

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



**PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIADOS AL  
SINDICATO DE MAESTRAS Y MAESTROS DE LA EDUCACIÓN  
PÚBLICA DE EL SALVADOR (SIMEDUCO), UBICADO EN LA CIUDAD  
DE SAN SALVADOR.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:**

**KARLA ANGÉLICA MARTÍNEZ FIGUEROA**

**SONIA DEL CARMEN ROSALES PÉREZ**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**NOVIEMBRE 2023  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Rector:** Máster. Juan Rosa Quintanilla

**Vicerrectora Académica:** Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata

**Secretario General:** Lic. Rosalio Escobar Castaneda

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Decano:** Licda. Celina Amaya de Calderón

**Secretario:** Lic. Pedro Javier Rivas Mejía

**Coordinador General del proceso de grado:** Lic. Ronald Edgardo Gálvez Rivera

**Director de la Escuela de Administración de Empresas:** Mcs. Abraham  
Vásquez Sánchez

**Coordinador de Procesos de Grado de la Escuela de Administración de  
Empresas:** Lic. David Mauricio Lima Jaco

**TRIBUNAL EVALUADOR**

Msc. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

Msc. Abraham Vásquez Sánchez

Lic. David Mauricio Lima Jaco (Docente Asesor)

**NOVIEMBRE 2023**

**SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por permitirme sonreír ante todos mis logros que son el resultado de su ayuda. Ha sido una gran bendición el poder contar con el apoyo de mis padres, su esfuerzo, dedicación y sobre todo su amor, dando lo mejor de sí para sacarme adelante en los años de estudio y durante este proceso, a mis hermanos que siempre tuvieron palabras para animarme y aconsejarme, siendo motivación para poner todo mi esfuerzo en el trabajo de graduación.

**Sonia del Carmen Rosales Pérez**

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido lograr terminar este propósito importante en mi vida, brindándome salud, y fortaleza con la cual he logrado salir adelante. Agradezco a mi familia, abuelos que siempre han sido un apoyo fundamental, por sus oraciones, bendiciones y apoyo incondicional, ya que siempre me han fomentado el seguir adelante con mis estudios y proyectos personales.

**Karla Angelica Martínez Figueroa**

# Índice

Resumen.....	I
Introducción.....	III
CAPÍTULO I .....	1
MARCO TEÓRICO DE UN PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIADOS AL SINDICATO DE MAESTRAS Y MAESTROS DE LA EDUCACIÓN PÚBLICA DE EL SALVADOR (SIMEDUCO), UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.....	1
1.1 OBJETIVOS.....	1
1.1.1 General.....	1
1.1.2 Específicos.....	1
1.2 MARCO HISTÓRICO.....	2
1.2.1 Antecedentes del sindicalismo internacional.....	2
1.2.2 Sindicato.....	4
1.2.3 Clases de sindicatos.....	4
1.2.4 Antecedentes del sindicalismo en El Salvador.....	5
1.2.5 Filosofía sindical.....	6
1.2.6 Antecedentes del sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador (SIMEDUCO).....	7
1.2.6.1 Generalidades del sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública (SIMEDUCO).....	10
1.3 MARCO LEGAL.....	14
1.3.1 Constitución de la República de El Salvador.....	14
1.3.2 Código de trabajo.....	16
1.3.3 Ley de Servicio Civil.....	16
1.3.4 Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO.....	17
1.3.5 Ley Integral del Sistema de Pensiones.....	19
1.3.6 Ley de la Carrera Docente.....	19
1.3.7 Ley del Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial.....	20
1.4 MARCO INSTITUCIONAL.....	21

1.5	MARCO CONCEPTUAL .....	21
1.5.1	Plan.....	21
1.5.2	Mercado .....	22
1.5.3	Segmentación de mercado.....	22
1.5.4	Mercadeo .....	24
1.5.5	Plan de mercadeo.....	24
1.5.6	Etapas del plan de mercadeo .....	25
1.5.6.1	Definición de la misión de la organización.....	25
1.5.6.2	Análisis de la situación .....	25
1.5.6.3	Fijación de objetivos.....	26
1.5.6.4	Estrategias de mercadeo .....	27
1.5.6.5	Mezcla de mercadotecnia .....	28
1.5.6.6	Posicionamiento de Mercado .....	30
1.5.6.7	Publicidad .....	31
1.5.6.8	Implementación de mercadeo .....	31
1.5.6.9	Establecimiento de presupuesto.....	31
1.5.6.10	Sistemas de control y plan de contingencias .....	32
CAPÍTULO II	.....	32
DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE SIMEDUCO	.....	32
2.1	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	32
2.1.1	Descripción del problema. ....	32
2.1.2	Importancia de la investigación. ....	33
2.2	OBJETIVOS .....	34
2.2.1	General.....	34
2.2.2	Específicos .....	34
2.3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.3.1	Método.....	34
2.3.2	Tipo de investigación.....	35

2.3.3	Diseño de la investigación .....	35
2.3.4	Fuentes de Información .....	36
2.3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	36
2.3.5.1	Técnicas .....	36
2.3.5.2	Instrumentos de recolección de información. ....	37
2.3.6	Ámbito de la investigación .....	37
2.3.7	Determinación del Universo y Muestra .....	37
2.3.7.1	Universo .....	37
2.3.7.2	Muestra .....	38
2.3.8	Estratificación de la Muestra de Afiliados Actuales y Potenciales .....	40
2.3.9	Procesamiento de la Información. ....	40
2.4	DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA DE SIMEDUCO.....	40
2.4.1	Factores determinantes en el bajo crecimiento del sindicato.....	40
2.4.2	Mezcla de mercadeo. ....	47
2.5	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	49
2.5.1	Alcances.....	49
2.5.2	Limitaciones .....	49
2.6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
2.6.1	Conclusiones.....	50
2.6.2	Recomendaciones .....	50
CAPÍTULO III .....		51
PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIACIONES DE DOCENTES AL SINDICATO DE MAESTRAS Y MAESTROS DE LA EDUCACIÓN PÚBLICA DE EL SALVADOR, SIMEDUCO. ....		51
3.1	OBJETIVOS .....	51
3.1.1	General .....	51
3.1.2	Específicos .....	51
3.2	IMPORTANCIA .....	52
3.3	POLÍTICAS DEL PLAN.....	52

3.4	DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO GENERAL. ....	53
3.4.1	Estrategia de membresía.....	53
3.4.2	Estrategia financiera.....	55
3.4.3	Estrategia publicitaria.....	57
3.4.4	Estrategia de plaza .....	59
3.4.5	Estrategia de Evaluación Continua.....	60
3.5	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIADOS DEL SINDICATO.....	62
3.5.1	Objetivos. ....	62
3.5.2	Recursos .....	63
3.5.3	Etapas del plan de implementación.....	63
3.6.	PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADEO ANUAL (CUADRO N°8).....	64
3.7	FINANCIAMIENTO DE PRESUPUESTO ANUAL. ....	64
3.8	CRONOGRAMA ANUAL DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE MERCADEO (Cuadro 10) .....	66
3.9	BIBLIOGRAFÍA.....	67
	ANEXOS .....	69
	Anexo 1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados del cuestionario dirigido a Maestros Afiliados	
	Anexo 2. Resumen de tabulación, análisis e interpretación del cuestionario dirigido a Afiliados Potenciales	
	Anexo 3. Resumen de Guía de Preguntas dirigida al secretario general.	
	Anexo 4. Diseño de Instrumentos	
	Anexo 5 Cotización de tarjetas de membresía	
	Anexo 6 Cotización de capacitaciones en modalidad en línea, impartidas por Grupo Adysa.	
	Anexo 7 Alianza con clínica oftalmológica.	
	Anexo 8 Alianza con Escuela de Manejo.	
	Anexo 9 Alianza con Clínica Dental	
	Anexo 10 Cotización de Hoja Informativa	

## Resumen.

El presente trabajo surgió a partir del deseo del equipo investigador de realizar un aporte relevante a una institución que beneficie a la sociedad. Posteriormente el equipo indagó sobre cuales instituciones conocidas, cumplían tal característica y se eligió al Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, ya que una de las integrantes tenía familiares que pertenecen a tal institución e hicieron del conocimiento del equipo la necesidad de aumentar sus recursos y su nómina de afiliados.

El equipo contacto a las principales jefaturas del gremio para solicitar una reunión en la cual se plantearía el deseo de llevar a cabo un proyecto de investigación que respondiese a las necesidades de la institución en ese momento. La reunión se llevó a cabo y la directiva del sindicato expuso como principal necesidad el incremento de afiliados lo cual pasó a ser el tema central de la investigación, planteando, de la siguiente manera, el objetivo general de la investigación; “Elaborar un Plan de Mercadeo para el Incremento de Afiliados al Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador (SIMEDUCO), Ubicado en la Ciudad de San Salvador.”

Se determinó el método científico para el desarrollo de la investigación, el de análisis y síntesis como auxiliares. Utilizando el tipo descriptiva y un diseño no experimental.

Se definieron las técnicas a utilizar las cuáles fueron la encuesta y la entrevista. Posteriormente se procedió a elaborar los instrumentos de recolección de datos, que luego se aplicaron a la población objetivo, conformada por docentes afiliados y potenciales.

Luego de observar los resultados obtenidos se concluyó que el sindicato necesitaba la elaboración y aplicación de un plan de mercadeo que contenga

estrategias que le permitan optimizar la comunicación de los servicios que ofrece y la atención estimulando el crecimiento del número de sus afiliados.

Consecuentemente con las conclusiones se desarrolló un plan de mercadeo el cual contiene una serie de estrategias orientadas hacia una proyección económica de crecimiento gradual que permita al sindicato aumentar sus recursos y optimizar sus servicios.

## **Introducción.**

El crecimiento numérico de los afiliados de una institución como lo es el sindicato es vital para su sostenibilidad a largo plazo ya que son la razón de ser y quienes sostienen financieramente la continuidad del proyecto. El plan de mercadeo para el incremento de afiliados del sindicato es el tema central de este trabajo.

Inicialmente en el capítulo I, se presentan una serie de apartados relacionados a la base teórica que sustenta la investigación;

A continuación, se describe el marco histórico, en el que se narra la historia de los principales sindicatos a nivel nacional e internacional y como estos surgieron y evolucionaron en los siglos recientes.

Posteriormente se encuentra el marco legal que representa las instituciones que rigen judicialmente el funcionamiento de los sindicatos tanto a nivel nacional como internacional. También se exponen los principales artículos más relevantes relacionados a este tema.

El siguiente enunciado es el marco conceptual donde se exponen los principales conceptos, definiciones y corrientes teóricas que sustentan la investigación.

Seguidamente se presenta el capítulo II, en el que se encontrará el problema al que se pretende darle solución y que a su vez manifiesten la importancia de su desarrollo y ejecución.

De manera consiguiente se enuncia el objetivo general de este capítulo, ya que tiene un papel primordial y a este se les suma los respectivos objetivos específicos que señalan cada una de las fases principales para llegar a un diagnóstico certero. Luego de esto se explica la metodología utilizada desde el método hasta el tipo de investigación, incluyendo el diseño las fuentes de información tanto primarias como secundarias y las técnicas e instrumentos de recolección de datos a utilizar.

Además, se plantea la fórmula que se utilizó para determinar el universo y la muestra poblacional a la que fue aplicada los instrumentos. más adelante se

presenta la descripción del diagnóstico, que es el resultado de la aplicación de los instrumentos y la base fundamental para el cumplimiento de los objetivos del estudio.

Finalmente se encuentran definidos los alcances y las limitaciones de la investigación, así como las respectivas conclusiones y recomendaciones.

El capítulo III, contendrá las cinco estrategias que componen el plan de mercadeo, las cuales son; de membresía, financiera, publicitaria, plaza y de evaluación continua. Estas fueron diseñadas por el equipo investigador, en base a los resultados obtenidos en el diagnóstico. Y como último punto se detalla el plan de implementación, el presupuesto financiero y el cronograma para la ejecución del plan.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO DE UN PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIADOS AL SINDICATO DE MAESTRAS Y MAESTROS DE LA EDUCACIÓN PÚBLICA DE EL SALVADOR (SIMEDUCO), UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR.**

### **1.1 OBJETIVOS**

#### **1.1.1 General**

Elaborar un marco teórico que sirva como base referencial para el diseño de un plan de mercadeo para incrementar el número de afiliados al sindicato.

#### **1.1.2 Específicos**

- 1.1.2.1** Investigar la historia de los sindicatos en El Salvador, y la trayectoria del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública (SIMEDUCO).
- 1.1.2.2** Elaborar un marco conceptual que sustente los fundamentos teóricos de un plan de mercadeo para la institución.
- 1.1.2.3** Determinar el marco legal que regula el funcionamiento de las gestiones y operaciones del sindicato, en El Salvador.

## 1.2 MARCO HISTÓRICO

### 1.2.1 Antecedentes del sindicalismo internacional

La historia del movimiento obrero comenzó con la revolución industrial y la democracia moderna, cuando la esclavitud inicio a ser abolida legalmente y el trabajo asalariado a generalizarse. A menudo se pone como precedente la revolución francesa, que provocó la quiebra del sistema feudal y el reconocimiento por primera vez de ciertos derechos de la clase obrera.

En Europa aparecen las primeras corporaciones, llegando a convertirse en una fuerza laboral muy importante e influyente en la época, por el número extenso de personas que las integraban, así como por privilegios y atribuciones que les confirieron, desde un inicio se conformó solo por la clase trabajadora, luego de un tiempo por personas libres y también por esclavos. Cuando en realidad las asociaciones laborales adquirieron tal grado de organización, relevancia e importancia fue específicamente en la Edad Media en Europa, en donde la vida social cotidiana de los pueblos giraba entorno o alrededor de las mismas. La opresión a los gremios medievales era tan aguda que se asimilaba la esclavitud, luego surgen las guildas, asociaciones o ligas creadas con el fin de la defensa de sus integrantes<sup>1</sup>.

En Francia el sindicalismo aparece también en la década de 1830, con las primeras crisis económicas. La Asamblea Constituyente, dio en junio de 1791, un punto final a los regímenes corporativos existentes, con la aprobación de la Ley Le Chapelier, que consistía en la prohibición del restablecimiento de las corporaciones de oficios, además fueron las obreras francesas las primeras en organizarse contra las condiciones de explotación en los aserraderos de Burdeos y en las fábricas textiles. Mientras París, Lyon e Irlanda eran testigos de

---

<sup>1</sup> Berrios Vásquez, Patricia Yaneth, "La flexibilidad laboral frente al principio de estabilidad en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Tesis, UES, 2004, Pág. 29

levantamientos obreros agudizados por la grave crisis económica del momento, en Inglaterra se abolía la esclavitud.<sup>2</sup>

“A partir de la década de 1840, los alemanes Karl Marx y Friedrich Engels se instalan en Inglaterra y darán origen a un particular pensamiento obrero, el marxismo, o socialismo científico, que será seguido en todo el mundo. Contemporáneamente el ruso Mijaíl Bakunin y el francés Pierre-Joseph Proudhon, sientan las bases de anarquismo.

En 1848 se extienden por toda Europa una serie de movimientos revolucionarios que tienen especial importancia en Inglaterra y Francia; en ellos se hacen exigencias tanto de carácter político como social, proponiendo la protección de los intereses de los trabajadores y el derecho al trabajo.

En los años 1850 el movimiento sindical se extiende por Europa y se crean sindicatos en Portugal, Bélgica y Alemania. En el siglo XX los sindicatos de todo el mundo tendieron a abandonar la antigua organización sindical por oficio, para generalizar el sindicato por rama de actividad.

Los sindicatos tendieron a dividirse internacionalmente en tres grandes corrientes mundiales:

Los comunistas, organizados en la Federación Sindical Mundial, los socialdemócratas, organizados en la Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres (CIOSL), los cristianos organizados en la Confederación Mundial del Trabajo (CMT).

Existen sindicatos no organizados con las corrientes mayoritarias, al ser organizaciones de carácter más independiente. Algunos como los sindicatos libertarios se coordinan con otros sindicatos y organizaciones sociales, como

---

<sup>2</sup> Berrios Vásquez, Patricia Yaneth, “La flexibilidad laboral frente al principio de estabilidad en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Tesis, UES, 2004, Pág. 29

Solidaridad Internacional Libertaria o la Asociación Internacional de los Trabajadores (AIT)".<sup>3</sup>

### **1.2.2 Sindicato**

“Unión libre de personas que ejerzan la misma profesión u oficios conexos, que se constituya con carácter permanente y con el objeto de defender intereses profesionales de sus integrantes o para mejorar sus condiciones económicas y sociales”.<sup>4</sup>.

### **1.2.3 Clases de sindicatos**

Históricamente los sindicatos se han clasificado de la siguiente manera:

- a. Gremio; es el formado por trabajadores que ejercen una misma profesión, arte, oficio o especialidad.
- b. Empresa; es el formado por trabajadores que prestan sus servicios en una misma empresa, establecimiento o institución oficial autónoma.
- c. Industria; es el formado por patronos o trabajadores pertenecientes a empresas dedicadas a una misma actividad industrial, comercial, de servicios, social y demás equiparables.
- d. Empresas Varias; y, es el formado por trabajadores de dos o más empresas vecinas, cada una de las cuales tenga un número de trabajadores inferior a veinticinco y que estos no pudieren formar parte de un sindicato de gremio o de industria.

---

<sup>3</sup> Berrios Vásquez, Patricia Yaneth, “La flexibilidad laboral frente al principio de estabilidad en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Tesis, UES, 2004, Pág. 29

<sup>4</sup> Machicado, Jorge. «Apuntes Jurídicos.» 2010. <http://jorgemachicado.blogspot.com/2010/01/ss.html> (último acceso: 24 de 11 de 2014).

- e. Trabajadores Independientes, es el constituido por trabajadores empleados por cuenta propia y que no empleen a ningún trabajador asalariado, excepto de manera ocasional”.<sup>5</sup>

#### **1.2.4 Antecedentes del sindicalismo en El Salvador**

“En El Salvador la historia del sindicalismo empieza por el año 1860, donde comenzaron a fundarse asociaciones de trabajadores llamadas sociedades mutualistas, puede decirse que los núcleos más fuertes de trabajadores eran los artesanos y los campesinos”<sup>6</sup>.

Durante los años 1920-1921, estallaron movimientos de huelga en algunos gremios, entre ellos; panificadores y zapateros, en la cual se propició por primera vez una intervención tripartita: trabajadores, Estado, patrono y sastres.

En el año de 1944, hubo una huelga que paralizó totalmente la industria, el comercio, los transportes, las actividades docentes y la administración pública.

Posteriormente se fundó la Unión Nacional de Trabajadores (UNT) en 1944 con fines de orientar políticamente a los trabajadores de la ciudad y del campo, es decir como un partido político. Con la llegada del coronel Osmín Aguirre y Salinas, La UNT y las organizaciones sindicales fueron canceladas; así como los partidos políticos democráticos, quedando únicamente el partido oficial de esa época llamado “Partido Agrario” Se retornó a la represión masiva, persecución, tortura y los encarcelamientos.

---

<sup>5</sup>Constitución de la República de El Salvador. Decreto Constituyente Nº 38 del 15 de diciembre de 1983. Publicado en el Diario Oficial Nº 234, Tomo Nº 281, de 16 de diciembre de 1983.

<sup>6</sup> FLORES, Reinaldo, Estudio Sobre La Situación De Las Organizaciones De Trabajadores En El Salvador, Programa Internacional para la Administración Profesional del Sector Laboral, San Salvador, El Salvador, Diciembre 2010,p 16

Es importante mencionar que, de 1945 en adelante, fueron testigos de la reconstrucción del movimiento sindical y estudiantil universitario en el país, el cual si bien es cierto siguió sufriendo de grandes represiones, también fueron tomando fuerza como a continuación de manera sencilla se expone.

La legalidad y reconocimiento, como fuerza importante de la organización sindical, fue efectiva a partir de la Constitución Política de 1950, la cual en el plano teórico significaba un paso de avance con respecto a las anteriores Cartas Magnas Salvadoreñas, ya que introducía en sus artículos principios tales como: el de la función social de la propiedad, ampliación de los derechos laborales, Código de Trabajo, igualdad de toda filiación, etc.; La incorporación de dichos principios tuvo incidencia en la realidad nacional del País”.<sup>7</sup>

Se decreta el 9 de agosto de 1950, la primera Ley de Sindicatos de Trabajadores, y la Ley de Contratación Colectiva como principio constitucional el derecho a formar sindicatos, igualdad de salario para igual trabajo, pago de horas extras de trabajo, descanso semanal remunerado, vacaciones pagadas anuales e indemnización por accidentes de trabajo.

### **1.2.5 Filosofía sindical**

Toda organización o movimiento tiene sus principios, que más que un ideal, representan los entes rectores de tal organización; los sindicatos no están excluidos de tal situación. Se reconocen cuatro elementos determinantes que fortalecen la identidad de los sindicatos y les permiten alcanzar sus objetivos brindando consistencia a la credibilidad del discurso de los mismos. A continuación, se exponen a continuación:

- a. “Libertad. Se refiere a la capacidad de auto determinación que tienen los trabajadores para integrarse a sindicatos (Art. 47 de la Constitución de la República y el Art. 204 del Código de trabajo), es el fundamental derecho

---

<sup>7</sup>Berrios Vásquez, Patricia Yaneth, “La flexibilidad laboral frente al principio de estabilidad en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Tesis, UES, 2004, Pág. 29

individual de todo trabajador de pertenecer o no a la organización sindical sin restricciones por parte de las empresas e instituciones laborales, este principio se encuentra plasmado en el Art.205 del Código de Trabajo.

