A2.2 Exponer Plan estratégico de Publicidad al Director País

A2.3 Presentar presupuesto del Plan Estratégico de Publicidad al Director País.

Tareas de las Actividades

Actividad A2.1

- a. Programar reunión con el Director País para solicitar el aumento del presupuesto publicitario de la Célula Batahola Sur.

Actividad A2.2

- a. Elaborar presentación para presentar Plan Estratégico de Publicidad.

Actividad A2.3

- a. Presentar en la exposición el presupuesto del Plan Estratégico de Publicidad.

E4: Realizar campañas publicitarias usando: radio, periódico, volantes, mantas publicitarias, visita casa a casa y universidades con perifoneo.

Meta: Que el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur llegue a un sector más amplio de la población.

Objetivo: Ofrecer el Programa a más familias nicaragüenses, usando distintos medios de publicidad.

Actividades:

A3.1 Diseñar las mantas publicitarias, las volantes, spot de radio y periódico.

A3.2 Elaboración las mantas y las volantes

A3.3 Programar los días de perifoneo

Tareas de las Actividades

Actividad A3.1

- a. Detallar en las mantas, volantes, spot de radio y periódico los beneficios del Programa Patrimonio Hoy y sus ventajas como programa único.

Actividad A3.2

- a. Enviar a elaboración: Mantas publicitarias, Volantes, spot de Radio y Periódico.

Actividad A3.3

- a. Asignar días de perifoneo

CAPITULO III: PLAN DE ACCION Y PRESUPUESTO DE LAS ESTRATEGIAS

Las estrategias resultantes del capítulo anterior serán las directrices para la puesta en marcha del Plan estratégico de Publicidad para el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur. Dentro del Plan Estratégico no se detalla ingreso por ser un Programa con enfoque social. Lo que se pretende es hacer llegar el beneficio a más familias nicaragüenses que viven en los alrededores de la Célula Batahola Sur.

Dentro del Plan de Acción propuesto para la Célula Batahola Sur se usaran los siguientes medios de publicidad: Mantas artesanales, Volantes + Perifoneo, Spot de Radio, Publicación en Periódicos. Todos los medios anteriores serán usados en un periodo de 4 meses, la distribución de los mismos se detalla en el presupuesto.

La estrategia de impartir charlas informativas externas en grupos de 20 personas en barrios aledaños tendrá un costo de \$166 dólares durante los 4 meses, los cuales serán para el refrigerio del Jefe de Oficina y el Asesor de Vivienda, quienes serán los encargados de ofrecer las charlas. Las charlas se llevaran a cabo los días Martes y Jueves durante las 16 semanas (4 meses) que dure el plan de acción.

La estrategia de aumentar el presupuesto no se solicitará al Director País, el cual es el encargado de tomar esa decisión.

La estrategia de realizar campañas publicitarias usando: radio, periódico, volantes, mantas publicitarias, visita casa a casa y universidades con perifoneo, se propone ya que el programa no es muy conocido por los habitantes que viven alrededor de la Célula Batahola Sur. Se propone llevar a cabo en un periodo de 4 meses.

AQUÍ VA EL PLAN DE ACCION

3.2 Costo del Plan Estratégico de Publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur

Para los cuatros meses propuestos del Plan de acción se ejecutara mensualmente un presupuesto de \$395 dólares. Se usará en todos los meses la colocación de mantas, se decidió colocarla mensualmente por dos razones el costo no es muy elevado y el otro es que éste tipo de publicidad es muy propensa a que cualquier persona las quite de su lugar y las use para otros fines. Dentro del presupuesto se incluye el costo de impartir las charlas externas en barrios aledaños a Batahola Sur.

En los meses en los que no se gaste el total de lo presupuestado se pasará al mes siguiente para poder ejecutarlo con gastos más altos como la impresión de las volantes full color. En el presupuesto se usó el perifoneo con descuento.

Detalle por mes:

1.1 Mes I

La primera manta que se colocará debe ser en un sector donde no se haya colocado ninguna manta en meses anteriores. Ya que las encuestas demuestran que no han tenido el nivel de captación esperado.

Se anunciará el Programa Patrimonio de la Célula Batahola sur cinco días a la semana por cuatro semanas. Los días en que se publicará el anuncio serán Martes, Jueves, Viernes, Sábado y Domingo.

Se impartirán charlas en el primer barrio propuesto, las charlas serán los días Martes y Jueves, estas se impartirán las 4 semanas del mes en curso, los encargados serán en Jefe de Oficina y el Asesor de Vivienda.