- b. Democracia Sindical, se establece en relación al poder soberano de las mayorías, porque el sindicato surge de la mayoría expresada en una Asamblea; en materia de sindicatos, la asamblea es el órgano máximo del sindicato. Este principio de democracia sindical se encuentra en los artículos 207 y 220 del Código de Trabajo referentes al Gobierno de los sindicatos.
- c. Independencia, se refiere al acto formal de no tener conexión o dependencia el sindicato con respecto a los partidos políticos u otra organización ajena a sus intereses, funciones y objetivos, lo anterior se encuentra determinado en el artículo 229 del Código de Trabajo.
- d. Autonomía Sindical. Se trata sobre la facultad que tiene el sindicato de dictar sus propios reglamentos y estatutos, aplicables a sus miembros. Los sindicatos deben mantener sus propias normas y estatutos, esta facultad le nace de su misma condición autónoma. Dicho principio se halla en el artículo 217 del código de trabajo, donde se hace énfasis en que los sindicatos tienen el derecho de redactar libremente sus estatutos sindicales, siempre y cuando cumplan ciertos elementos dados por la ley”.<sup>8</sup>

#### **1.2.6 Antecedentes del sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador (SIMEDUCO).**

El 27 de septiembre del año 2008, un grupo de maestros del sistema público de educación con los nombres, Manuel de Jesús Molina Medrano, Francisco Javier Zelada Solís, David Vásquez Méndez, Jorge Evers Aguilera Meléndez, Gloria Consuelo Chávez Beltrán, Daniel Rodríguez, Héctor Castaneda Ramos y Amanda Ramos. Se reunieron para fundar el sindicato de maestros y maestras del programa educación con participación de la comunidad, lo hicieron con la asesoría

---

<sup>8</sup><http://www.gestiopolis.com/recursosfulldocs/rrhh/sindicatos>.

del Centro de Derechos Laborales (CDL), uno de los cinco programas del Instituto de Derecho de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (DHUCA), el acta fue firmada en las instalaciones de la Central de Trabajadores Democráticos (CTD), donde se firmaron el acta notarial de constitución formal de ese esfuerzo organizativo; para luego presentarla en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, estos fueron los primeros pasos formales que se dieron en la lucha por incorporarse paulatinamente en el sistema de ley de salario, que rige la contratación permanente en el sector gubernamental. Una de las principales causas por las cuales se constituyó tal organización fue la negligencia mostrada en años anteriores, por parte del Ministerio de Educación (MINED), puesto que existían numerosas denuncias de los docentes, en las cuales manifestaban que el programa educativo con la participación de la comunidad “*educo*” no cumplan con los fines para los cuales había sido constituida la organización, si no que constantemente inclinaban sus voluntades a sus propios beneficios, lo cual ponía a todo el gremio docente en una posición de maltrato y abuso de sus derechos, de lo cual no querían seguir siendo víctimas.

En cuanto a la Entidad Jurídica Constituida (ACE), fue establecida por un conjunto de padres de familia de los educandos beneficiarios o a los representantes legales de estos y demás miembros de la comunidad representados por una Junta Directiva. Seguidamente a este suceso, varias asociaciones de este tipo incrementaron en conductas censurables, pese que fueron creadas por el Ministerio de Educación, con el propósito de proporcionar el servicio escolar gratuito a la población estudiantil de sus comunidades de forma eficiente y administrar los fondos y bienes que constituían el patrimonio de dichas entidades; también con el fin de acordar la contratación o destitución de maestros del programa de Educación con Participación de la Comunidad.

Debido a esta situación hizo que las personas afectadas buscaran apoyo en las organizaciones sindicales hermanas y que llegaron a establecer comunicación en Bases Magisteriales, que les mostró el camino a seguir para su nacimiento y desarrollo como sindicato, así nació una alianza estratégica.

Las condiciones laborales de maestros y maestras dentro del Programa de Educación con Participación de la Comunidad fueron las que proporcionaron su fin, pese a que en Centroamérica era el modelo a seguir por sus buenos resultados en la cobertura y el incremento de estudiantes de primaria, así como la disminución de alumnos y alumnas reprobadas. La gestión de la administración escolar centrada en las comunidades fue considerada como mecanismo ideal para descentralizar la educación estatal, pues permitía traspasar facultades en lo relativo a la toma de decisiones, además, crea expectativa de la mejoría para la supervisión del cuerpo docente. Sin embargo, se perdió de vista que también era necesaria la mejora continua en la calidad de la educación.

Por tanto el descontento de los maestros y maestras por la sobre carga de trabajo, inestabilidad laboral, la falta de pago de horas extras, el abuso en la supervisión que ejercía los directivos de cada asociación comunal de educación, la forma como contrataban algunos directivos departamentales y directores de centros escolares, en complicidad con los directivos, aprovechándose de las necesidades de la gente y cobrando por otorgar la plaza, así como la aplicación de descuentos injustificados , sobre todo en el caso de citas médicas, por esas razones y otras más se debilitó la calidad de la docencia y de desato la lucha del Sindicato, por hacer valer sus derechos labores.

Precisamente por la permanente inestabilidad y la enorme fragilidad derivada de las contrataciones temporales de los docentes del programa de Educación con la Participación de la Comunidad, se veía lejana la posibilidad de desarrollarse la organización. Pero a pesar de esas dificultades iniciaron el esfuerzo de constituir el sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, por lo que en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MTPS), otorga el 27 de noviembre de 2009 la personalidad Jurídica al sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador.

### 1.2.6.1 Generalidades del sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública (SIMEDUCO)

#### a. Ubicación geográfica

Localización: El SIMEDUCO se encuentra ubicado en 23 calle poniente, pasaje 3 #1216, Colonia Layco, San Salvador.

#### Mapa de ubicación del sindicato:



Fuente: Google Maps disponible en. <https://www.google.com/maps>.

#### b. Afiliados

El sindicato esta integrado por mil trescientos afiliados incluyendo los diecisiete miembros que conforman la junta directiva de maestras y maestros que laboran de manera definida o temporal en el sistema público de la educación de El Salvador, en los diferentes centros escolares.

#### c. Filosofía Empresarial

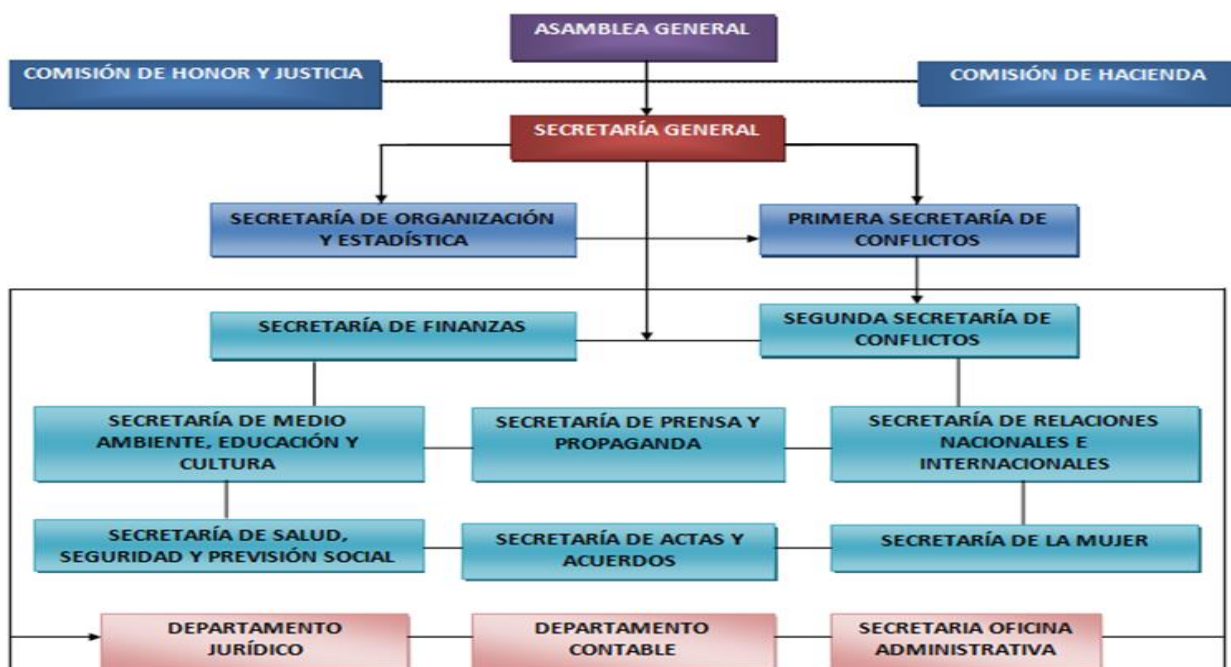
##### i. Misión

Somos un sindicato que brinda apoyo y acompañamiento al Magisterio Nacional, en la defensa de los derechos políticos, económicos, sociales y culturales de nuestras/os afiliadas/os.

## ii. Visión

Ser un sindicato de maestras y maestros que lidere las luchas por la dignificación del magisterio nacional con una estructura organizativa fuerte, dinámica y propositiva para el desarrollo y mejora del sistema educativo nacional.

## d. Estructura organizativa



Elaborado por: EL secretario de Organización y Estadística.

## e. Principales funciones y cargos dentro del sindicato

Los órganos de Gobierno del sindicato son:

- Asamblea General de Afiliados.

Está integrada por la totalidad de los miembros del Sindicato, en su caso, es la máxima autoridad de la Organización y competente para resolver todos los asuntos concernientes al mismo, sin más limitaciones que las establecidas por la ley y los presentes estatutos en cuanto a facultades y tramitaciones.

La Asamblea puede ser Ordinaria o Extraordinaria. La ordinaria se reúne una vez por año y la Extraordinaria cuando sea convocada por la Junta Directiva, a

iniciativa propia o cuando lo soliciten por lo menos el veinticinco por ciento de los miembros activos y solventes.

➤ **Junta Directiva General**

Tiene a su cargo la dirección y administración de todo el Sindicato y se compone de once miembros, los cuales son electos para las secretarías siguientes:

● **Secretaría General;**

La cual tiene a su cargo las siguientes funciones:

- a. Presidir las sesiones de la Junta Directiva y Asamblea;
- b. Coordinar la actuación de los demás miembros de la Junta Directiva;
- c. Convocar a sesión de Junta Directiva y de Asamblea;
- d. Convocar a sesión de Asamblea a petición de la Junta Directiva o cuando lo solicite, el veinticinco por ciento de los miembros afiliados en la forma descrita los presentes estatutos;

● **Organización y Estadística;**

La cual tiene a su cargo las siguientes funciones:

- a. Asumir la dirección de la junta directiva y dirigir la Asamblea en caso de ausencia del secretario o secretaria general;
- b. Llevar un libro de inscripción debidamente autorizado en el cual se registrarán las generales de los miembros afiliados al Sindicato.

● **Primera Secretaria de Conflictos**

Es la encargada de asistir a defender a los miembros del sindicato en los conflictos y litigios que se les presente con los patronos o representantes de estos, ante las autoridades de trabajo administrativos.

● **Segunda de Conflictos**

Se ocupa de estudiar cuidadosamente la ley del servicio Civil y de la Carrera Docente, normativas Educativas, Decretos y todas las demás leyes: además, presentar proyectos de leyes de trabajo o reformas para que estas las

presenten a las autoridades correspondientes. Además, mantener informada a la Junta Directiva General como a la Asamblea General sobre los distintos conflictos y en caso de llegar a la huelga, organizarla conforme a las leyes que amparen dicho derecho.

- **Finanzas**

Son atribuciones y deberes del secretario de finanzas; elaborar juntamente con la comisión de hacienda el presupuesto anual del sindicato y someterlo a consideración de la Junta Directiva General. Así como llevar la contabilidad de forma correcta en los libros que sean necesarios, previamente autorizados por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

- **Medio Ambiente, Educación y Cultura**

Vela porque la cultura general de los afiliados alcance un nivel aceptable, procurando que estos tengan un comportamiento decoroso. Organizar cursos de capacitación sindical, de relaciones humanas y públicas a los afiliados del sindicato.

- **Prensa y Propaganda**

Se encarga de mantener activa la propaganda del sindicato en general y en los sectores que tenga planeado organizar actividades.

- **Salud y Previsión Social**

Tiene a su cargo la salud de los miembros del sindicato y proporcionarles la ayuda que necesitan de conformidad al reglamento respectivo. Cooperar con todas las organizaciones sindicales en las campañas tendientes a mejorar la seguridad.

- **Relaciones Nacionales e Internacionales;**

- a) Establecer relaciones con personas naturales o jurídicas afines al Sindicato, ya sean nacionales o internacionales y contestar la correspondencia recibida, previo acuerdo de la Junta Directiva;

- b) Estrechar los vínculos con los demás Sindicatos de trabajadoras/es para el mutuo entendimiento y para el esclarecimiento de los problemas laborales o sociales de carácter general.

- **Mujer**

La cual se compromete a:

- a) Promover la difusión y defensa de los derechos sindicales y laborales de la mujer trabajadora;
- b) Concientizar a los educandos, padres y madres de familia y educadores/as para erradicar la discriminación de las mujeres y las niñas;

- **Actas y Acuerdos.**

- a) Asistir sin demora a las sesiones de la Junta Directiva, dando la información necesaria según los acuerdos anteriores;
- b) Autorizar, con su firma los acuerdos y disposiciones del Secretario General siempre que se ajusten a lo establecido por los presentes Estatutos y al marco jurídico vigente<sup>9</sup>;

### **1.3 MARCO LEGAL**

La legislación que rige a los sindicatos en El Salvador es la siguiente:

#### **1.3.1 Constitución de la República de El Salvador**

Tiene como propósito hacer valer los derechos de las personas y las obligaciones de estas. Debido que el trabajo es una función social, que goza de protección del Estado y no se considera artículo de comercio, establece las condiciones para que se den las relaciones obrero-patronales.

---

<sup>9</sup> Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO. Diario Oficial. Tomo N° 409. Publicado San Salvador, 23 de noviembre de 2015.

**Decreto constituyente N`38**

**Diario oficial N` 234**

**Tomo 281**

**Fecha de emisión:15/12/1983**

**Fecha de publicación: 16/12/1983**

**Art. 47.-** Los patronos y trabajadores privados, sin distinción de nacionalidad, sexo, raza, credo o ideas políticas y cualquiera que sea su actividad o la naturaleza del trabajo que realicen, tienen el derecho de asociarse libremente para la defensa de sus respectivos intereses, formando asociaciones profesionales o sindicatos. El mismo derecho tendrán los trabajadores de las instituciones oficiales autónomas. Dichas organizaciones tienen derecho a personalidad jurídica y a ser debidamente protegidas en el ejercicio de sus funciones. Su disolución o suspensión sólo podrá decretarse en los casos y con las formalidades determinadas por la ley. Las normas especiales para la constitución y funcionamiento de las organizaciones profesionales y sindicales del campo y de la ciudad, no deben coartar la libertad de asociación. Se prohíbe toda cláusula de exclusión. Los miembros de las directivas sindicales deberán ser salvadoreños por nacimiento y durante el período de su elección y mandato, y hasta después de transcurrido un año de haber cesado en sus funciones, no podrán ser despedidos, suspendidos disciplinariamente, trasladados o desmejorados en sus condiciones de trabajo, sino por justa causa calificada previamente por la autoridad competente.

### 1.3.2 Código de trabajo<sup>10</sup>

Impone a las empresas las obligaciones que como patronos deben cumplir ante sus trabajadores, como, por ejemplo; El pago de sueldos, aguinaldos, vacaciones y demás prestaciones laborales.

#### **Titulo primero asociaciones profesionales**

**Fecha de emisión:**16/07/1972

**Fecha de publicación:** 31/07/1972

**Art. 204.-**“Tienen el derecho de asociarse libremente para defender sus intereses económicos y sociales comunes, formando asociaciones profesionales o sindicatos, sin distinción de nacionalidad, sexo, raza, credo o ideas políticas, las siguientes personas:

- a) Los patronos y trabajadores privados;
- b) Los trabajadores de las instituciones oficiales autónomas.

Se prohíbe ser miembro de más de un sindicato”.

**Art. 229.-** Los sindicatos tienen como objeto la defensa de los intereses económicos, sociales y profesionales de sus miembros. Sus funciones, atribuciones y facultades son determinadas por sus estatutos, dentro del respecto de la Ley y la Constitución. Los sindicatos deben mantener su independencia con respecto a los partidos políticos.

### 1.3.3 Ley de Servicio Civil <sup>11</sup>

Tiene por finalidad especial regular las relaciones del Estado con sus servidores públicos; garantizar la protección y estabilidad de éstos y la eficiencia de las

---

<sup>10</sup>Código de Trabajo, Decreto Legislativo N° 15 de 23 de junio de 1972, Diario Oficial N°142 Tomo 236. Publicado Diario Oficial 31 de julio de 1972.

<sup>11</sup>Ley del Servicio Civil. Decreto Legislativo N° 507, Diario Oficial N° 239, Tomo N° 193. Publicado de 27 de diciembre de 1961

Instituciones Públicas y organizar la carrera administrativa mediante la selección y promoción del personal sobre la base del mérito y la aptitud.

## **Derecho colectivo del trabajo**

### **Sección I, De los sindicatos**

**ART. 73.-** Los servidores públicos tienen el derecho de asociarse libremente para defender sus intereses económicos y sociales comunes, formando asociaciones profesionales o sindicatos, de conformidad con las facultades y limitantes concedidas en la Constitución de la República, Convenios Internacionales y esta ley”.<sup>12</sup>

Corresponderá al Ministerio de Trabajo y Previsión Social, ejercer vigilancia sobre las organizaciones sindicales, con el exclusivo propósito de que éstas funcionen ajustadas a la ley, evitando cualquier acto que amenace, impida o tienda a limitar los derechos concedidos en la Constitución de la República, Convenios Internacionales y esta Ley y que se consagran en favor de los sindicatos.

#### **1.3.4 Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO.**<sup>13</sup>

Queda constituido el sindicato de servicio público que presta su servicio para y a la orden del Ministerio de Educación denominado Sindicato de Maestros y Maestras de la educación pública de El salvador, cuyas siglas son SIMEDUCO. De conformidad con la constitución de la República de El salvador y los convenios 87 y 98 de la Organización Internacional del trabajo, ratificado por el Estado Salvadoreño, el 6 de septiembre de 2006. Acta Notarial de Constitución otorgada

---

<sup>12</sup>Ley del Servicio Civil. Decreto Legislativo N° 507, Diario Oficial N° 239, Tomo N° 193. Publicado de 27 de diciembre de 1961

<sup>13</sup> Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO. Diario Oficial. Tomo N° 409. Publicado San Salvador, 23 de noviembre de 2015

el día 19 de septiembre de dos mil quince y en adelante se denominará solo sindicato”<sup>14</sup>.

**Art. 10.** Los miembros del Sindicato tienen los siguientes derechos:

- a. Participar activamente con derechos de vos y voto en las deliberaciones y deberes que realicen en la Asamblea y o Comisiones, y presentar propuestas e iniciativas de conformidad a los intereses comunes del Sindicato.
- b. Elegir y ser electo para los cargos de dirección, comisiones o delegados, excepto cuando no se encuentren solvente con la cuota establecida.
- c. Ser representado por el sindicato mediante un requerimiento por escrito para defender sus derechos laborales.

**Art. 11.** son deberes de las afiliadas y afiliados del Sindicato los siguientes:

- a. Protestar, cumplir y hacer cumplir los presentes Estatutos y su reglamento, así como también los acuerdos y resoluciones que emanen de la Asamblea y de la junta Directiva o Comisión respectiva, según sea el asunto. En el caso relacionado tomadas por la Junta Directiva, su cumplimiento será obligatorio siempre que sea a favor de los derechos e intereses de los trabajadoras y trabajadores afiliadas y afiliados a esta organización,
- b. Asistir con puntualidad a las sesiones de Asamblea y comisiones, ya en Ordinarias o extraordinarias y todas y a toda actividad que en beneficio de la organización sirva para el logro de los distintos objetivos.
- c. Pagar puntualmente todas las cuotas ordinarias y extraordinarias determinada por la Asamblea, que sean indispensables o necesarias, estableciéndose como cuota ordinaria mensual la suma de tres 00/100 de dólares de los Estados Unidos de América.

---

<sup>14</sup> Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO. Diario Oficial. Tomo N° 409. Publicado San Salvador, 23 de noviembre de 2015

### **1.3.5 Ley Integral del Sistema de Pensiones** <sup>15</sup>

Crease el Sistema de Ahorro para pensiones para los trabajadores del sector privado, público y municipal, que en adelante se denominará el Sistema, el cual estará sujeto a la regulación y control del estado, de conformidad a las disposiciones de esta Ley. El sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados para cubrir los riesgos de Invalidez Común, Vejez y Muerte de acuerdo a esta ley”.

**Art. 6-** Para los Efectos de esta ley, se entenderá por empleador tanto el patrono del sector privado como de las instituciones del Gobierno Central, Instituciones Descentralizadas no empresariales, municipalidades e instituciones del sector público con regímenes presupuestarios especiales.

“Se considerarán trabajadores dependientes, los que tengan una relación de subordinación laboral tanto en el sector privado como en el sector público y municipal. Cada vez que en esta Ley se haga referencia a los trabajadores independientes, comprenderá a los salvadoreños que no se encuentren en relación de subordinación laboral y todos los salvadoreños no residentes”.

### **1.3.6 Ley de la Carrera Docente.** <sup>16</sup>

La presente Ley tiene como finalidad garantizar que la docencia sea ejercida por educadores inscritos en el Registro Escalafonario del Ministerio de Educación, asegurándoles su estabilidad laboral, como medio para lograr una educación de calidad.

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto regular las relaciones del Estado y de la comunidad educativa con los educadores al servicio del primero, de las

---

<sup>15</sup> La ley Integral del sistema de pensiones fue promulgada mediante decreto N° 614, del 21 de diciembre de 2022, publicada en el Diario Oficial N° 241, tomo N° 437, del 21 de diciembre de 2022

<sup>16</sup> Leyes de Educación, Ley de la carrera docente, decreto legislativo N°665 del 7 de marzo de 1996, publicado en el diario oficial N° 58, Tomo N° 330, del 22 de marzo de 1996.

instituciones autónomas, de las municipales y de las privadas; así como valorar sistemáticamente el escalafón, tanto en su formación académica, como en su antigüedad.

**Art. 30.-** Son derechos de los educadores: 1) Gozar de estabilidad en el cargo; en consecuencia, no podrá inhabilitárseles, despedírseles o suspenderseles sino en los casos y de conformidad con los procedimientos establecidos en esta Ley;

2) Asociarse libremente en organizaciones gremiales para defender sus intereses económicos y sociales, así como difundir su pensamiento;

3) Tener participación consultiva, directamente o por medio de sus organizaciones gremiales, en la elaboración de los planes de estudio y en los distintos aspectos de importancia para la educación

### **1.3.7 Ley del Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial <sup>17</sup>**

El instituto tendrá por objeto brindar el servicio de asistencia médica y hospitalaria, cobertura de riesgos profesionales y las demás prestaciones que en esta ley se expresan, a favor de los servidores públicos docentes que trabajan para el estado en el ramo de educación en o que se encuentren en condición de pensionados y laborando, así como también los pensionados retirados.

**Art. 1.-** Créase el Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial, que podrá abreviarse "ISBM", Como una entidad oficial autónoma de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio. El Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial, que en el texto de esta ley se denominará el "instituto", se relacionará con el órgano ejecutivo a través del ministerio de educación y su domicilio será el de la ciudad de San Salvador, debiendo establecer oficinas o dependencias en cualquier otro lugar del territorio, si las necesidades así lo requiriesen.

---

<sup>17</sup> Ley del Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial, decreto N° 485, del 18 de diciembre de 2007, publicado en el Diario Oficial N° 236, Tomo N°377, del 18 de diciembre del 2007.

## 1.4 MARCO INSTITUCIONAL

La tabla que se presenta a continuación contiene las instituciones nacionales e internacionales que velan y supervisan el cumplimiento del conjunto de leyes anteriormente descritas.

LEYES	INSTITUCIONES
Constitución de la República de El Salvador	Corte Suprema de Justicia, a través de la Sala de lo Constitucional.
Código de Trabajo.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
Ley del Servicio Civil	Tribunal del Servicio Civil
Estatutos del sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador.	Ministerio de Trabajo y Previsión Social.
Ley Integral del Sistema de Pensiones	Superintendencia del Sistema Financiero
Ley de la Carrera Docente	Ministerio de Educación
Ley del Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial	Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial

## 1.5 MARCO CONCEPTUAL

### 1.5.1 Plan

En el plano organizacional, es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de crecimiento, examina la viabilidad técnica, económica y financiera

del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto concreto.<sup>18</sup>

### **1.5.2 Mercado**

Se entiende como el conjunto de todos afiliados reales y potenciales de un servicio brindado por la institución.<sup>19</sup>

#### **a. Meta**

Conjunto de personas que tienen necesidades o características comunes, a las cuales la organización decide ofrecer una prestación.

#### **b. Real**

Segmento poblacional que normalmente es usuario de determinado servicio.

#### **c) Potencial**

Son todos aquellos que podrían hacer un beneficio ofrecido por el sindicato.<sup>20</sup>

Dentro de este mismo concepto es importante incluir los siguientes términos:

- **Demanda:** es la cantidad de servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.
- **Oferta:** es la cantidad de servicios que un cierto número de instituciones están dispuestas a poner a disposición de las personas que puedan requerirlo.

### **1.5.3 Segmentación de mercado**

Consiste en un subgrupo de gente que comparte una o más características que provocan necesidades similares de algún tipo de asistencia.

---

<sup>18</sup> Porto Pérez J, Merino M. 2009. tomado de <https://definicion.de/plan/>

<sup>19</sup> Kotler, philip,2008,cap1 Marketing: Administración de relaciones redituables con los clientes, pag.8.8\*edición, Madrid, España, Editorial Pearson.

<sup>20</sup> Kotler, philip,2008,cap1 Marketing: Administración de relaciones redituables con los clientes, pag.N178.8\*edición, Madrid, España, Editorial Pearson

Sería imposible para una sola institución querer satisfacer todas las necesidades que se demandan; sin embargo, la mercadotecnia crea un proceso de dividir la totalidad del mercado en partes bien definidas.

### **a) Tipos de segmentación**

Existen diferentes formas de segmentación, la elección dependerá de las variables de interés. El objetivo es establecer con más precisión las necesidades y deseos de los docentes.

- **Geográfica**

Consiste en dividir el total de docentes afiliados y potenciales de acuerdo con el área geográfica; puede ser por país, estado, ciudad, municipio, barrio o zona.

- **Demográfica**

Es una de las formas más comunes y sencillas de identificar, se basa en una segmentación de acuerdo con datos demográficos, tales como: edad, sexo, ingresos, ocupación, educación, religión y nacionalidad.

- **Psicográfica**

Es utilizada para ofrecer una experiencia única que esté lo más cerca posible de los ideales y creencias de aquellos a quienes se está dirigiendo el servicio. Es por esta razón que las variables que son analizadas son: la personalidad, clase social, carácter, estilo de vida, valores, actitudes, intereses y pasatiempos.

- **Conductual**

Divide a la población objetivo según los conocimientos, las actitudes, la utilización de servicios o la respuesta frente a un determinado artículo.

### 1.5.4 Mercadeo

Proceso social administrativo por el que las personas y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros”<sup>21</sup>.

Es un sistema de actividades ideado para planear servicios satisfactorios de necesidades, asignarles valor monetario, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta a fin de lograr los objetivos de la organización. se considera determinante la especificación de las necesidades y los deseos de las personas a las que se quiere llegar, así como de la entrega de la satisfacción deseada del modo más eficaz y eficiente posible.<sup>22</sup>

### 1.5.5 Plan de mercadeo

Es el documento que establece la estrategia y las actividades a llevarse a cabo para alcanzar los objetivos de la organización. Contribuye a recoger las estrategias y acciones necesarias para el alcance de las metas establecidas.<sup>23</sup>

“Es la estructura detallada de las líneas de acción elegidas. Abarca hasta el enunciado de las diferentes tácticas y programas de realización. Puede considerarse un plazo corto, mediano o largo.”<sup>24</sup>

El equipo investigador lo define como; la realización y documentación de un estudio de mercado con el fin de ayudar al área mercadológica de una organización para alcanzar los objetivos de la misma, por medio de acciones realizadas en un periodo de tiempo determinado que permitan el crecimiento y posicionamiento de sus servicios.

---

<sup>21</sup> Serraf Guy, Diccionario de Mercadotecnia R-380.103/S477d, Editorial: Trillas. ISBN: 968-24-6093-X, Páginas: 171 1998.

<sup>22</sup> Staton, Willian J., 2007, Capitulo : 1 El Campo del Marketing, Fundamentos de marketing, pag6, 14` edición, México,DF.,Mc Graw-Hill

<sup>23</sup> Mena Ortíz, Hilda Graciela, Plan de Mercadeo para la pequeña empresa de la industria de la planificación en el área metropolitana de San Salvador.”Caso de estudio: Panadería y Pastelería Fortuna del Pan, pag 3, El Salvador, Universidad de El Salvador.

<sup>24</sup> Serraf Guy, Diccionario de Mercadotecnia R-380.103/S477d, Editorial: Trillas. ISBN: 968-24-6093-X, Páginas: 170 1998.

### **a. Importancia del plan de mercadeo**

Un plan de mercadeo permite a la organización conocer, mediante estudios y análisis, las necesidades del mercado potencial y así elaborar objetivos y estrategias que permitan desarrollar un método estructurado para poder satisfacer las demandas de los afiliados potenciales, mediante la implementación de una mezcla que contribuya a sumar nuevos miembros a la institución.

Su relevancia radica en que proporciona datos que contribuyen a una mejor funcionalidad de las actividades que impulsan a la organización hacia la consecución de su visión.<sup>25</sup>

### **b. Componentes del plan de mercadeo**

Los componentes de un plan de mercadeo varían según el área de su funcionamiento, el tamaño de la organización y el nivel de crecimiento, no obstante, es posible señalar algunos componentes básicos como lo son los propósitos, objetivos, fases de diseño y plan de implementación.

## **1.5.6 Etapas del plan de mercadeo**

### **1.5.6.1 Definición de la misión de la organización**

Es de vital importancia, pues determina la razón de ser de la misma y hacia donde estarán orientadas sus actividades, así como los beneficios que se busca obtener del mercado, por lo cual cualquier plan de mercadeo exitoso debe partir de este paso.

### **1.5.6.2 Análisis de la situación**

Es imprescindible conocer el entorno actual en el cual el sindicato ofrecerá sus servicios, una de las formas más utilizadas es el análisis FODA, el cual permite a

---

<sup>25</sup> Kotler Philip y Armstron Gary, "Mercadotecnia" 6ª Edición. Prentice-Hall, Hispanoamericana. S.A. Mexico 1996

la empresa conocer internamente cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Al analizar las fortalezas y debilidades se deben tener en cuenta los siguientes factores; las finanzas, el mercado, los afiliados potenciales, la tecnología, el capital humano, la imagen del gremio, etc. Esto permitirá a la organización conocer, si cuenta con los recursos necesarios y la capacidad de incursionar en el mercado y cuáles son sus debilidades ante este.

También es importante tomar en cuenta las ventajas competitivas que la organización posee, las cuales se refieren al conjunto de características únicas de sus servicios, las cuales los maestros puedan percibir como importantes o superiores en comparación a los demás sindicatos, es decir, aquellos servicios que sus consumidores considerarían preferibles para optar por ellos en lugar de otros similares.

Del mismo modo implica un análisis histórico de los hechos más significativos sucedidos en los años anteriores, es decir la cantidad de nuevos afiliados en ese periodo, la tendencia de la tasa de expansión del mercado, cuota de membresía, etc.

En la misma línea un análisis causal busca explicar las causas concretas del cumplimiento o no de los objetivos anteriores, la herramienta comparativa y de ratio claramente es muy importante, aunque no impredecible como en años anteriores se creía.

### **1.5.6.3 Fijación de objetivos**

Se considera un punto central en la elaboración del plan, ya que todo lo que le precede conduce al establecimiento de estos y lo que le sigue lleva al logro de ellos. éstos además deben ser acordes al plan estratégico general y representan la solución deseada de un problema de mercado o la explotación de una oportunidad por lo que de manera general se puede decir que determinan a dónde se quiere llegar y de qué forma.

### **a. Características de los objetivos**

Con el establecimiento de objetivos lo que más se persigue es la fijación del nivel de crecimiento que se quiere lograr, de la nómina de afiliados al sindicato, para ello los objetivos deben estar acorde con las políticas de la institución, también es necesario que se formulen de manera puntual y específica, otra característica es que sean prácticos y realistas, realizables dentro de un periodo de tiempo predeterminado, es importante que representen un reto que motive a los miembros de la organización y estén adaptados a sus necesidades y aceptados por todos sus miembros.

#### **1.5.6.4 Estrategias de mercadeo**

Se define como la lógica del mercadeo por medio de la cual las secretarías del gremio esperan lograr sus objetivos. Con ellas se busca posicionarse y alcanzar la mayor rentabilidad de los recursos disponibles.

Al momento de definir las estrategias es importante identificar las demandas y deseos de los afiliados potenciales, sin embargo, dado que no todas las personas necesitan o desean lo mismo, surge la necesidad de “segmentar el mercado”, entendiendo esto como la división del mercado en diferentes grupos de posibles miembros, con base a sus necesidades, características y comportamientos y que podrían requerir productos o mezclas de mercadeo diferentes.

Seguido a esto se debe determinar el mercado meta, proceso que puede ser no diferenciado, es decir omitiendo las diferencias entre segmentos de mercado, o lo contrario, cuando la institución elabora varias ofertas de acuerdo con las diferencias de cada segmento.

Otra modalidad es el mercado concentrado, el cual consiste en la búsqueda de la participación de uno o varios segmentos y el micro mercado, el cual sucede cuando la organización acomoda sus ofertas a las características individuales de su población objetivo, hasta donde le sea posible.

Finalmente, en la definición de estrategias es importante incluir la determinación del presupuesto en cuestión, la valoración global del plan y la designación del responsable que tendrá a su cargo la consecución de este.

#### **1.5.6.5 Mezcla de mercadotecnia**

Se define como la acción de comercializar, con el fin de agregar todas las funciones que hacen que un servicio ofrecido pueda ser adquirido por el potencial miembro, dando paso de esa manera al concepto de “mezcla de mercadotecnia”; el cual representa los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia; Producto, Precio, Plaza y Promoción.

##### **a. Producto**

Podría definirse como todo aquello que se ofrece a un determinado mercado para su uso y que puede satisfacer una necesidad o un deseo; incluye servicios, objetos materiales, personas, lugares, ideas, etc.

El concepto de producto variará dependiendo del tipo de entidad, ya que una institución puede llegar a ofrecer producto tangible o intangible lo cual se denomina servicio, como es el caso del SIMEDUCO.<sup>26</sup>

En cuanto a los atributos de los servicios, se puede mencionar principalmente la calidad, las características propias como el estilo, la atención, la utilidad e importancia para el usuario, etc.

##### **b. Precio.**

“Es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de usar un servicio”.

La asignación de este es de mucha importancia, ya que el éxito depende de la aceptación por parte de los afiliados potenciales,<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Kotler Philip y Armstron Gary, “Mercadotecnia” 6ª Edición. Prentice-Hall, Hispanoamericana. S.A. Mexico 1996. Pagina 236.

Lo ideal en el precio sería que este no afecte la posibilidad de la adquisición del servicio y a la vez mantener en la medida de lo posible la máxima calidad, la cuota sindical que los miembros de la institución aportan mensualmente es de \$3.00 dólares lo cual es considerado por el equipo investigador una cantidad aceptable y accesible sin embargo, esto dependerá de los objetivos de la organización, pues esta puede tener el propósito de aumentar al máximo sus ingresos por cada docente afiliado, aumentar su nómina o brindar servicios accesibles a la comunidad educativa.

### **c. Plaza**

Es el proceso mediante el cual el servicio llega hasta nuestro cliente, es una cuestión fundamental que va a influir notablemente en la satisfacción de los maestros, el sindicato debe contar con su propio sistema de acercamiento de sus servicios a los miembros de su institución, mediante el personal que conforma las diferentes secretarías que forman parte del gremio.<sup>28</sup>.

### **d) Promoción**

Incluye todas las acciones de la institución, orientadas a motivar y estimular a los docentes para que estos puedan afiliarse al sindicato de manera que puedan acceder a los beneficios que este ofrece.

Tales acciones se llevan a cabo a través de medios de difusión de alto alcance como lo son la radio y la televisión o a través de canales modernos como el internet y las redes sociales.

Se han de determinar, de igual forma, los medios humanos y los recursos materiales necesarios para llevarlas a cabo, señalando el grado de responsabilidad de cada persona que participa en su realización, como las tareas concretas que cada una de ellas debe realizar, coordinando todas ellas e

---

<sup>27</sup> Kotler Philip y Armstron Gary, "Mercadotecnia" 6ª Edición. Prentice-Hall, Hispanoamericana. S.A. Mexico 1996. Pagina 410.

<sup>28</sup> Kotler Philip y Armstron Gary, "Mercadotecnia" 6ª Edición. Prentice-Hall, Hispanoamericana. S.A. Mexico 1996

integrándolas en una acción común, algunas de esas tareas son; Contratación de gabinete de prensa, creación de página web, plan de medios y soportes, determinación de presupuestos, campañas promocionales, política de marketing directo, etc.

### ● **Métodos promocionales**

- ✓ Publicidad: se promocionan ideas servicios, ofertas, etc. Mediante pagos específicos a medios de difusión de alto alcance.
- ✓ Promoción: ofertas estratégicamente orientadas a estimular a los docentes potenciales a afiliarse al sindicato a cambio de recibir un beneficio determinado.
- ✓ Relaciones publicas: es el manejo de la imagen de la institución ante la población que se quiere alcanzar En este aspecto se incluyen actividades como el bloqueo de rumores o sucesos desfavorables que puedan dañar la reputación del sindicato.
- ✓ Mercadeo directo: Comunicación directa con los docentes aun no afiliados, seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos mediante el uso de telefonéo, correo, fax, email, Internet y otras herramientas.

#### **1.5.6.6 Posicionamiento de Mercado**

Consiste en resaltar los atributos del servicio que ofrece la organización sindical, los cuales, se busca que sean reconocidos y diferenciados claramente por los miembros potenciales, de manera que estos puedan tener bien definidos los beneficios que se les ofrece con respecto a otras instituciones similares.

Las personas hoy en día están sobrecargadas de mucha información sobre productos o servicios, para hacer más fácil el proceso de inscripción a un servicio, organizan las diferentes ofertas existentes categorizándolas en orden de

importancia, para lograr posicionarse en un punto prioritario, el sindicato debe realizar estrategias de promoción atractiva que satisfaga las expectativas de los maestros.

#### **1.5.6.7 Publicidad**

Es una estrategia informativa que pretende informar, persuadir y comunicar de forma atractiva el mensaje sobre los beneficios que un servicio ofrece interviniendo positivamente en la posible decisión de compra de los docentes potenciales. se practica mediante cualquier forma de comunicación impersonal de ideas, bienes y servicios. Generalmente es realizada a través de medios de comunicación masivos como televisión, radio, periódico, vallas publicitarias, redes sociales, entre otros.

#### **1.5.6.8 Implementación de mercadeo**

Proceso mediante el cual los planes se convierten en acciones para alcanzar los objetivos estratégicos, la implementación tiene que ver con quien, donde, cuando y como se ejecutaran dichos procedimientos.

Durante toda esta etapa, se han de tener en cuenta los elementos económicos, humanos y materiales con los que dispone la institución, concentrando los recursos en aquellas estrategias que resulten más efectivas.

#### **1.5.6.9 Establecimiento de presupuesto**

Una vez definido lo que se ha de hacer, se determinan las fuentes de financiamiento para ejecutar las líneas de acción. Esto se materializa en un presupuesto. El cual servirá para emitir un juicio sobre la viabilidad del plan o demostrar interés de llevarlo adelante. Después de su probación, ya se cuenta con una autorización para utilizar los recursos económicos.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Kotler, Philip, 2008, capítulo 10: Canales de marketing y administración de la cadena de suministro, pag. 363, 8ª edición, Madrid, España, Editorial Pearson

#### **1.5.6.10 Sistemas de control y plan de contingencias**

Es un procedimiento preestablecido que permite saber el nivel de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias y tácticas planteadas. A través de este proceso se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones, así como las consecuencias que éstos vayan generando para poder implementar soluciones y medidas correctoras con la mayor prontitud posible. Además, este mecanismo permite evaluar parcialmente el grado de cumplimiento de los objetivos a corto plazo.

Sin este sistema de control no sería posible prever las posibles fallas y por ende las medidas de prevención para las mismas no podrían ejecutarse en el momento oportuno.<sup>30</sup>

Las medidas que se apliquen gradualmente para corregir las fallas detectadas constituyen el plan de contingencia, estas modificaciones pueden ser de mayor o menor importancia y brinda a la institución la capacidad de reaccionar y dar una respuesta oportuna a las posibles deficiencias del plan original.

## **CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE SIMEDUCO**

### **2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.**

#### **2.1.1 Descripción del problema.**

El Salvador posee una trayectoria histórica de lucha sindical destacable en la región, desde el desempeño en las reivindicaciones propiamente económicas y el derecho laboral.

---

<sup>30</sup> Baca Urbina, Gabriel, 2010, Capítulo 2: Estudio del mercado, evaluación de proyectos, pag. 15, sexta edición, Mexico, Mc Graw-Hill

El Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO es una institución que nace para la defensa de los derechos laborales de las maestras y maestros de educación que no cuentan con herramientas mercadológicas para llegar hasta los centros escolares por lo cual, en los últimos años dicha institución ha presentado un índice de estancamiento significativo en el incremento del número de sus afiliados.

Además de lo anterior, no tienen establecida una unidad de mercadeo y su personal no es suficiente para hacer frente a los requerimientos publicitarios, está limitado para impulsar una publicidad más agresiva debido a que sus fondos no son suficientes y generalmente están comprometidos en distintos eventos.

### **2.1.2 Importancia de la investigación.**

Evaluar la situación mercadológica facilito la comprensión de los principales factores por los cuales no ha crecido el número de afiliados a SIMEDUCO en los últimos años.

La importancia de esta fase del trabajo de investigación radica en el hecho de que, si el sindicato se construye en base al conocimiento y el comportamiento de las variables, podría tener un efecto directo en el crecimiento de la membresía de este.

Además, cada asociación debe tener la capacidad de evaluar su condición, a través de un análisis que determine las principales fortalezas y oportunidades; esto establecerá la ruta a seguir mediante la comprensión de aquello con lo que se cuenta. Pero este análisis no debe finalizar con esta medida, se debe desarrollar el carácter como gremio para establecer los principales retos a superar, es decir conocer las debilidades y amenazas.

La aplicación del modelo de asociación al gremio, de una forma exitosa, podría influir en los afiliados actuales y potenciales, e incrementar sus necesidades de ser parte de la gremial educativa, bajo la perspectiva de la solidaridad, integración y participación.

De igual forma el estudio constituirá una base de consulta para profesionales, estudiantes y entidades interesadas en conocer la aplicación de herramientas mercadológicas al sector de sindicatos.

## **2.2 OBJETIVOS**

### **2.2.1 General**

Elaborar un diagnóstico que describa los factores que influyen en el bajo nivel de crecimiento de afiliados del SIMEDUCO.

### **2.2.2 Específicos**

2.2.2.1 Diseñar instrumentos de recolección de datos, que faciliten la recabación de la información necesaria para la elaboración del diagnóstico.

2.2.2.2 Elaborar un diagnóstico, que describa los hallazgos obtenidos en la investigación.

2.2.2.3 Presentar las principales conclusiones y recomendaciones extraídas del informe diagnóstico de la investigación.

## **2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 Método**

El método de investigación utilizado fue el científico, es una de las herramientas científicas más utilizadas con el fin de obtener conclusiones sobre diversos planteamientos; además permitió determinar factores que establecieron conclusiones objetivas y concretas mediante la realización del estudio, obteniendo de los datos generales la información específica que establece las principales razones por las cuales el Sindicato de Maestras y Maestros de la educación pública de El Salvador (SIMEDUCO) no ha presentado un índice de crecimiento significativo; esta información fue proporcionada por los Afiliados potenciales,

Actuales, y Directivos, por medio de encuestas y entrevistas, lo que permitió plantear resultados específicos que evidenciaron de manera más clara la problemática que experimenta el sindicato, en relación a su bajo nivel de crecimiento.

En cuanto a los métodos auxiliares, se utilizó:

a. Análisis

Consiste en la separación de las partes de un todo a fin de estudiarlas por separado para examinar las relaciones entre ellas y sus resultados.

b. Síntesis

Es la reunión relacional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad. Se tendrá una visión generalizada y clara para la toma de cualquier decisión por parte de la Junta Directiva.

### **2.3.2 Tipo de investigación**

a. Descriptiva.

Para realizar esta investigación, se manifestó en primer momento el problema de estudio, es decir, el bajo crecimiento del número de afiliados del sindicato, Se estudió la situación actual, la cual condujo a identificar los factores que influyen en este, teniendo como objetivo dar un panorama lo más concreto posible de éste.

### **2.3.3 Diseño de la investigación**

Se utilizó el no experimental, dado que permite la toma de decisiones a través del análisis, evaluación y determinación de acontecimientos ya existentes en un ambiente natural, los cuales no son provocadas por el investigador y a la vez cuenta con variables independientes que ocurren y tienen su propia razón de ser

sin que estas sean manipuladas, influenciadas o controladas a conveniencia en el caso de estudio debido a que ya sucedieron.

### **2.3.4 Fuentes de Información**

Las utilizadas son:

#### *2.3.4.1 Primarias*

Se hará uso de la técnica de encuesta construida por el equipo investigador por medio del instrumento de recolección de datos denominado cuestionario. El cual se aplicaron en parte a los docentes del sistema público de educación, miembros del sindicato y también a maestros que no se han afiliado aún pero que podrían hacerlo.

Así mismo se aplicó una guía de entrevista al secretario general del sindicato.