Se deja un sobrante considerable para que el próximo mes se pueda usar en el costo de impresión de las 5 mil volantes full color.

Mes II

Se coloca la manta mensual propuesta en un lugar donde no se haya colocado y se imprimen las 5 mil volantes full color. Se imprimirán las 5mil volantes full color que serán usadas en el perifoneo del siguiente mes. Se impartirán las charlas en los barrios correspondientes del mes en curso.

Mes III

En este mes se hace uso del perifoneo, el costo del perifoneo es de \$12 por el numero horas que se realizarán 3 días a la semana 2 horas por día durante 4 semanas (Se obtiene descuento por horas contratadas), los días de la semana serán Jueves, Viernes y Sábado. Se debe colocar la manta en un lugar donde no se haya colocado. Se anunciará el Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola sur en Radio Joya 103.9, 1 hora 3 veces por semana durante 4 semanas. Los días en que se publicará el anuncio serán Viernes, Sábado y Domingo. Se impartirán las charlas en los barrios correspondientes del mes en curso.

Mes IV

Se colocará la manta mensual, igual que otros meses en un lugar donde no se haya colocado pero en barrios aledaños a la sucursal Batahola. En este mes se publicará en el periódico El Nuevo Diario un anuncio desplegado en blanco y negro. En este último mes se harán 9 horas de perifoneo en 1 semana, los perifoneos se harán Lunes, Miércoles, Viernes y Sábado. Se impartirán las charlas en los barrios correspondientes del mes en curso.

AQUÍ VA EL PRESUPUESTO

CONCLUSIONES

Según el diagnóstico realizado al Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, se encontró que por ser un programa social, no invierten un plan adecuado de publicidad, tienen muchas limitantes como : Errónea organización funcional, falta de tecnología, inadecuada coordinación y sobre todo poco recurso asignado para publicidad en su organización.

Con la aplicación del Análisis FODA se determinaron 6 estrategias de las cuales se ubicaron 3 como críticas en la matriz de impacto cruzado, que ayudaron a desarrollar un plan de publicidad para el Programa Patrimonio Hoy, donde se enfoca mejorar los procesos de publicidad de la Célula Batahola Sur y captar más afiliados en este sector.

Se propone un plan de acción para implementar las 3 estrategias identificadas como principales o críticas, estas priorizaran la iniciativas más importante para cumplir o alcanzar nuestro objetivo que es mejorar la publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur, la ejecución de este plan tendrá un costo de USD 1,580 distribuido en USD 395 mensual durante 4 meses.

RECOMENDACIONES

A partir del análisis de todos los escenarios y el resultado obtenido en el presente estudio se consideran las siguientes recomendaciones:

- Proponer la implementación del Plan Estratégico de Publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur como proyecto piloto para aumentar la cartera de clientes afiliados.
- Ejecutar el aumento en \$395 mensuales destinados para la Publicidad del Programa Patrimonio Hoy de la Célula Batahola Sur durante 4 meses.
- Medir los resultados de la puesta en marcha de cada estrategia ejecutada
- La estrategia que obtenga mejores resultados puede ser replicada en las otras dos células del Programa Patrimonio Hoy: Iván Montenegro y San Rafael del Sur.
- Se deja a discreción del Director País la decisión de invertir más en dar a conocer el Programa Patrimonio Hoy.

BIBLIOGRAFIA

- David, F. (1997), **Conceptos de Administración Estratégica**, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., Quinta Edición, 353pp.
- Pilar Cibrán Ferraz, **Planificación Financiera**, primera edición, España septiembre 2016, Esic Editorial.
- Porter Michael E, **Ventajas Competitivas: creación y sostenimiento de un desempeño superior**, sexta reimpression, México 2007, Grupo Editorial Patria.
- Shaffer, Menderhali, OIT, **Elementos de muestreo**, Editorial Iberoamericana S.A. de C.V. México 1987.

WEBGRAFIA

García Augusto, junio 2013.

<http://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/overview>

Arq. Gatica Héctor, Delegado del Distrito II de Managua, Nicaragua

<http://www.manfut.org/managua/barrios/Distrito2.html>

Guerrero Ricardo, Managua Nicaragua, 4 de febrero 2016

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/384101-crecimiento-poblacional-nicaragua-se-desacelera/>

Vidaurre Arias Alba, Managua Nicaragua 7 de marzo 2014

<http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/313439-deficit-vivienda-ascenso/>

INIDE (Instituto Nacional de Información de Desarrollo)