#### *2.3.4.2 Secundarias*

Las fuentes secundarias consultadas están representadas por libros, textos, investigaciones, sitios web, etc., sobre información relacionada con sindicato, investigación de mercados, planes promocionales, etc.

### **2.3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

#### **2.3.5.1 Técnicas.**

##### **a. Encuesta**

Se aplicó esta técnica a 57 maestros afiliados y a 93 que no pertenecen al sindicato.

## **b. Entrevista**

Se aplicó la entrevista dirigida al secretario general del Sindicato de maestros de la educación pública de El Salvador (SIMEDUCO).

### **2.3.5.2 Instrumentos de recolección de información.**

#### **a. Cuestionario.**

57 afiliados Actuales (ver anexo 1) y 93 Afiliados Potenciales (ver anexo 2) respondieron al cuestionario previamente diseñado por el equipo de trabajo, tal instrumento se constituye de 18 preguntas cerradas para afiliados y el cuestionario para docentes potenciales se constituye de 16 preguntas cerradas.

#### **b. Guía de Entrevista.**

El secretario General del sindicato respondió a las interrogantes formuladas mediante el uso de una Guía de entrevista, (Ver Anexo N°3), brindando así información relevante relacionada a la historia del sindicato, su estructura y funcionamiento.

### **2.3.6 Ámbito de la investigación**

La investigación se desarrolló en el ámbito geográfico de la ciudad de San Salvador, se contó con la participación del secretario general, maestras y maestros del sindicato, del mismo sector antes mencionado, quienes proporcionaron la información necesaria para la investigación.

### **2.3.7 Determinación del Universo y Muestra**

#### **2.3.7.1 Universo**

Está compuesto por personas que comparten determinadas características, que las hacen objeto de estudio. Las cuales son; laborar como maestra o maestro, que

ejerzan su labor en el municipio de San Salvador y sean parte del sistema público de educación. El número de docentes que cumplen con estas características asciende a 2,554 empleados de la ciudad de San Salvador, hasta el mes de febrero de 2023, dato proporcionado por el encargado de la Dirección Departamental de San Salvador del Ministerio de Educación, donde se le restaran los afiliados actuales al sindicato que pertenecen a la ciudad de San Salvador con un número de 57, obteniendo el valor de 2,497 docentes. Este grupo de personas se ha clasificado de la siguiente manera:

- a. Afiliados Potenciales: 2,497 (maestras y maestros del sistema público de educación), es el nicho de mercado potencial, que laboran en la ciudad de San Salvador.
- b. Afiliados Actuales: 57 maestras y maestros que pertenecen al sindicato que laboran en la ciudad de San Salvador.
- c. Secretario General

### **2.3.7.2 Muestra**

#### **a. Afiliados Potenciales**

Para determinación de la muestra se utilizó la distribución de probabilidad normal o de Gauss aplicados a parámetros estadísticos, estos permitieron el cálculo de una muestra representativa del universo, lo que llevo al equipo de investigación a establecer un nivel de confianza de 95% que equivale a un valor de Z de 1.96, bajo la curva de distribución probabilística normal, una probabilidad de éxito y una de fracaso de 0.50 respectivamente, y un error del 10%.

Se utilizó la fórmula para universos finitos:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra  
 N = Universo  
 P = Probabilidad de Éxito  
 Q = Probabilidad de Fracaso  
 Z = Nivel de confianza  
 E = Error muestral permisible

Sustituyendo:

N = 2,497 Afiliados potenciales

P = 0.50

Q = 0.50

Z = 1.96

E = 0.10

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(2,497)}{(2,497-1) (0.10)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{2,398.1188}{25.9204}$$

n = 92.5185 ≈ 93 Afiliados Potenciales

#### **b. Afiliados Actuales**

Se realizó un Censo con los docentes inscritos al sindicato que pertenecen a la ciudad de San Salvador, que asciende a un total de 57 docentes, dato proporcionado por los dirigentes del sindicato.

#### **c. Secretario General**

Se hizo un censo, contando con la opinión de un directivo con el cargo de secretario general.

### **2.3.8 Estratificación de la Muestra de Afiliados Actuales y Potenciales**

La muestra se estratificó en función de los Centros Escolares del municipio de San Salvador, de la muestra obtenida se realiza a 93 afiliados potenciales.

Se realizó un censo a los 57 afiliados actuales del sindicato que pertenecen a la de San Salvador.

### **2.3.9 Procesamiento de la Información.**

#### **a. Procesamiento de cuestionarios**

Los datos se procesaron mediante una herramienta digital, a través de una encuesta virtual en Google Drive, la cual generó un link que se compartió con los docentes afiliados y potenciales, mediante las aplicaciones conocidas como WhatsApp y Messenger.

#### **b. Procesamiento de guía de entrevista**

Para el caso de la entrevista, se realizó personalmente por el equipo de investigación al secretario general de la institución.

## **2.4 DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA PROBLEMÁTICA DE SIMEDUCO.**

### **2.4.1 Factores determinantes en el bajo crecimiento del sindicato.**

#### **a. Perspectiva de los no afiliados (Afiliados potenciales).**

La mayoría de los docentes no afiliados al sindicato son adultos entre 51 y 60 años (63.4%), el grupo que le sigue está en el rango de 41 a 50 años (15.1%), la gran mayoría son mujeres (74.2%) (ver anexo 2.1) y el estado civil en su mayoría es de casado (78.5%). (ver anexo 2, pregunta 2). Las preocupaciones de este segmento van orientadas a mantener estabilidad laboral, la mayoría de ellos tiene

15 años o más de laborar en el sistema público de educación (63.5%) (ver anexo 2, pregunta 2) y están cerca de la jubilación, les interesa sentirse respaldadas por alguna institución en caso de despidos arbitrarios, traslados involuntarios, amenazas por parte de Instituciones del Estado u organizaciones delincuenciales.

Si bien, la mayoría de los docentes tienen un tipo de contratación de ley de salario, (plaza fija), un segundo segmento está a base de contrato (15.1%) y un tercer sector trabaja como interino, (ver anexo 2, pregunta 5) aun así, trabajar con plaza fija no exime a los maestros de enfrentar dificultades que amenacen su estabilidad laboral, puesto que se dan muchos casos de abuso de poder por parte de las autoridades departamentales de educación, los directores, conflictos entre docentes, desacuerdos entre padres de familia y docentes, problemas entre estudiantes y docentes, etc. Todo esto constituye peligros que ponen en riesgo no solo la estabilidad laboral de los docentes. También pueden llegar a sentir amenazada la integridad física, reputación, puesto de trabajo (grado, centro escolar en el que laboran, etc.)

Esto se convierte en la principal oportunidad del sindicato, de ofrecer soluciones a esas preocupaciones de los maestros y aunque en efecto, eso es lo que ofrecen, probablemente la manera de presentar esa ayuda no ha sido la mejor, no se han utilizado los canales y las herramientas óptimas para llegar a los docentes que experimentan las preocupaciones mencionadas.

En cuanto a los salarios, es de notar que el 59.1% gana entre \$801 a \$1,000 y el 16.1% gana entre \$501 a \$700, (ver anexo 2, pregunta 6), lo cual es bastante aceptable, tomando en cuenta el contexto socio económico de los salvadoreños, sin embargo, existe un buen grupo de personas interesadas en una mejoría en cuanto a sus prestaciones salariales o ascensos, no obstante, aunque estas aspiraciones tienen respaldo legal, no siempre se da cumplimiento a estas leyes, por lo que tener el respaldo del gremio de maestras y maestros se vuelve muy importante, SIMEDUCO ofrece apoyo en el caso de incumplirse este tipo de condiciones y esto pudiera considerarse un atractivo más, para que el sindicato

logre adherir más afiliados a su nómina, pero para ello es necesario establecer el plan de mercadeo que contenga estrategias eficaces.

Más de la mitad de encuestados mostró disposición para afiliarse al sindicato, (ver anexo 2, pregunta 7) puesto que este ofrece beneficios de apoyo y respaldo en casos de abuso de poder o amenazas como ya lo vimos anteriormente, sin embargo, es interesante ver que aun así, el 21.5% no está interesado en afiliarse, de estos el 10.7% dijo que la razón por cual no le interesaba ser parte del sindicato es porque no dispone de tiempo, (ver anexo 2, pregunta 8) de lo cual deducimos que hay una idea entre los docentes no afiliados, de que ser parte de un gremio de esa naturaleza implica participar de actividades que absorben tiempo, probablemente esto sea una referencia a las marchas, protestas, celebraciones que suelen ser comunes en los sindicatos y aunque por supuesto que ninguna de estas actividades es obligatoria, probablemente se tenga la impresión de que en el caso de pertenecer a la institución habrá cierta presión para participar de dichas actividades, lo cual es necesario aclarar bien en la información que el sindicato haga llegar a sus afiliados.

Otro segmento de la muestra expresó que no le interesa afiliarse puesto que no comparte los objetivos del sindicato, y eso nos señala un punto importante a resaltar y es el hecho de que la institución se ha identificado ante la población docente con un determinado pensamiento ideológico político, lo cual lo pone en desventaja respecto a los docentes que no comparten dicho pensamiento. Es importante orientar la imagen del sindicato de una manera más neutral, ideológicamente hablando y mostrar un enfoque más interesado en el bienestar de los docentes que en la defensa de una ideología política o filosófica en específico.

Un tercer grupo un poco más amplio (9.7%) (ver anexo 2, pregunta 8) indica que no le interesa afiliarse al sindicato debido a que este le genera desconfianza. Dado que el sindicato se sostiene económicamente con las contribuciones o cuotas mensuales de los afiliados, esto suele generar desconfianza en cuanto al manejo del dinero, las motivaciones del sindicato por crecer podrían levantar

cuestionamientos, esto nos muestra la importancia de proyectar una imagen de transparencia que genere confianza en los procesos administrativos del mismo, mediante la facilitación de información suficiente.

La necesidad de asesoría e información de los procesos de afiliación, los mecanismos de funcionamiento del sindicato, la dinámica organizacional de la institución y los derechos y deberes de los miembros del sindicato, son la principal razón por la cual las personas no se afilian, según se demostró en el estudio, puntuando un 50% de opiniones de los docentes, (ver anexo 2, pregunta 8) en las opciones de: me gustaría recibir asesoría y no conozco el proceso, lo cual denota como una de las principales necesidades del sindicato, el presentar información clara y abundante, con mensajes acertados que vayan directo a las inquietudes de los docentes, inquietudes que también deben ser escuchadas y respondidas de manera clara y oportuna, para obtener mejores resultados en el índice de crecimiento.

El 76.3% de encuestados manifestó no conocer la ubicación de las instalaciones del sindicato, (ver anexo 2, pregunta 9) lo cual se relaciona al párrafo anterior en el sentido de que la información de la institución debe ser clara y suficiente, probablemente no le sea posible a la institución alquilar un local más céntrico en la ciudad, pero en definitiva debe orientarse lo suficiente a los docentes de los centros escolares acerca de detalles básicos como lo es la ubicación, puesto que es un aspecto no poco importante que puede influir en la decisión de alguien que tenga la intención de acercarse a las instalaciones para afiliarse o buscar apoyo.

Los medios de comunicación preferidos de la población en estudio por los cuales les gustaría enterarse de los beneficios del sindicato, el 55.9% (ver anexo 2, pregunta 10) indicó que, por redes sociales, las cuales, en los últimos años han cobrado cada vez más importancia en la vida de las personas, por lo cual es un recurso que sin lugar a duda debe ser explotado. Este dato es importante, ya que indica una posible forma estratégica y eficiente de poder llegar a los docentes

potenciales, por supuesto que previo a esto, los miembros del sindicato deben ser capacitados para transmitir el mensaje de manera eficaz.

El segundo canal más importante por el cual los docentes les gustaría recibir información de SIMEDUCO es mediante boletines, (ver anexo 2, pregunta 10), contrario a prensa y radio que son los medios de comunicación con el porcentaje más bajo con un 2.2%, (ver anexo 2, pregunta 10) estos datos nos señalan que canales se deben explotar, invirtiendo recursos y esfuerzo en ellos.

De entre los que si han escuchado del sindicato, más del 50% lo han conocido desde hace diez años por lo menos y 16.1% desde hace 5 años por lo menos Un 7.5% (ver anexo 2, pregunta 11) de docentes manifestó no haber escuchado del sindicato antes, este es un porcentaje bajo, lo cual es positivo, no obstante, debemos preguntarnos, ¿Por qué si la mayoría de los docentes ha escuchado del sindicato, pero no se ha afiliado?, para responder a esta pregunta solo tenemos que voltear a los párrafos anteriores y entender las razones especificadas por los docentes, por las cuales se abstienen de inscribirse en el sindicato.

Lo que sí es claro es que no basta con dar a conocer el SIMEDUCO, no basta con que las personas escuchen acerca de su trabajo, si no debe realizarse una promoción estratégica y una información de calidad.

De los incentivos que podrían atraer a nuevos docentes al sindicato, el más puntuado fue asesorías (ver anexo 2, pregunta 12) para casos especiales en los cuales determinado docente necesite apoyo psicológico, legal, acompañamiento ante procesos injustos y arbitrarios, etc.

El segundo atractivo más eficaz es el de capacitaciones, en temas concernientes al sistema de educación pública y lo que implica la vida laboral dentro de este. (ver anexo 2, pregunta 12)

El tercer incentivo más atractivo para los docentes es la ayuda para becas de estudio y el cuarto es la facilitación de un seguro médico para docentes. (ver anexo 2, pregunta 12)

Con respecto al cobro de cuota mensual, el rango de precio que percibe como adecuado la mayoría de las docentes (90.3%) es de \$2-3 (ver anexo 2, pregunta 13) y la mayoría de las personas encuestadas manifestó también que los incentivos más atractivos en otros sindicatos son; Defensa de los derechos laborales (73.1%), y apoyo social (10.8%), en referencia a ciertos tipos de ayuda como canasta básica, ayuda para medicinas, etc. (ver anexo 2, pregunta 14)

Finalmente, los no afiliados calificaron el desempeño del sindicato como bueno (61.3%) y regular (34.4%) y solo el 3.2% le dio la calificación: malo y un 1.1% lo calificó como excelente. (ver anexo 2, pregunta 15) El 100% dijo que podía mejorar. (ver anexo 2, pregunta 16)

#### **b. Perspectiva de los afiliados.**

En lo referente a los afiliados al sindicato, más del 70% superan los 40 años, la mayoría está entre los 40 y los 50 y solo una minoría de un 28% están entre los 20 a 30 años,(ver anexo 1.1) al igual que en el segmento de los no afiliados, la mayoría son mujeres (73.7%),(ver anexo 1, pregunta 2), más del 62% está casado o acompañado, (ver anexo 1, pregunta 3) más del 80% tiene más de 11 años de laborar en el sistema público de educación y a diferencia de los no afiliados, más del 80% tiene un tipo de contratación por ley de salario. (ver anexo 1, pregunta 4) Es un sector que al igual que el segmento de los no afiliados ve en simeuco un apoyo estratégico para afrontar cualquier situación que atente contra su estabilidad laboral a una edad en la cual la jubilación está cerca y la cantidad de años trabajados han traído beneficios laborales que no se pueden poner en riesgo.

La mayoría de los afiliados encuestados tiene una buena percepción de las instalaciones del sindicato, (ver anexo 1, pregunta 7) al contrastar este dato con el segmento de los no afiliados, podemos deducir que, aunque la ubicación geográfica de simeuco no es tan accesible, una vez se logra conocer el lugar, este genera una buena impresión en las personas que le visitan.

En cuanto al canal de comunicación a través del cual los afiliados conocieron del sindicato, fue, a través de un amigo (61.4% y el 5.2% por redes sociales)(ver anexo 1, pregunta 10) lo cual nos indica la importancia que tiene este canal para llegar a afiliados potenciales, también es importante recalcar que las redes sociales son el segundo canal por el que los no afiliados han escuchado del sindicato, a diferencia de los afiliados que expresan que la radio 28%(ver anexo 2, pregunta 10)ha sido el canal por el que han conocido del sindicato en segundo lugar, y las redes sociales se ubican en último lugar con 2% (ver anexo 1, pregunta 10) esto demuestra el auge que han tenido las redes sociales y el descenso de la radio y los medios tradicionales en los últimos años, por lo que se deduce que los canales de comunicación que ofrecen oportunidades de promoción más eficaces son las redes sociales en la actualidad.

El derecho laboral, en referencia a la defensa de los derechos de los docentes, lo cual caracteriza a la institución, es el principal motivo por el cual los afiliados manifestaron haberse inscrito al mismo, en lo referente a los servicios ofrecidos por simeduco, los más utilizados por los afiliados, se sitúa en primer lugar asesoría legal, con un 40.3%, esto incluye consultoría acerca de los derechos laborales y posibles soluciones a problemas de la misma índole que puedan enfrentar los maestros en los centros escolares. en segundo lugar, los profesores expresaron que gustan de participar en las diferentes capacitaciones que el sindicato brinda, en temas relacionados a auto cuidado y salud mental (29.8%). Los eventos y celebraciones de días feriados también son de las actividades que los afiliados prefieren. (28.1%) (ver anexo 1, pregunta 13)

Los servicios mejor calificados por los afiliados fueron; capacidad de resolver problemas, agilidad en procesos, la atención que brindan y la amabilidad. (ver anexo 1, pregunta 15)

Los servicios con más bajo puntaje fueron las asesorías y la flexibilidad de horarios. (ver anexo 1, pregunta 15)

El 47.4% de afiliados manifestaron creer que el gremio de docentes en general calificaría como bueno los servicios que brinda el sindicato, mientras que el 31.6% piensa que lo calificarían como regular por lo que el nivel de aprobación y satisfacción de los afiliados se percibe como buena y aceptable. (ver anexo 1, pregunta 16) aunque la mayoría de ellos piensa que podrían mejorarse aspectos como la atención a los docentes, mayor presencia de los representantes en los Centros Escolares, la organización interna y la promoción de sus servicios. (ver anexo 1, pregunta 17)

### **c. Perspectiva del Liderazgo de la institución.**

Por otro lado, el secretario general del sindicato expresa que la principal problemática que enfrentan es la persecución política, debido a que el gobierno percibe su trabajo como amenazante debido a que la institución se dedica a denunciar casos de injusticia, silenciamiento por parte del gobierno, desplazamiento forzado provocado por las pandillas, etc. Esto no les permite dedicarse a mejorar la organización y la atención en los servicios que brindan, a esto se les suma la falta de recursos económicos y tiempo disponible ya que cada miembro del sindicato tiene su propio trabajo que atender y no puede dedicarse a tiempo completo a la mejora de la organización.

Manifiesta que una de las mejoras que urge en la institución es la contratación de al menos un abogado de oficio a tiempo completo, para que pueda brindar consultorías legales a los docentes que presenten casos que lo requieran. (ver anexo 3)

## **2.4.2 Mezcla de mercadeo.**

### **a. Producto**

Los productos y servicios que ofrece SIMEDUCO son los siguientes: membresía, asesoría legal, capacitaciones, entre otros. Estos productos están relacionados principalmente a los afiliados. Es de mencionar que dichos servicios son necesario para el gremio de maestros, por lo que hace que SIMEDUCO se convierta en una

necesidad para el sector en estudio. Es necesario destacar que esta gama de servicios y producto deben estar al servicio del afiliado, y que este pueda sentir el respaldo del sindicato ante cualquier requerimiento.

b. Precio

El precio por membresía que estiman adecuado debe rondar los \$2 a \$3 dólares, precio en el cual el 87.7% de los afiliados estarían conforme. (ver anexo 1, pregunta 9) Lo que indica que el precio actual de \$3 es el esperado.

c. Plaza

SIMEDUCO, maneja la plaza o Canal de distribución de manera directa, es decir, el sindicato se dirige directamente a los afiliados sin que exista ningún intermediario entre ellos. Por eso es de vital importancia que se establezca un canal adecuado que contribuya al enlace entre SIMEDUCO y los afiliados actuales y potenciales.

d. Promoción

La promoción permite en el corto plazo incrementar la demanda de los servicios ofreciéndoles un atractivo adicional para incrementar la membresía. Sin embargo, esta herramienta no está siendo utilizada adecuadamente por SIMEDUCO, debido a que se aplica estos elementos de forma continua y rutinaria y con poca publicidad para darlo a conocer a sus asociados. Esto se comprobó a través de la investigación ya que el 98.2% de los asociados manifiestan que hay amplio margen a mejorar por parte del sindicato, (ver anexo 1, pregunta 17) destacando con un 42.8% que es de suma relevancia la mayor presencia de los representantes en los centros escolares. (ver anexo 1, pregunta 18) La efectividad de la promoción está ligada con la capacidad que tienen las empresas en transmitir a sus clientes las distintas promociones, eventos y todo lo que sea de beneficio para el asociado.

## **2.5 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **2.5.1 Alcances**

- Se obtuvo una apertura favorable por parte de la junta directiva de la institución para realizar la investigación con los afiliados al sindicato.
- Se logró aplicar las encuestas, según el número determinado por la muestra, a los docentes afiliados y potenciales y se entrevistó a un directivo del sindicato.
- Se alcanzó una mayor comprensión de las necesidades del sindicato en cuanto a estrategias de mercadeo para atraer nuevos afiliados.

### **2.5.2 Limitaciones**

- Durante la realización de la investigación se experimentaron retrasos significativos debido a la pandemia ocasionada por el Covid-19
- Las instituciones educativas, el SIMEDUCO y la Universidad de El Salvador permanecieron cerradas alrededor de dos años debido a la cuarentena decretada por el gobierno para enfrentar la pandemia.
- Los docentes encuestados tenían dificultades para manejar las herramientas tecnológicas necesarias para completar los cuestionarios.

## **2.6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **2.6.1 Conclusiones**

- a.** Los docentes dan mucha importancia a su estabilidad laboral, ya que es una de sus principales preocupaciones, está representa una oportunidad para el sindicato dado que este ofrece apoyo ante problemas de esa índole.
- b.** Un amplio grupo de la población estudiada muestra interés en pertenecer al sindicato por el beneficio de la asesoría legal que este ofrece.
- c.** El sindicato necesita desarrollar estrategias de mercadeo que le permitan optimizar la comunicación de los servicios que ofrece y la atención a quienes lo requieran, incrementando así su nómina de afiliados.
- d.** No existe personal adecuadamente capacitado para ofrecer los servicios del sindicato de manera efectiva y profesional.
- e.** Los medios utilizados para realizar la promoción no han sido utilizados de manera óptima, por lo que sus resultados han sido negativos en el incremento de la membresía.

### **2.6.2 Recomendaciones**

- a.** Se debe fortalecer los canales de comunicación que ofrecen apoyo a los docentes ante problemas que amenazan su estabilidad laboral.
- b.** Es importante que la institución aumente la disponibilidad de asesorías legales para atender la demanda de docentes interesados en recibir este beneficio.

- c. Se propone a las secretarías que dirigen al sindicato, aplicar el plan de mercadeo desarrollado por el equipo investigador para el incremento de la planilla de afiliados mediante la eficaz comunicación de los servicios ofrecidos a los docentes
- d. Se sugiere enfáticamente la formación de un equipo profesionalmente capacitado para ejecutar un Plan Promocional que difunda de manera amplia y efectiva los beneficios y productos que ofrece SIMEDUCO.
- e. Capacitaciones para la secretaria de prensa y propaganda, en relación con la utilización de medios de comunicación de manera eficaz.

### **CAPÍTULO III**

## **PROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIACIONES DE DOCENTES AL SINDICATO DE MAESTRAS Y MAESTROS DE LA EDUCACIÓN PÚBLICA DE EL SALVADOR, SIMEDUCO.**

### **3.1 OBJETIVOS**

#### **3.1.1 General**

Formular un Plan de Mercadeo que estimule el crecimiento de la demanda de afiliados al Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador.

#### **3.1.2 Específicos**

3.1.2.1 Determinar un plan financiero que permita a la institución brindar sus servicios al gremio educativo.

3.1.2.2 Desarrollar un plan promocional que promueva eficazmente los beneficios que ofrece el sindicato.

3.1.2.3 Formular un plan de acercamiento a la comunidad docente, mediante las visitas a los centros escolares por parte de las secretarías que conforman el sindicato.

## **3.2 IMPORTANCIA**

La propuesta plantea estrategias orientadas a incrementar el ingreso de nuevos afiliados al sindicato, como, por ejemplo; asesorías, capacitaciones, talleres, celebraciones en fechas especiales, etc.

De la misma manera, el plan permitirá el fortalecimiento del posicionamiento y también buscará una mejora continua en los mecanismos de información sobre las diferentes actividades que realiza el sindicato, estrechando la relación con el afiliado potencial y motivando su involucramiento en las actividades de la Institución.

## **3.3 POLÍTICAS DEL PLAN.**

3.3.1 Cada estrategia deberá orientarse a procurar el bienestar integral del gremio educativo.

3.3.2 Todos los servicios deberán caracterizarse por la mayor calidad posible, de la manera más accesible económicamente hablando.

3.3.3 Las personas que colaboren en calidad de empleados deben recibir la adecuada inducción y capacitación para realizar su labor.

3.3.4 Cada servicio que se brinde en el cual los docentes brinden información, esta debe manejarse de manera estrictamente confidencial.

### 3.4 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO GENERAL.

#### 3.4.1 Estrategia de membresía

##### 3.4.1.1 Objetivos

- Fortalecer el sentido de pertenencia de los afiliados actuales y potenciales mediante el establecimiento de un mecanismo de membresía a través del cual puedan acceder a los beneficios que ofrece el sindicato.
- Establecer alianzas con instituciones que brinden servicios que puedan ser de beneficio para los docentes, atrayendo así a más afiliados potenciales y fortaleciendo el proceso de fidelización de los miembros actuales.

##### 3.4.1.2 Línea de acción.

- Tarjeta de membresía gratuita para cada nuevo afiliado.
- Primera tarjeta de membresía gratuita para los miembros actuales.
- Reposición o renovación de tarjeta a un costo de \$3.00



Diseño elaborado por el grupo investigador.

### ALIANZAS DE MEMBRESÍA. (Cuadro N°1)

Las personas que se afilien al sindicato tendrán como beneficio, el derecho de hacer uso de las diferentes alianzas, a continuación, se presenta las instituciones con las cuales se harán convenios:

Alianzas	Beneficios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza con Clínica oftalmológica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención personalizada</li> <li>• La primera consulta es gratuita</li> <li>• Consulta optométrica incluida en la compra de sus lentes.</li> <li>• Jornada Visual</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza con Escuela de manejo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descuento en el curso de conducción</li> <li>• Planes de pago</li> <li>• Servicio de examinadora para todo tipo de Licencia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza con Clínica dental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico gratis</li> <li>• Descuento en Limpieza Dental</li> <li>• Promoción en extracción de cordales</li> <li>• Blanqueamiento dental</li> <li>• En todos los tratamientos pediátricos obtendrán un descuento.</li> </ul>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### 3.4.1.3 Presupuesto para la implementación de la estrategia membresía.

(Cuadro N°2)

A continuación, se detalla el presupuesto anual de cada actividad a desarrollar como parte de la estrategia de membresía;

Actividades	Recurso Humano	Cantidad	Costo Unitario	Total
Impresión anual de Tarjetas de membresía (ver anexo 5)	Secretaria de Organización y Estadística	1,500	\$0.05	\$75.00
			<b>13 % IVA</b>	<b>\$9.75</b>
			<b>TOTAL, A PAGAR</b>	<b>\$84.75</b>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

## 3.4.2 Estrategia financiera

### 3.4.2.1 Objetivos

- Calcular el nivel de aumento de afiliaciones a partir de las variaciones de los años anteriores, que han experimentado las afiliaciones en un número determinado de períodos.

Método de Incremento Porcentual

Se basa en las afiliaciones del año 2019 y 2022, con el objetivo de calcular el pronóstico de ingresos para el periodo de un año.

$$327/262-1 \times 100 = 25\%$$

El porcentaje de crecimiento Histórico: 25%

El porcentaje de crecimiento pronosticado al 2024: 40% (aumentando un 15%)

$$327 \times 1.40 = 457.8 \approx 458$$

Método de Incremento Porcentual (Cuadro N°3)

MES	2019	2022		Proyección
Enero	28	25	$25/327 = 0.0764526 \times 100 = 7.6$	$458 \times 7.6\% = 35$
Febrero	19	29	$29/327 = 0.08868502 \times 100 = 8.9$	$458 \times 8.9\% = 41$
Marzo	15	26	$26/327 = 0.0795107 \times 100 = 7.9$	$458 \times 7.9\% = 36$
Abril	28	25	$25/327 = 0.0764526 \times 100 = 7.6$	$458 \times 7.6\% = 35$
Mayo	28	32	$32/327 = 0.09785933 \times 100 = 9.8$	$458 \times 9.8\% = 45$
Junio	15	27	$27/327 = 0.08256881 \times 100 = 8.2$	$458 \times 8.2\% = 37$
Julio	22	20	$20/327 = 0.06116208 \times 100 = 6.1$	$458 \times 6.1\% = 28$
Agosto	28	29	$29/327 = 0.08868502 \times 100 = 8.9$	$458 \times 8.9\% = 41$
Septiembre	19	32	$32/327 = 0.09785933 \times 100 = 9.8$	$458 \times 9.8\% = 45$
Octubre	25	29	$29/327 = 0.08868502 \times 100 = 8.9$	$458 \times 8.9\% = 41$
Noviembre	15	28	$28/327 = 0.08562691 \times 100 = 8.5$	$458 \times 8.5\% = 39$
Diciembre	20	25	$25/327 = 0.0764526 \times 100 = 7.6$	$458 \times 7.6\% = 35$
<b>TOTAL</b>	<b>262</b>	<b>327</b>	<b>=100%</b>	<b>=458</b>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Proyección de los Docentes que se afiliaran en un año. (Cuadro N° 4)

Mes	Proyección de un año
Enero	35
Febrero	41
Marzo	36
Abril	35
Mayo	45
Junio	37
Julio	28
Agosto	41
Septiembre	45
Octubre	41
Noviembre	39
Diciembre	35
<b>Total</b>	<b>458</b>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

Según datos proporcionados por los directivos del sindicato, la tendencia de crecimiento histórica del año 2022 es un 25% de las afiliaciones por mes. Se espera que, para finalizar dicho plan se afilien 458 docentes, los cuales aportarán \$3.00 cada uno como cuota sindical, por lo que, al finalizar, los ingresos incrementarían a \$1,374.00 adicionales a lo que actualmente están recibiendo.

### **3.4.3 Estrategia publicitaria**

#### *3.4.3.1 Objetivos*

- Fortalecer de manera positiva, la percepción que los docentes potenciales tienen respecto al sindicato, generando así interés por ser miembros de SIMEDUCO.
- Desarrollar campañas promocionales en los medios de comunicación de mayor influencia, para obtener el mayor resultado posible en el incremento de nuevos afiliados.

#### *3.4.3.2 Línea de acción*

- Radio y Televisión: Se gestionará espacios gratuitos en medios de televisión y radio como por ejemplo conferencias de prensa y reportajes que difundan la labor del sindicato, a fin de tener una mayor exposición pública.
- Hoja Informativa: Serán entregados en los centros escolares, Ministerio de Educación e instalaciones de SIMEDUCO
- Redes sociales: Se diseñará una página de Facebook, Instagram, tiktok y twitter que contendrá las generalidades del sindicato, información de productos y servicios, historia del sindicato, actividades, boletines, contactos, información de cómo asociarse y buzón de sugerencias. Se

publicará información actualizada y de relevancia de forma diaria y se promoverá la comunicación con los afiliados actuales, esto generará una buena imagen para los afiliados potenciales.

### 3.4.3.3 Creación de Hoja Informativa



**Servicios que ofrece:**

- Asesoría Legal
- Apoyo y acompañamiento en la defensa de derechos al magisterio nacional.
- Lucha por un Sistema de Pensiones Justas y Dignas
- Atención personalizada a maestros

LOCALIZACIÓN: SIMEDUCO SE ENCUENTRA UBICADO EN 23 CALLE PONIENTE, PASAJE 3 #1216, COLONIA LAYCO, SAN SALVADOR.  
2225-9778  
Correo: simeducoprensaypropaganda@gmail.com

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### 3.4.3.4 Presupuesto para la implementación de la estrategia publicitaria.

(Cuadro N° 5)

Se describe, a continuación, el gasto anual correspondiente,

Actividades	Recurso Humano	Cantidad	Costo Unitario	Total
Impresión de Hoja Informativa (ver anexo 11)	Secretaría de prensa y propaganda.	1,500	\$0.14	\$210.00
			<b>13 % IVA</b>	<b>\$27.30</b>
			<b>TOTAL, A PAGAR</b>	<b>\$237.30</b>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### **3.4.4 Estrategia de plaza**

#### *3.4.4.1 Objetivos*

- Organizar comisiones conformadas por los miembros de las diferentes secretarías, que visiten los centros escolares y brinden los servicios de la institución a los docentes, en su lugar de trabajo.
- Capacitar un ejecutivo que promueva en forma directa, clara y específica los distintos servicios y asesorías que ofrece SIMEDUCO
- Fortalecer la comunicación de los miembros de la junta directiva con los docentes, a fin de conocer y solventar las inquietudes y las distintas necesidades que surgen tanto en los afiliados actuales como en los potenciales.

#### *3.4.4.2 Línea de acción*

- Se llevará a cabo una campaña de reclutamiento de personal mediante la cual se contratará y capacitará a una persona que será la encargada de reclutar nuevos afiliados.
- Se establecerá un sueldo base de Trescientos sesenta y cinco 00/100 dólares (\$ 365.00.) mensuales.
- Se conformarán comisiones que visitarán los centros escolares, compuestas por el empleado antes mencionado y por las diferentes secretarías del sindicato las cuales son la de organización y de prensa.
- Mientras el empleado afilie nuevos miembros, la comisión de SIMEDUCO, ofrecerá asesorías legales, pedagógicas, laborales, etc. Dando así muestras de sus servicios en el momento y acercando así el sindicato al gremio docente.

### 3.4.4.3 Presupuesto para la implementación de la estrategia de plaza.

(Cuadro N° 6)

A continuación, se detalla el gasto presupuestario anual de esta estrategia;

Actividades.	Recurso Humano.	Salario Anual.	ISSS Anual. 7.50%	AFP Anual. 8.75%	Vacación anual remunerada al 30%	Aguinaldo.	Total.
Sueldo para 1 personas que trabajaran en el área de ventas	Secretaría de Finanzas	\$4,380.00	\$328.50	\$382.25	\$52.00	\$182.50	\$5,325.25

Actividades	Recurso Humano	Cantidad	Costo unitario	Total
Capacitación de Ventas (ver anexo 6)	Secretaria de Finanzas	1	\$150.00	\$150.00
			Total	\$150.00

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### 3.4.5 Estrategia de Evaluación Continua

#### 3.4.5.1 Objetivos

- Crear una comisión evaluadora de los resultados obtenidos en la implementación del plan.
- Definir un mecanismo de evaluación sistemática y objetiva para garantizar el óptimo funcionamiento del plan de mercadeo.
- Determinar los criterios de evaluación que definan el cumplimiento o no, de los objetivos planteados.

#### 3.4.5.2 Línea de acción

- Se establecerán los criterios de evaluación mensual respecto a los resultados obtenidos y la administración del presupuesto.

- Se designarán los encargados de aplicar la evaluación (Comisión evaluadora). Dicha comisión será conformada por un representante de cada secretaria del sindicato.
- Se coordinará una programación mensual para llevar a cabo la evaluación
- El desarrollo de esta estrategia no representa ningún costo significativo por lo que se realizará sin ningún presupuesto.

### 3.4.5.3 Indicadores (Cuadro N° 7)

ESTRATEGIA	INDICADORES
<b>Membresía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Número de tarjetas de membresía para nuevos afiliados.</li> <li>✓ Número de tarjetas para miembros actuales.</li> <li>✓ Porcentaje de usuarios que utilizan los beneficios de la tarjeta de membresía. (Talleres, convivios, consultas. Etc.)</li> </ul>
<b>Financiera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El flujo de ingreso económico mensual corresponde a las proyecciones planteadas en el plan.</li> <li>✓ El gasto mensual es coherente con el presupuesto asignado para cada estrategia.</li> </ul>
<b>Publicitaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Número de Espacios gratuitos radiales y televisivos gestionados cada mes.</li> <li>✓ Cantidad de Centros Escolares en los cuales se reparten hojas informativas.</li> <li>✓ Nivel de interacción y respuesta en las redes sociales del sindicato.</li> </ul>

<b>Plaza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cantidad mensual de nuevos afiliados por cada personal de ventas.</li> <li>✓ Los docentes potenciales expresan sentirse cerca del sindicato con las visitas a los centros escolares.</li> </ul>
<b>Evaluación continua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El resultado de los análisis de la comisión evaluadora es directamente proporcional al nivel de crecimiento del sindicato y por ende a los objetivos generales del plan.</li> </ul>

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### **3.5 IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO PARA EL INCREMENTO DE AFILIADOS DEL SINDICATO.**

#### **3.5.1 Objetivos.**

##### *3.5.1.1 Objetivo General.*

- Presentar el plan de mercadeo elaborado por el equipo de investigación para ser revisado y aprobado por la institución a fin de ejecutar su aplicación de manera exitosa.

##### *3.5.1.2 Objetivos Específicos*

- Brindar una guía completa de las fases que comprende el plan presentado, para una adecuada comprensión de este en todas sus dimensiones.
- Dar a conocer los recursos humanos, materiales y financieros que serán necesarios para la aplicación de cada estrategia de manera efectiva.
- Ofrecer información amplia y específica del rol que cada secretaria desarrollara en la consecución de los objetivos planteados.

## **3.5.2 Recursos**

### *3.5.2.1 Recurso humano*

Será de imprescindible importancia el papel de los empleados que luego de su respectiva inducción y capacitación, se encargaran de promover la afiliación de los docentes en los diferentes centros escolares. Así mismo los miembros de las diferentes secretarías del sindicato visitaran las escuelas para brindar servicios de asesorías y consejerías, llevando a los maestros a experimentar los beneficios que ofrece el sindicato.

### *3.5.2.2 Recursos Materiales*

Para obtener los resultados deseados la institución deberá disponer de cientos de afiches, hojas informativas, banner y tarjetas de membresía, así como equipo informático y de oficina.

## **3.5.3 Etapas del plan de implementación**

Para poner en marcha el plan de mercadeo es importante contar con la aprobación de la Junta Directiva del sindicato. este proceso se desarrollará en los pasos siguientes:

### **a. Presentación del documento impreso al secretario general del sindicato.**

Se entregará al secretario general el documento que contenga la propuesta del plan de mercadeo para el incremento de afiliados.

### **b. Revisión y estudio del documento**

En esta etapa la Junta Directiva emitirá las respectivas observaciones que crea pertinente para luego realizar las modificaciones requeridas de manera efectiva.

### **c. Aprobación y autorización**

Luego de haber examinado y revisado las observaciones para sus respectivas correcciones, el secretario general validará la propuesta con el fin de llevar a cabo el proyecto.

#### d. Implementación del plan de mercadeo

En esta fase se llevará a cabo la puesta en marcha del presente estudio; en esta acción, son de suma importancia, las diferentes unidades organizativas y su correcta coordinación implicará el logro de los objetivos propuestos.

### 3.6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MERCADEO ANUAL (CUADRO N°8)

Estrategia	Actividades	Recurso humano	Anual
Membresía	Impresión Tarjetas de membresía	Secretaria de Organización y estadística	\$ 84.75
Membresía	Promoción de descuento en consulta oftalmológica, Escuela de manejo y Clínica dental.	Secretaria de Organización y estadística	\$ -
Publicitaria	Impresión de Hoja Informativa	Secretaría de Prensa y Propaganda.	\$ 237.30
Plaza	Sueldo para personal de ventas	Secretaria de Finanzas	\$ 5,325.25
Plaza	Capacitación de Ventas	Secretaria de Finanzas	\$ 150.00
		Total	\$ 5,797.30

Fuente: Elaborado por el grupo investigador

### 3.7 FINANCIAMIENTO DE PRESUPUESTO ANUAL.

Alternativas de Financiamiento: Se procede a buscar fuentes de financiamiento para la ejecución de cada estrategia del plan de mercadeo durante un año, debido a que los ingresos del sindicato son insuficientes, se optará por un préstamo, el cual se detalla a continuación:

Monto máximo a Financiar: \$6,000.00

Periodo de Pago: 24 meses

Tasa de Interés: 7.50%

### Financiamiento del plan de mercadeo (Cuadro N°9)

<b>Capital</b>	\$ 6,000.00	<b>Interés</b>	7.5%	<b>Inicio de Préstamo</b>	
<b>Años</b>	2	<b>Nº de Cuotas</b>	24	<b>Cuota</b>	\$ 270.00

Nº	Cuota Total	Capital	Interés	Saldo inicial	Saldo final
1	\$ 270.00	\$ 232.50	\$ 37.50	\$ 6,000.00	\$ 5,767.50
2	\$ 270.00	\$ 233.95	\$ 36.05	\$ 5,767.50	\$ 5,533.55
3	\$ 270.00	\$ 235.41	\$ 34.58	\$ 5,533.55	\$ 5,298.14
4	\$ 270.00	\$ 236.88	\$ 33.11	\$ 5,298.14	\$ 5,061.25
5	\$ 270.00	\$ 238.36	\$ 31.63	\$ 5,061.25	\$ 4,822.89
6	\$ 270.00	\$ 239.85	\$ 30.14	\$ 4,822.89	\$ 4,583.04
7	\$ 270.00	\$ 241.35	\$ 28.64	\$ 4,583.04	\$ 4,341.68
8	\$ 270.00	\$ 242.86	\$ 27.14	\$ 4,341.68	\$ 4,098.82
9	\$ 270.00	\$ 244.38	\$ 25.62	\$ 4,098.82	\$ 3,854.44
10	\$ 270.00	\$ 245.91	\$ 24.09	\$ 3,854.44	\$ 3,608.53
11	\$ 270.00	\$ 247.44	\$ 22.55	\$ 3,608.53	\$ 3,361.09
12	\$ 270.00	\$ 248.99	\$ 21.01	\$ 3,361.09	\$ 3,112.10
13	\$ 270.00	\$ 250.55	\$ 19.45	\$ 3,112.10	\$ 2,861.55
14	\$ 270.00	\$ 252.11	\$ 17.88	\$ 2,861.55	\$ 2,609.44
15	\$ 270.00	\$ 253.69	\$ 16.31	\$ 2,609.44	\$ 2,355.75
16	\$ 270.00	\$ 255.27	\$ 14.72	\$ 2,355.75	\$ 2,100.48
17	\$ 270.00	\$ 256.87	\$ 13.13	\$ 2,100.48	\$ 1,843.61
18	\$ 270.00	\$ 258.48	\$ 11.52	\$ 1,843.61	\$ 1,585.13
19	\$ 270.00	\$ 260.09	\$ 9.91	\$ 1,585.13	\$ 1,325.04
20	\$ 270.00	\$ 261.72	\$ 8.28	\$ 1,325.04	\$ 1,063.32
21	\$ 270.00	\$ 263.35	\$ 6.65	\$ 1,063.32	\$ 799.97
22	\$ 270.00	\$ 265.00	\$ 5.00	\$ 799.97	\$ 534.97
23	\$ 270.00	\$ 266.65	\$ 3.34	\$ 534.97	\$ 268.32
24	\$ 270.00	\$ 268.32	\$ 1.68	\$ 268.32	\$ -

Fuente: Elaborado por el grupo investigador



### 3.9 BIBLIOGRAFÍA

#### A. LIBROS:

BURNETT, Jhon J. "Promoción, conceptos y Estrategias". 1° Edición Santa Fe de Bogotá, D. C. Colombia, 1996.

HIEBING Roan G. "Como Preparar un Exitoso Plan Promocional". 1° Edición, Editorial McGraw Hill. Interamericana de México. 1992

KOTLER, Philip. Mercadotecnia, 3ª Edición, Prentice Hall Hispanoamerica, S.A. México 1993

KOTLER, Philip. Armstrong, Gary. Marketing, 8° Edición, Pearson Educación, México 2001

KOTLER, Philip. Keller, Kevin Lane. Dirección de Marketing. 20° Edición Pearson Prentice Hall. México 2006

STANTON, William. Fundamentums de Marketing. Mc Graw-Hill, 11ª Edición, México, 1999.

#### B. LEYES

Asamblea Legislativa de El Salvador. Constitución de la República de El Salvador, emitida en 1983, Decreto Legislativo N°38, publicado en el Diario Oficial N° 234, Tomo N° 281, del 16 de diciembre de 1983.

Asamblea Legislativa de El Salvador. Código de Trabajo, emitido el 23 de junio de 1972, Decreto Legislativo N° 15, publicado en el Diario Oficial N°142, Tomo N°236, del 31 de julio de 1972.

Asamblea Legislativa de El Salvador. Ley del Servicio Civil emitida en el Decreto Legislativo N° 507, publicado en el Diario Oficial N° 239, Tomo N° 193, de 27 del diciembre de 1961

Estatutos del Sindicato de Maestras y Maestros de la Educación Pública de El Salvador, SIMEDUCO, publicado en el Diario Oficial, Tomo N° 409, del 23 de noviembre de 2015

Asamblea Legislativa de El Salvador. La Ley Integral del sistema de pensiones emitida el 21 de diciembre de 2022, Decreto N° 614, publicada en el Diario Oficial N° 241, Tomo N° 437, del 21 de diciembre de 2022

Leyes de Educación, Ley de la carrera docente, emitida el 7 de marzo de 1996, Decreto Legislativo N°665, publicado en el Diario Oficial N° 58, Tomo N° 330, del 22 de marzo de 1996.

Ley del Instituto Salvadoreño de Bienestar Magisterial, emitida el 18 de diciembre de 2007, Decreto N° 485, publicado en el Diario Oficial N° 236, Tomo N°377, del 18 de diciembre del 2007.

# ANEXOS

## Anexo 1. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados del cuestionario dirigido a Maestros Afiliados

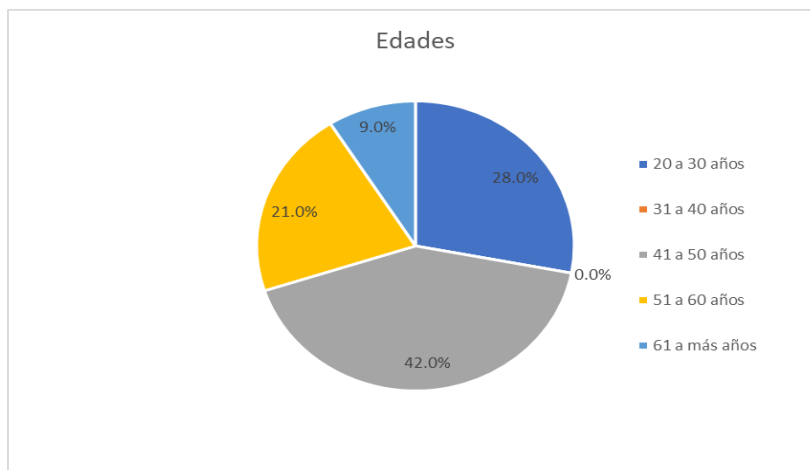
En esta sección se exponen los resultados obtenidos, luego del proceso de recolección y tabulación de los datos. Este proceso mostró la opinión de la población estudiada, con relación a las preguntas planteadas, en el cuestionario dirigido a afiliados y no afiliados y la entrevista aplicada al secretario general de la institución. Por tal razón se mostrará una tabla de frecuencia que muestra el total de respuesta con su respectivo gráfico que se diseña con relación a los porcentajes.

### I. GENERALES

#### 1.1 Pregunta N°1: Edad

**Objetivo:** Identificar las edades de los Afiliados.

Edades	FA	Fr
20 a 30 años	16	28.0%
31 a 40 años	-	0.0%
41 a 50 años	24	42.0%
51 a 60 años	12	21.0%
61 a más años	5	9.0%
Totales	57	100.0%

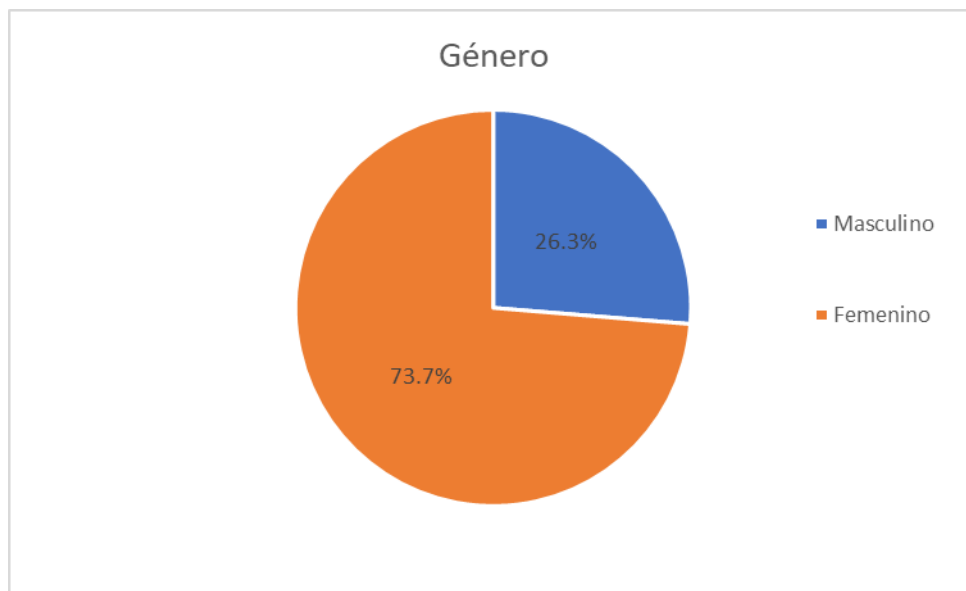


**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría los afiliados actuales rondan las edades de 41 a 50, otro porcentaje significativo, es el que está entre 20 a 30 años y la menor parte de encuestados, son personas mayores de 60 años. Dichos datos servirán para establecer estrategias para atraer afiliados por rangos de edad.

## 1.2 Pregunta N° 2: Género

**Objetivo:** Definir el género de los afiliados a SIMEDUCO.

Género	FA	Fr
Masculino	15.00	26.3%
Femenino	42.00	73.7%
Totales	57	100.0%



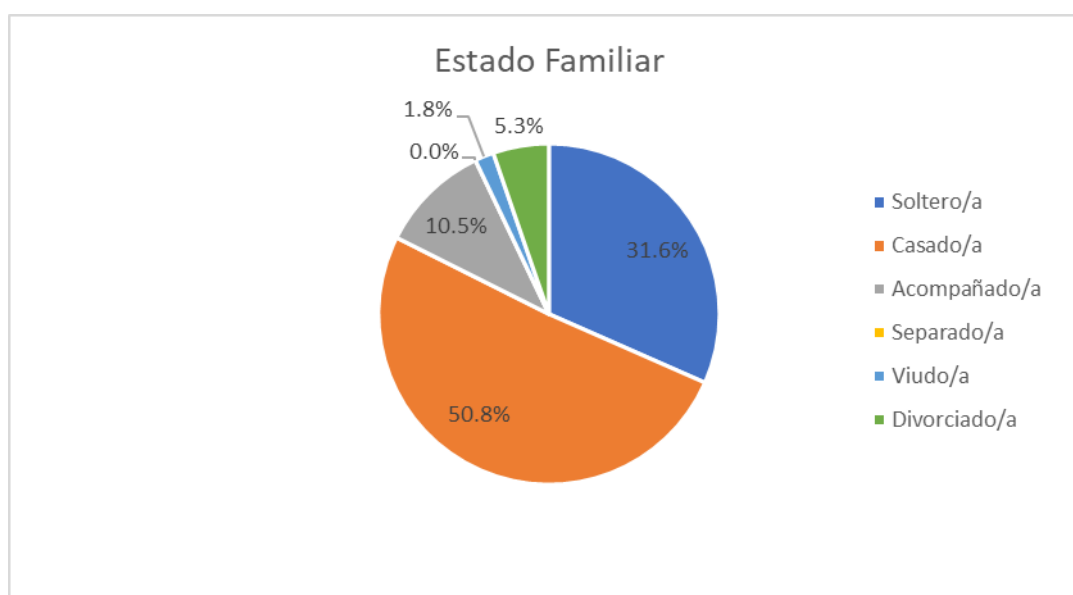
### **INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de los encuestados son mujeres, y un porcentaje menor al 30% de los afiliados son hombres. Lo que significa que hay más mujeres afiliadas que hombres.

### 1.3 Pregunta N° 3: Estado Familiar

**Objetivo:** Mostrar el estado familiar de los afiliados encuestados.

Estado Familiar	FA	Fr
Soltero/a	18	31.6%
Casado/a	29	50.8%
Acompañado/a	6	10.5%
Separado/a	0	0.0%
Viudo/a	1	1.8%
Divorciado/a	3	5.3%
Totales	57	100.0%



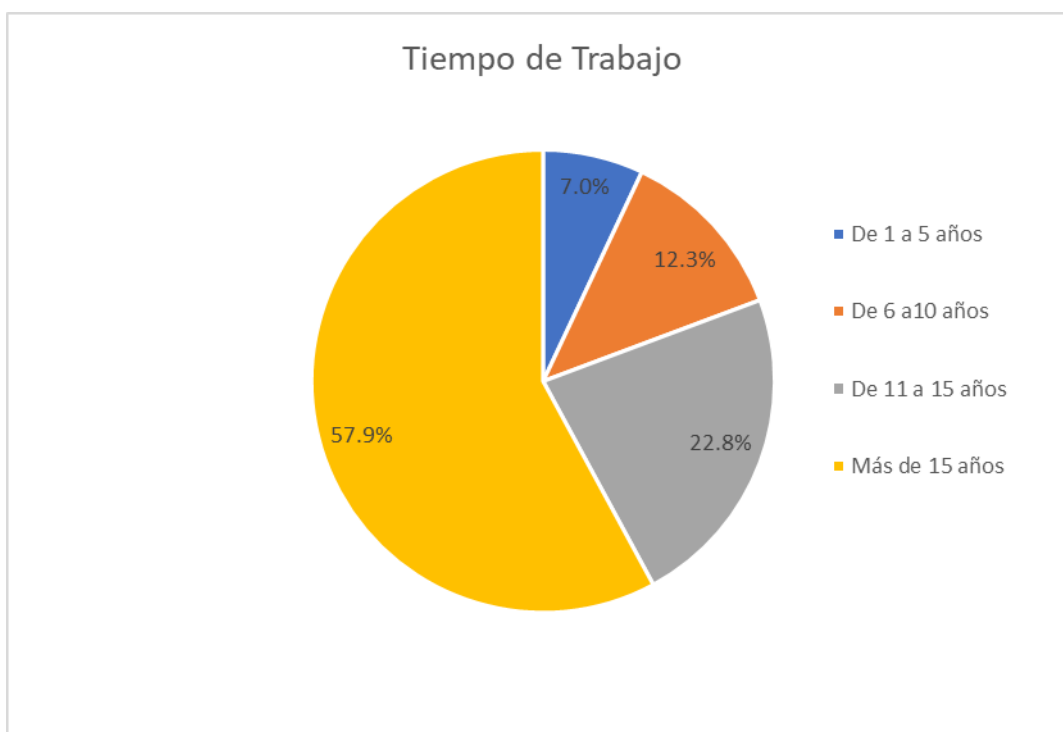
#### **INTERPRETACIÓN:**

La mayor parte de afiliados están casados o solteros, del porcentaje restante, el 15.8% de los encuestados están acompañados o divorciados. La información del gráfico nos dice que 1.8% de los docentes son viudos y no hay ninguno separado.

**1.4 Pregunta N° 4:** Tiempo de estar laborando en el gremio de educación

**Objetivo:** Identificar el tiempo laborado por los afiliados a SIMEDUCO.

Tiempo de Trabajo	FA	Fr
De 1 a 5 años	4	7.0%
De 6 a10 años	7	12.3%
De 11 a 15 años	13	22.8%
Más de 15 años	33	57.9%
Totales	57	100.0%



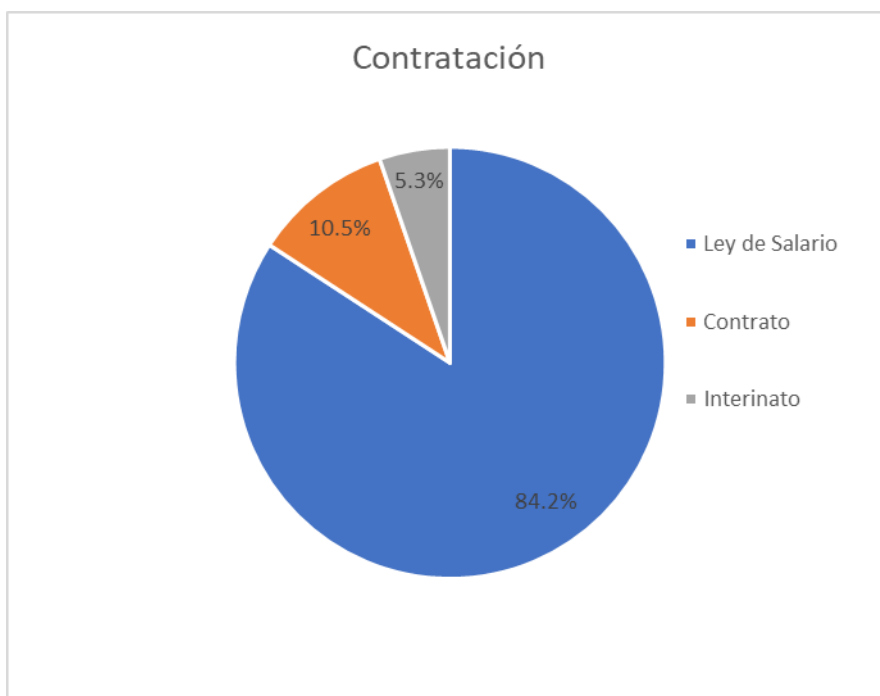
**INTERPRETACIÓN:**

Más de la mitad de los afiliados a SIMEDUCO tienen más de 15 años de laborar en el sistema educativo, datos que muestran que, en su mayoría, los afiliados gozan de estabilidad laboral notoria.

### 1.5 Pregunta N° 5: ¿Qué tipo de contratación posee?

**Objetivo:** Identificar dentro del sector de educación en qué tipo de contratación se desempeña el personal docente.

Contratación	FA	Fr
Ley de Salario	48	84.2%
Contrato	6	10.5%
Interinato	3	5.3%
Totales	57	100.0%



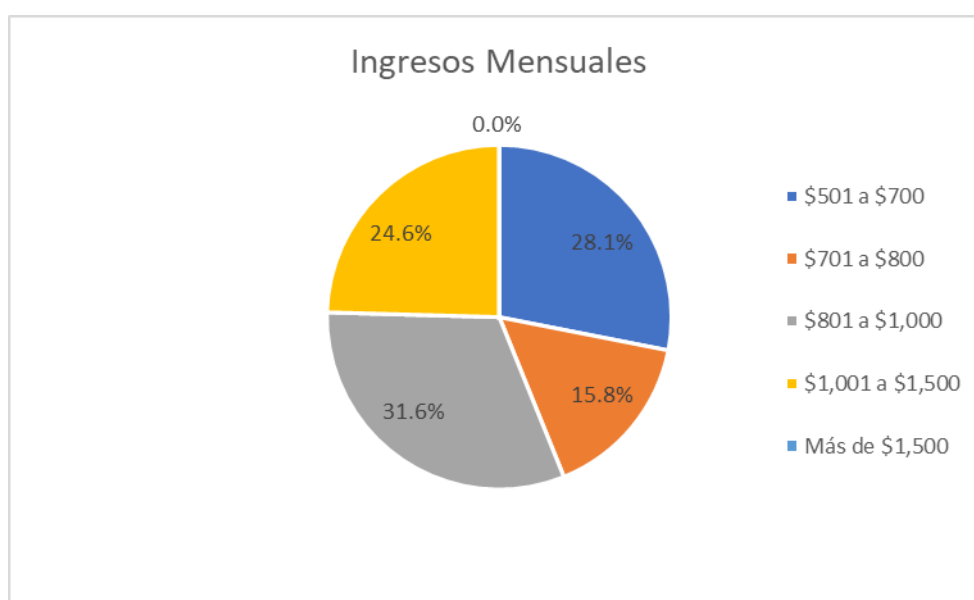
#### **INTERPRETACIÓN:**

De los afiliados encuestados, la mayoría están contratados por ley de salarios, más del 10% está por contrato de trabajo, y el 5.3% es de los interinos, personal que trabaja para el gremio en periodos de tiempo menor, pero que son tomados en cuenta para futuras contrataciones.

### 1.6 Pregunta N° 6: Nivel de Ingreso Mensuales (en dólares)

**Objetivo:** Mostrar los niveles de ingresos mensuales de los docentes.

Ingresos Mensuales	FA	Fr
\$501 a \$700	16	28.1%
\$701 a \$800	9	15.8%
\$801 a \$1,000	18	31.6%
\$1,001 a \$1,500	14	24.6%
Más de \$1,500	0	0.0%
Totales	57	100.0%



#### **INTERPRETACIÓN:**

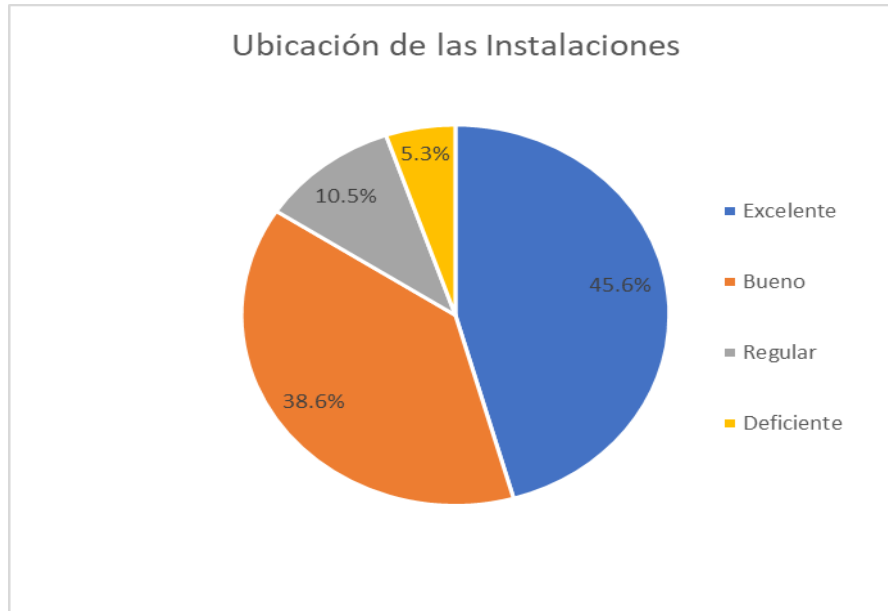
El ingreso por salario que tienen los afiliados a SIMEDUCO, ronda entre \$500.00 y \$1,000.00, los porcentajes restantes lo conforman los encuestados cuyos ingresos están entre \$750.00 y \$1,500.00. Dicha información se relaciona con la antigüedad que tiene de trabajo en el gremio ya que esto permite tener un salario más atractivo.

## II. ESPECÍFICOS.

**1.7 Pregunta N° 7:** ¿Qué le parece la ubicación actual de las instalaciones de SIMEDUCO?

**Objetivo:** Demostrar el nivel de aprobación de los afiliados en cuanto a la ubicación de las instalaciones de SIMEDUCO.

Ubicación de las Instalaciones	FA	Fr
Excelente	26	45.6%
Bueno	22	38.6%
Regular	6	10.5%
Deficiente	3	5.3%
Totales	57	100.0%



### INTERPRETACIÓN:

La opinión de los afiliados a SIMEDUCO con respecto a la ubicación de las instalaciones es bastante aceptable, ya que un porcentaje considerable de encuestados tiene una percepción buena y excelente del lugar, el 15.8% son de la opinión de que la ubicación es mala o deficiente.

**1.8 PREGUNTA N°8:** ¿Esta conforme actualmente con su aporte sindical?

**OBJETIVO:** Evaluar si los afiliados están de acuerdo con el valor monetario de la aportación que se entrega mensualmente.

Conformidad con el Aporte Sindical	FA	FR
Si	52	91.2%
No	5	8.8%
Totales	57	100.0%



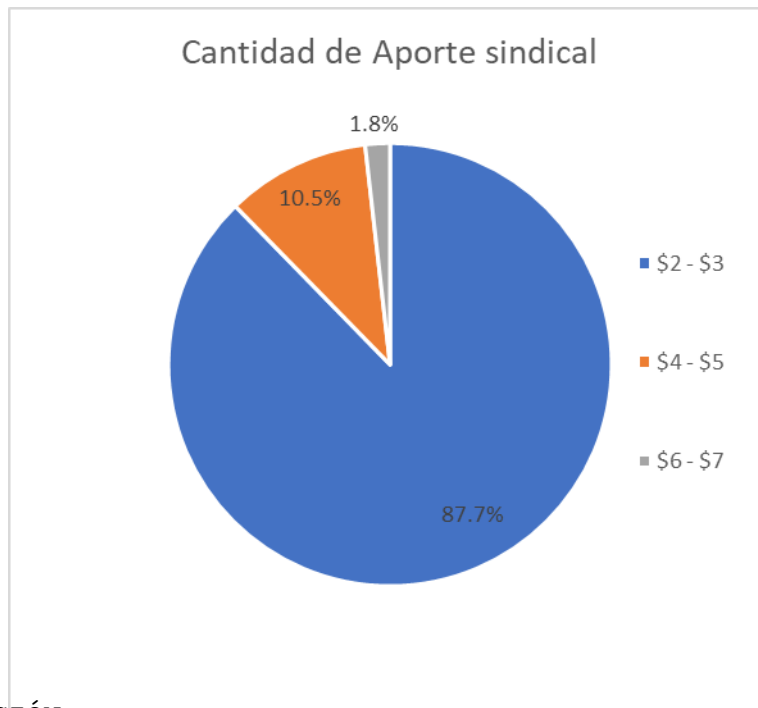
**INTERPRETACIÓN:**

La opinión de los afiliados actuales nos muestra que, en su mayoría, los encuestados están conformes con el aporte sindical mensual, solamente el 8.8% no está conforme.

**1.9 PREGUNTA N°9:** ¿Cuál de las siguientes cantidades considera adecuada, como aportación mensual?

**OBJETIVO:** Identificar si los afiliados están de acuerdo con el valor monetario de la aportación que se entrega mensualmente.

<b>Cantidad de Aporte sindical</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
\$2 - \$3	50	87.7%
\$4 - \$5	6	10.5%
\$6 - \$7	1	1.8%
Totales	57	100.0%



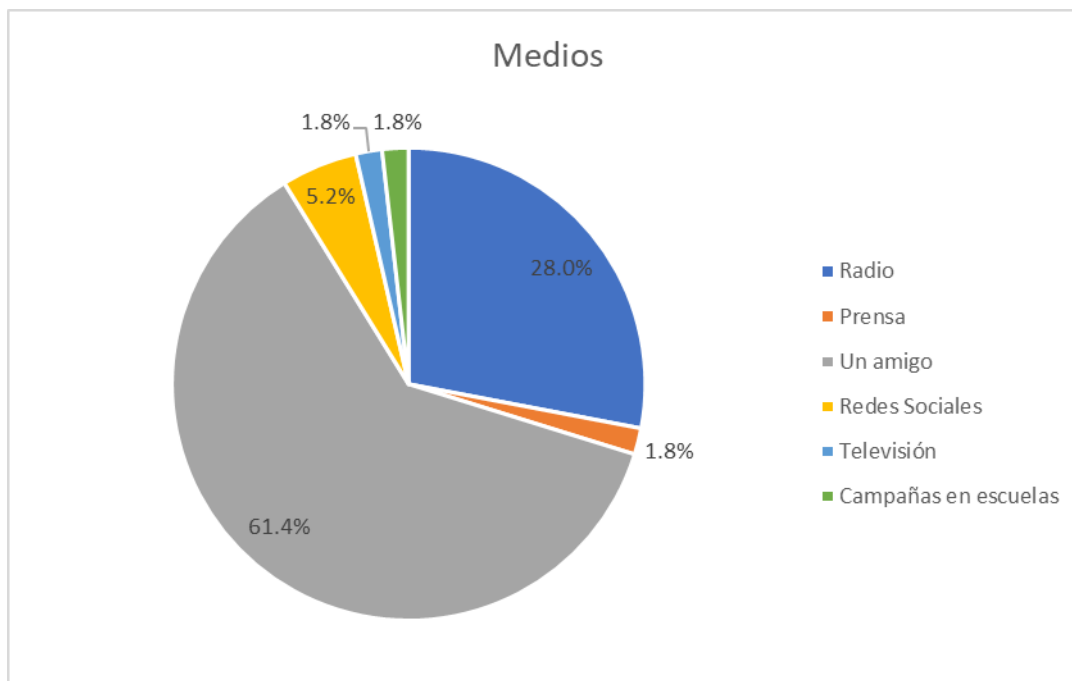
**INTERPRETACIÓN:**

La cuota de sindical mensual que los afiliados a SIMEDUCO ven como la mejor alternativa es la que está entre \$2 a \$3 ya cuenta con una la aprobación de más del 80%, el porcentaje restante opina que puede ser viable aportar entre \$4 a \$7.

**1.10 PREGUNTA N°10:** ¿A través de qué medio conoció acerca de SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Presentar los medios de difusión por los cuales los afiliados conocieron del sindicato.

Medios	FA	Fr
Radio	16	28.0%
Prensa	1	1.8%
Un amigo	35	61.4%
Redes Sociales	3	5.2%
Televisión	1	1.8%
Campañas en escuelas	1	1.8%
Totales	57	100.0%



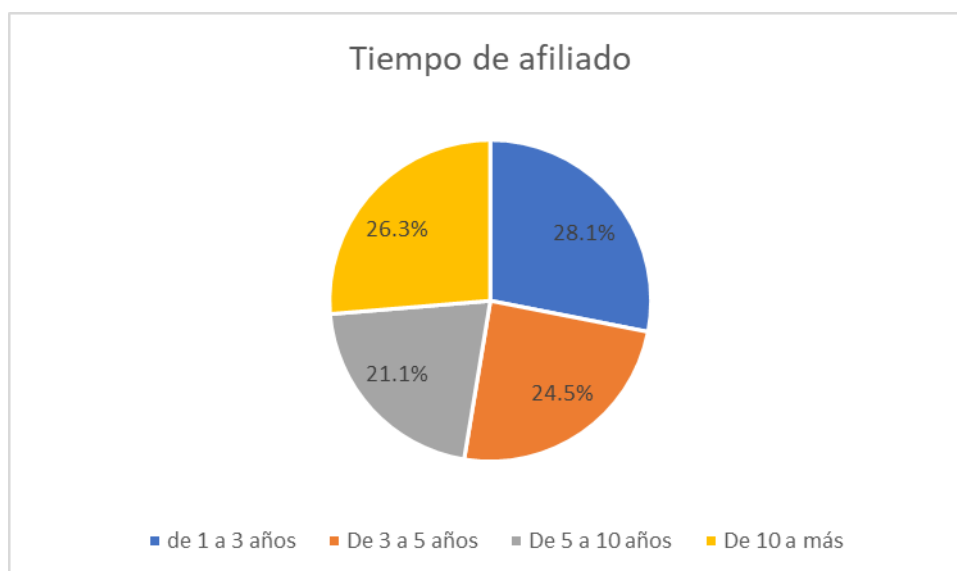
**INTERPRETACIÓN:**

La mayoría de los afiliados conocen de SIMEDUCO a través de un amigo, lo que refleja el poco impacto que tienen con otros medios. Un 33.2% conocen del sindicato por medio de las redes sociales y por la radio. La prensa, televisión y las campañas en escuelas representan el porcentaje más bajo de opinión respecto a los medios.

**1.11 PREGUNTA N°11:** ¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer como afiliado a SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Definir el tiempo que tienen los afiliados de pertenecer a SIMEDUCO.

Tiempo de afiliado	FA	FR
de 1 a 3 años	16	28.1%
De 3 a 5 años	14	24.5%
De 5 a 10 años	12	21.1%
De 10 a más	15	26.3%
Totales	57	100.0%



**INTERPRETACIÓN:**

En cuanto a la fidelidad que tienen los afiliados a SIMEDUCO, los resultados indican que el mayor porcentaje es por más de un año, El resto de encuestados corresponden a los afiliados con tiempo de más de cinco años, pero menos de diez.

**1.12 PREGUNTA N°12:** ¿Qué le motivo a ser afiliado? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Determinar los principales factores que incentivaron a los afiliados a pertenecer al sindicato.

<b>Motivos para ser afiliado</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Motivación Propia	9	15.8%
Incentivos Promocionales	0	0.0%
Asesoría Legal	17	29.8%
Derecho Laboral	31	54.4%
Totales	57	100.0%



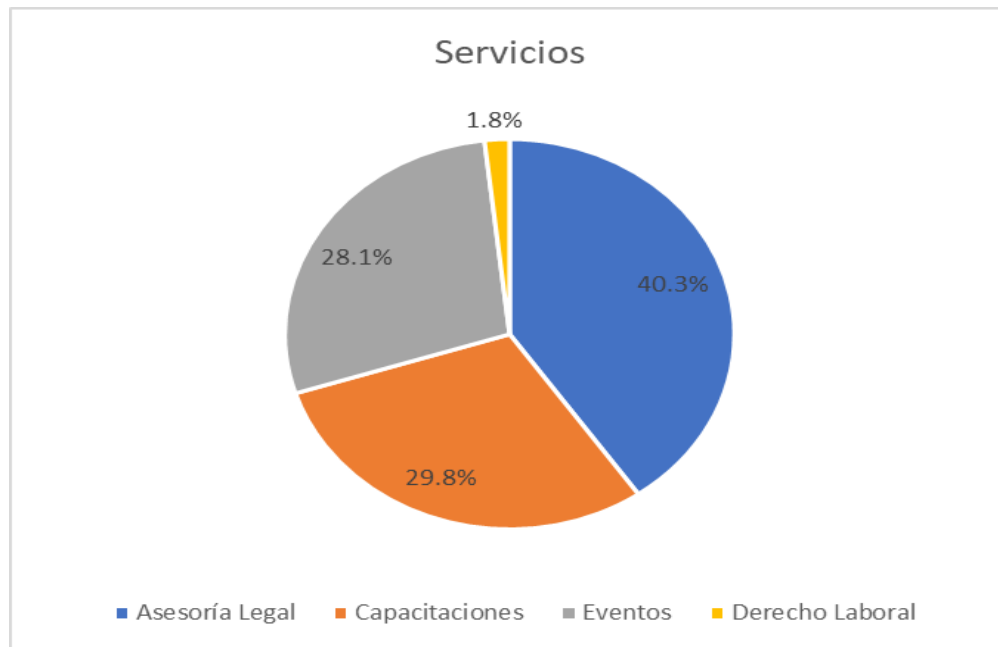
**INTERPRETACIÓN:**

Los encuestados, en su mayoría, están afiliados a SIMEDUCO por derecho laboral y por Asesoría legal. Solamente un 15.8% se afiliaron por recibir motivación propia y ningún encuestado sintió motivación por incentivos promocionales.

**1.13 PREGUNTA N°13:** ¿Qué servicios de los que ofrece SIMEDUCO utiliza más? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Investigar los principales servicios de los cuales hacen uso los Afiliados.

<b>Servicios</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Asesoría Legal	23	40.3%
Capacitaciones	17	29.8%
Eventos	16	28.1%
Derecho Laboral	1	1.8%
Totales	57	100.0%



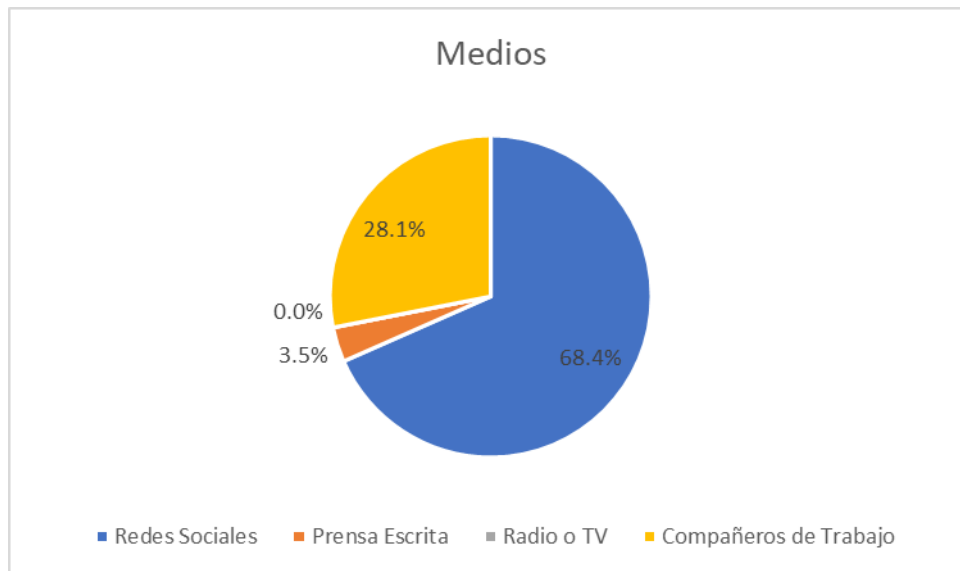
**INTERPRETACIÓN:**

Las características de servicios en orden de preferencias que manifiestan los encuestados se tiene en primer lugar: asesorías legales que se imparten a los afiliados, luego, las capacitaciones y los eventos que se ofrecen a los afiliados, pudiendo ser éstas las claves para promocionar la afiliación al sindicato.

**1.14 PREGUNTA N°14:** ¿Por qué medios de comunicación se entera de los diferentes eventos que realiza SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Definir las fuentes de comunicación más efectivas que utiliza SIMEDUCO.

Medios	FA	Fr
Redes Sociales	39	68.4%
Prensa Escrita	2	3.5%
Radio o TV	0	0.0%
Compañeros de Trabajo	16	28.1%
Totales	57	100.0%



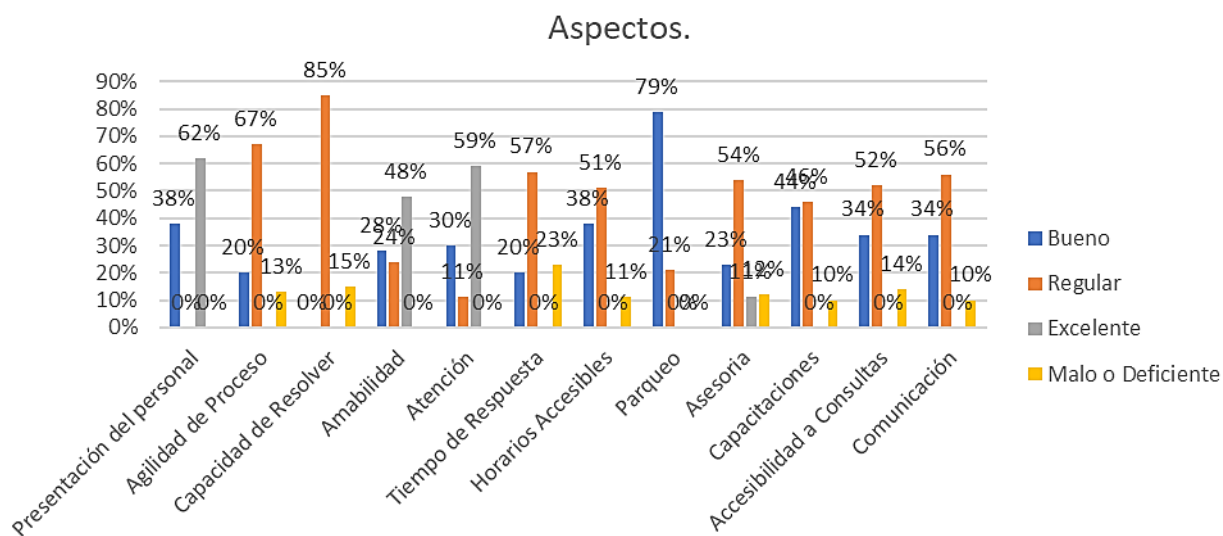
**INTERPRETACIÓN:**

El medio de comunicación más utilizadas, según la opinión de los afiliados, es la que se tiene por medio de las redes sociales, y la que se genera por medio de circulo de trabajo, lo que puede ser de oportunidad para realizar estrategias de publicidad. Un 3.5% prefieren la prensa escrita.

**1.15 PREGUNTA N°15:** En relación al servicio al afiliado ¿Cómo mide los siguientes aspectos?

**OBJETIVO:** Demostrar el nivel de aprobación de los servicios brindados

Aspectos	Bueno	Regular	Excelente	Malo o Deficiente	
Presentación del personal	38%	0%	62%	0%	100%
Agilidad de Proceso	20%	67%	0%	13%	100%
Capacidad de Resolver	0%	85%	0%	15%	100%
Amabilidad	28%	24%	48%	0%	100%
Atención	30%	11%	59%	0%	100%
Tiempo de Respuesta	20%	57%	0%	23%	100%
Horarios Accesibles	38%	51%	0%	11%	100%
Parqueo	79%	21%	0%	0%	100%
Asesoría	23%	54%	11%	12%	100%
Capacitaciones	44%	46%	0%	10%	100%
Accesibilidad a Consultas	34%	52%	0%	14%	100%
Comunicación	34%	56%	0%	10%	100%



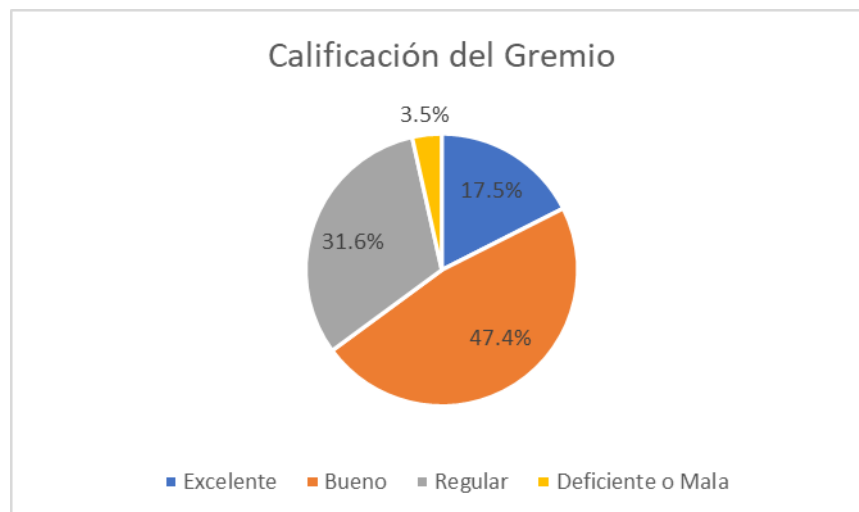
**INTERPRETACIÓN:**

Los afiliados miden como buena la presentación del personal, el parqueo y los horarios accesibles. Es de considerar los aspectos que los encuestados califican como malos o deficientes, en los que están: la capacidad para resolver problemas, el tiempo de respuesta y la accesibilidad a las consultas, los cuales deben de mejorarse.

**1.16 PREGUNTA N°16:** ¿Como cree que el gremio docente calificaría a SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Investigar el nivel de aprobación que tiene SIMEDUCO ante el gremio docente en general.

Calificación del Gremio	FA	FR
Excelente	10	17.5%
Bueno	27	47.4%
Regular	18	31.6%
Deficiente o Mala	2	3.5%
Totales	57	100.0%



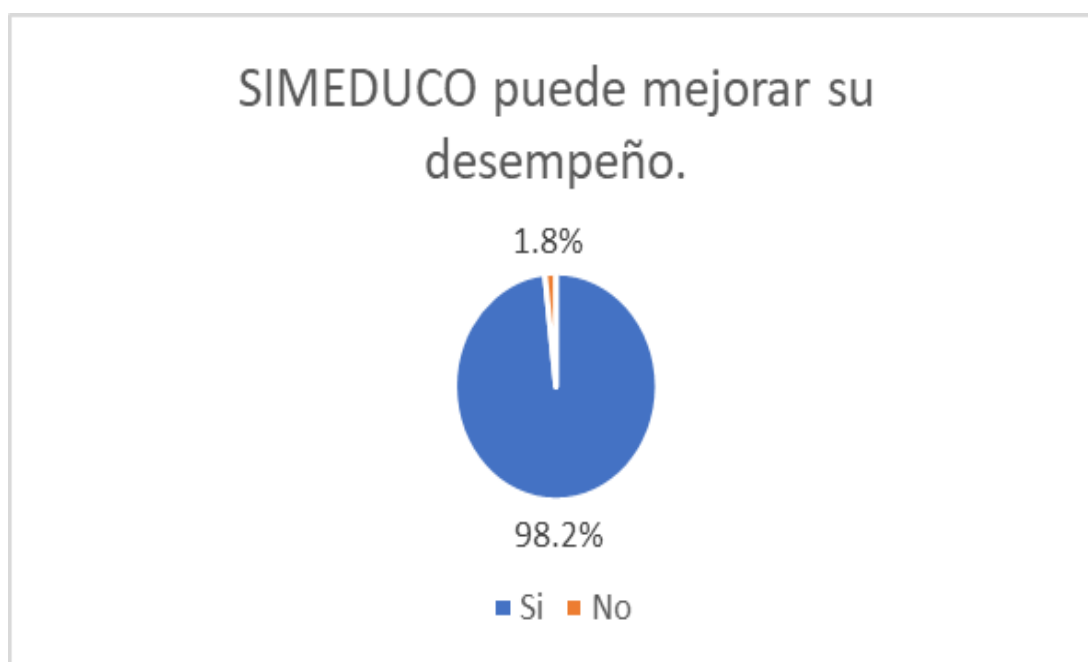
**INTERPRETACIÓN:**

La imagen de SIMEDUCO en el gremio docente es buena teniendo un porcentaje de aprobación bastante alto, sin embargo, más de la tercera parte de los encuestados tiene la percepción de que SIMEDUCO es regular y el 17.5% califica al sindicato como excelente. Se debe de trabajar en mejorar la imagen de los encuestados que dicen que la imagen del sindicato es deficiente o mala los cuales representan el 3.5%.

**1.17 PREGUNTA N°17:** ¿Considera que puede mejorar SIMEDUCO en su desempeño?

**OBJETIVO:** Diagnosticar si el sindicato puede mejorar.

<b>SIMEDUCO puede mejorar su desempeño.</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
Si	56	98.2%
No	1	1.8%
Totales	57	100.0%



**INTERPRETACIÓN:**

Los afiliados actuales opinan que SIMEDUCO puede mejorar en su desempeño y sus servicios, aunque un 1.8% opina que no se puede mejorar ningún aspecto.

**1.18 PREGUNTA N°18:** ¿Qué recomendaciones daría para mejorar?  
(Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Describir los aspectos en los que el sindicato puede mejorar.

<b>Recomendaciones</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Mejor Organización	14	24.6%
Mayor Presencia de los Representantes en Centros Escolares	24	42.1%
Mayor promoción a sus beneficios	10	17.5%
Mejor calidad en la atención	4	7.0%
Mayor Rapidez en los procesos	5	8.8%
Totales	57	100.0%



**INTERPRETACIÓN:**

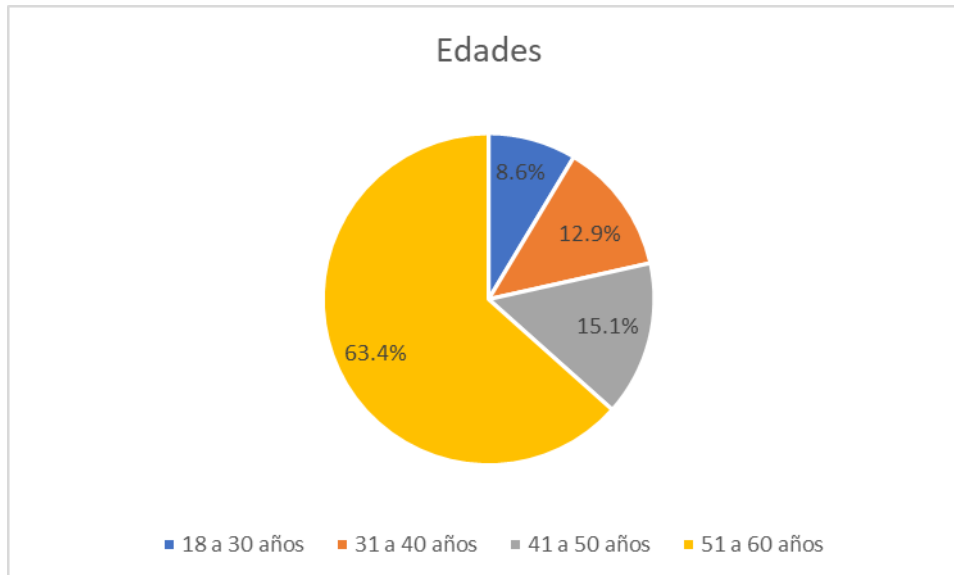
Los afiliados actuales en mayoría recomiendan: que haya más presencia de los representantes sindicales en los centros escolares, tener mejor organización y promocionar más los beneficios que ofrecen. La opinión de los encuestados restantes es que se debe de tener más calidad en la atención y realizar los procesos con rapidez.

## Anexo 2. Resumen de tabulación, análisis e interpretación del cuestionario dirigido a Afiliados Potenciales

### 2.1 PREGUNTA N°1: Edad.

**OBJETIVO:** Definir las edades de los docentes que

Edades	FA	Fr
18 a 30 años	8	8.6%
31 a 40 años	12	12.9%
41 a 50 años	14	15.1%
51 a 60 años	59	63.4%
61 a más años		0.0%
Totales	93	100.0%



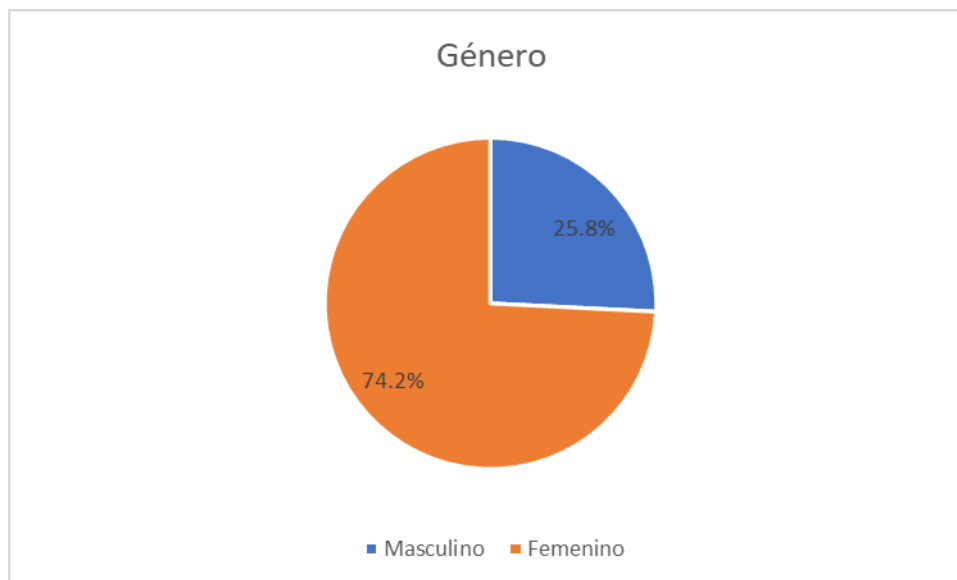
#### **INTERPRETACIÓN:**

El 63.4% de los seleccionados para la encuesta, son personas entre las edades de 51 a 60, otro porcentaje significativo de encuestados es el que está entre los 41 a 50 años. Los menores porcentajes de opinión son los representados por los rangos de edad de 18 a 30 años.

## 2.2 PREGUNTA N°2: Genero de los maestros.

**OBJETIVO:** Identificar el género de los docentes encuestados.

<b>Género</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Masculino	24.00	25.8%
Femenino	69.00	74.2%
Totales	93	100.0%



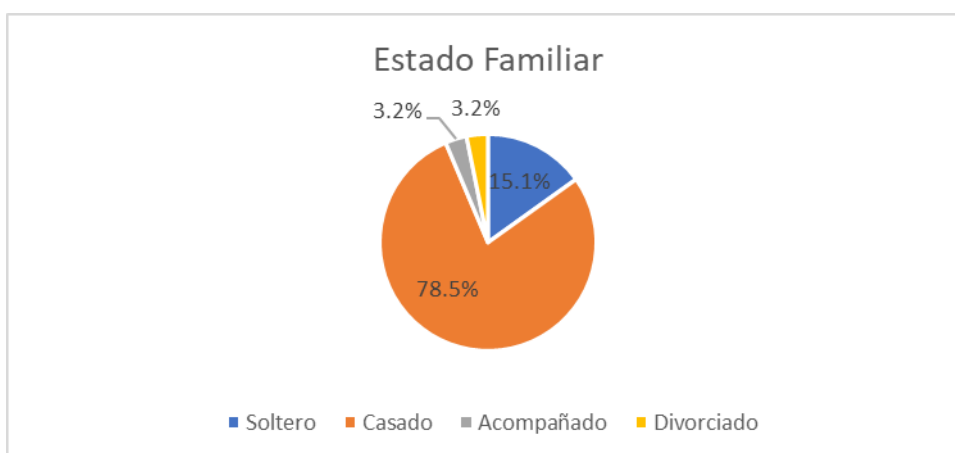
### **INTERPRETACIÓN:**

De los docentes seleccionados para esta encuesta, se obtuvo que el 74.2% eran mujeres, el porcentaje restante encuestado es del género masculino. Estos datos son similares a los obtenidos con los afiliados actuales, lo que da para como resultado, que para el gremio trabajan más mujeres que hombres.

### 2.3 PREGUNTA N°3: Estado Familiar.

**OBJETIVO:** Determinar el estado familiar de los maestros del municipio de San Salvador.

Estado Familiar	FA	FR
Soltero	14	15.1%
Casado	73	78.5%
Acompañado	3	3.2%
Divorciado	3	3.2%
Totales	93	100.0%



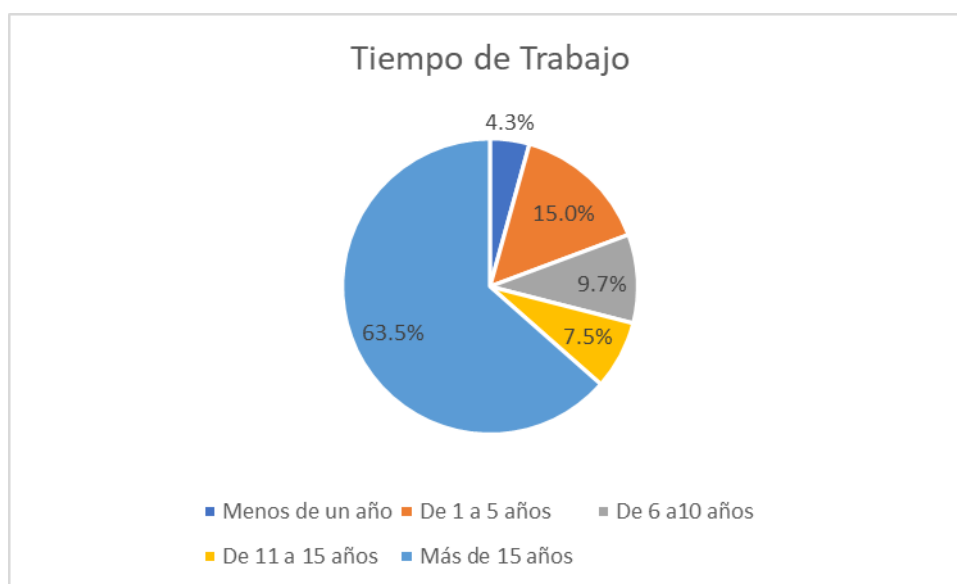
#### **INTERPRETACIÓN:**

Más del 65% de los seleccionados para la encuesta, están casados y menos de la tercera parte están solteros. Con un porcentaje menor se tiene a los encuestados que están acompañados o divorciados. No hay opiniones de docentes que estén separados o viudos.

**2.4 PREGUNTA N°4:** ¿Cuánto tiempo tiene de laborar como maestro para el Ministerio de Educación?

**OBJETIVO:** Detallar la antigüedad laboral que tienen los maestros.

Tiempo de Trabajo	FA	Fr
Menos de un año	4	4.3%
De 1 a 5 años	14	15.0%
De 6 a 10 años	9	9.7%
De 11 a 15 años	7	7.5%
Más de 15 años	59	63.5%
Totales	93	100.0%



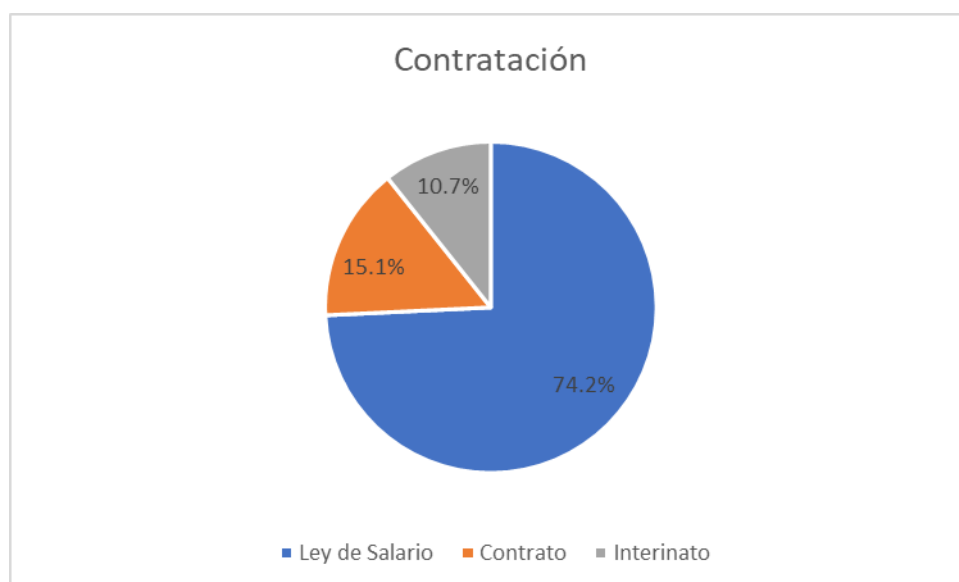
**INTERPRETACIÓN:**

De los seleccionados para la encuesta, el 63.5% tiene más de 15 años de trabajo, el segundo dato significativo pertenece a la opinión de los encuestados que tienen más de 1 año de laborar para el gremio, pero menos de 5. Es muy reducido el porcentaje de los que tienen menos de un año.

## 2.5 PREGUNTA N°5: ¿Qué tipo de contratación posee?

**OBJETIVO:** Determinar el tipo de contratación que poseen los docentes encuestados.

Contratación	FA	Fr
Ley de Salario	69	74.2%
Contrato	14	15.1%
Interinato	10	10.7%
Totales	93	100.0%



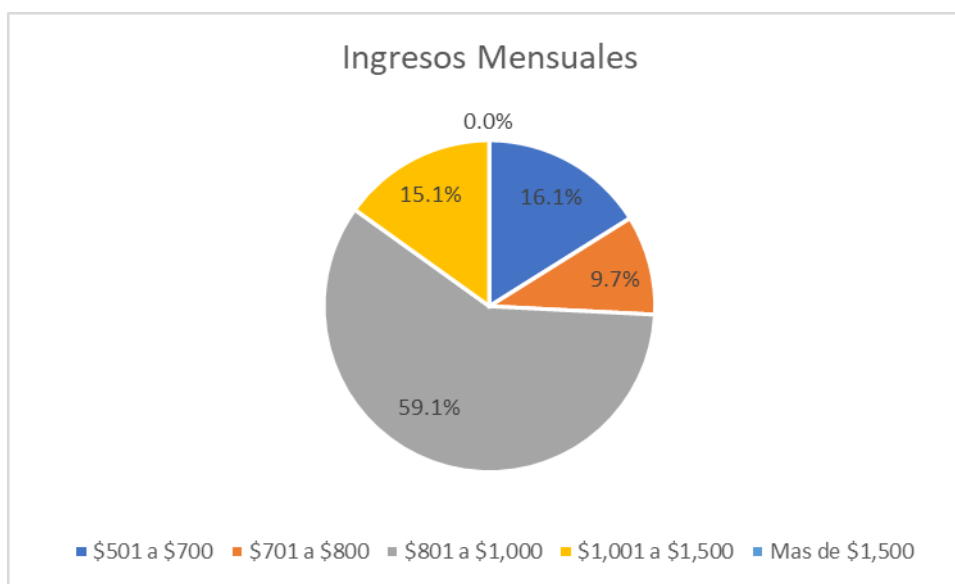
### **INTERPRETACIÓN:**

Más del 50% de los encuestados seleccionados, están contratados por ley de salarios, se tiene en segundo lugar, opiniones de docentes por contrato de salario, y en porcentaje menor a los interinos. La información es similar a la de los afiliados actuales, lo que puede ser significativo a la hora de establecer las estrategias a utilizar.

## 2.6 PREGUNTA N°6: ¿Cuál es su nivel de Ingreso Mensuales?

**OBJETIVO:** analizar el promedio de ingresos mensuales de los maestros.

Ingresos Mensuales	FA	Fr
\$501 a \$700	15	16.1%
\$701 a \$800	9	9.7%
\$801 a \$1,000	55	59.1%
\$1,001 a \$1,500	14	15.1%
Mas de \$1,500	0	0.0%
Totales	93	100.0%



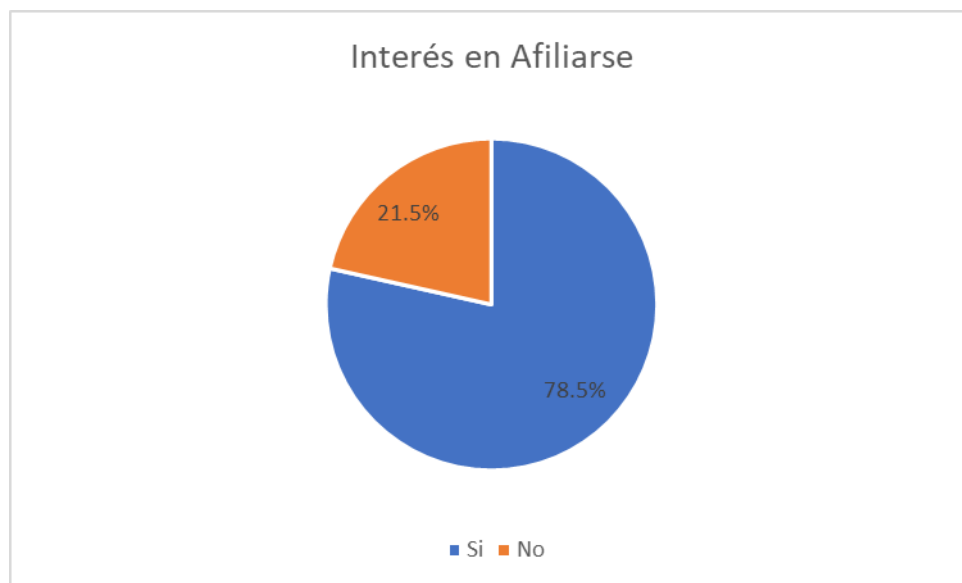
### **INTERPRETACIÓN:**

Los ingresos de los encuestados actuales, en su mayoría, están por arriba de los \$500.00 y menos de los \$800.00, sin embargo, podemos notar que un tercio de los encuestados tienen ingresos por arriba de los \$900.00, los cuales serían los encuestados que tienen más tiempo laborado.

## 2.7 PREGUNTA N°7: ¿Quisiera afiliarse a SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Demostrar el interés que los encuestados tienen de afiliarse a SIMEDUCO.

<b>Interés en Afiliarse</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Si	73	78.5%
No	20	21.5%
Totales	93	100.0%



### **INTERPRETACIÓN:**

De los 93 encuestados, más de la mitad expresó tener el deseo de afiliarse, siendo esto una oportunidad para SIMEDUCO. El 21.5% restante opinó que no desea ser parte del sindicato. por lo que refleja que se debe trabajar para cambiar la percepción del gremio.

**2.8 PREGUNTA N°8:** ¿Por qué razón no está dispuesto a afiliarse? (Seleccione una o más opciones, Si su respuesta anterior fue No, su formulario ha terminado).

**OBJETIVO:** Describir las causas por las cuales los docentes no están dispuestos afiliarse.

Razones	FA	Fr
No conozco el proceso	11	11.8%
Quisiera Asesoría antes de afiliarme	54	58.1%
No estoy interesado	10	10.7%
No tengo tiempo	5	5.4%
No comparto sus objetivos	4	4.3%
Poca confianza	9	9.7%
Totales	93	100.0%



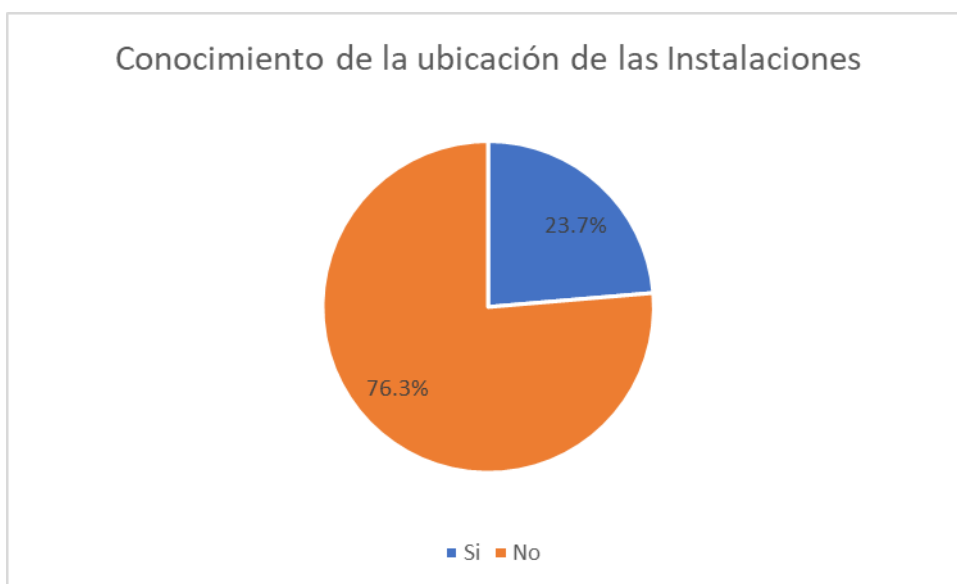
**INTERPRETACIÓN:**

A la mayoría de los encuestados les parece bien recibir una asesoría antes de ser afiliado, un porcentaje bastante significativo no está interesado, el resto, no conoce del proceso, no tiene tiempo para realizar dicho proceso o no les genera mucha confianza. Ese porcentaje sería el clave para la creación del plan.

**2.9 PREGUNTA N°9:** ¿Conoce usted donde están ubicadas las instalaciones de SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Probar si los docentes conocen donde están ubicadas las instalaciones de SIMEDUCO.

<b>Conocimiento de la ubicación de las Instalaciones</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
Si	22	23.7%
No	71	76.3%
Totales	93	100.0%



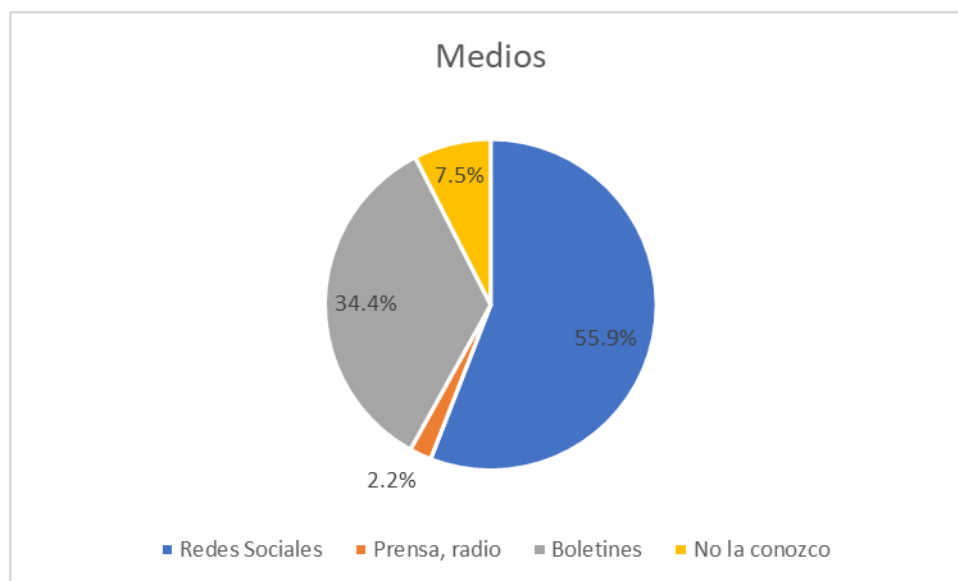
**INTERPRETACIÓN:**

La opinión de más de la mitad de los encuestados es que desconocen la ubicación las instalaciones de SIMEDUCO, únicamente un porcentaje menor al 40% conoce sus instalaciones, por lo que sería clave la promoción de la ubicación de SIMEDUCO.

**2.10 PREGUNTA N°10:** ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de los beneficios de SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Definir los medios preferidos de la población de estudio para enterarse de los beneficios del gremio.

<b>Medios</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Redes Sociales	52	55.9%
Prensa, radio	2	2.2%
Boletines	32	34.4%
No la conozco	7	7.5%
Totales	93	100.0%



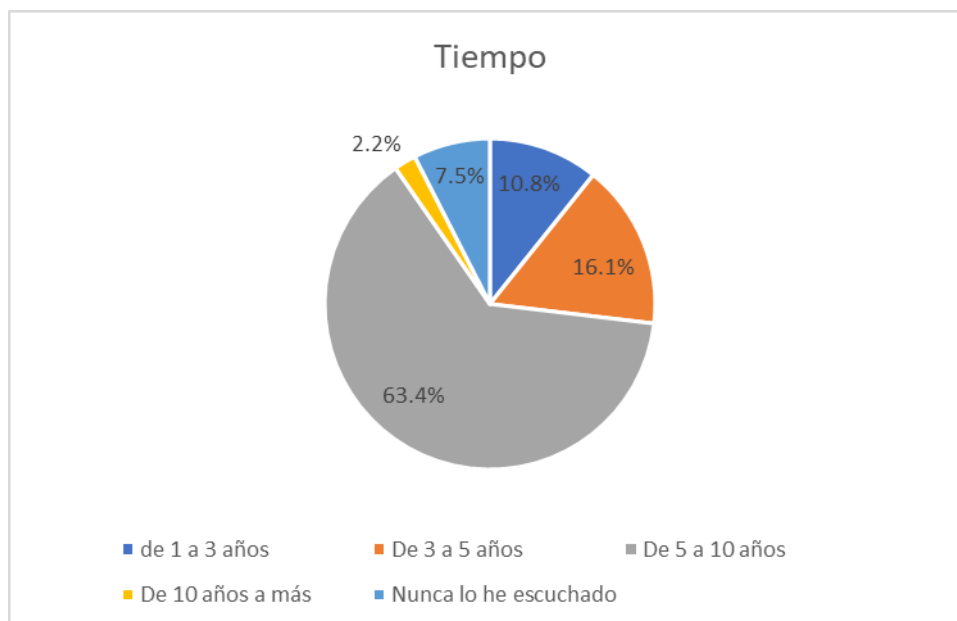
**INTERPRETACIÓN:**

Los encuestados conocen de SIMEDUCO a través de un amigo o por medio de las redes sociales, únicamente un 2.2% conocen por medio de prensa o la radio. Es una oportunidad el 7.5% que desconoce del sindicato y por el cual es importante crear el plan de mercadeo.

**2.11 PREGUNTA N°11:** ¿Cuánto tiempo tiene que escuchó y conoce de la existencia de SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Indicar el tiempo que tienen los docentes de conocer de SIMEDUCO.

Tiempo	FA	Fr
de 1 a 3 años	10	10.8%
De 3 a 5 años	15	16.1%
De 5 a 10 años	59	63.4%
De 10 años a más	2	2.2%
Nunca lo he escuchado	7	7.5%
Totales	93	100.0%



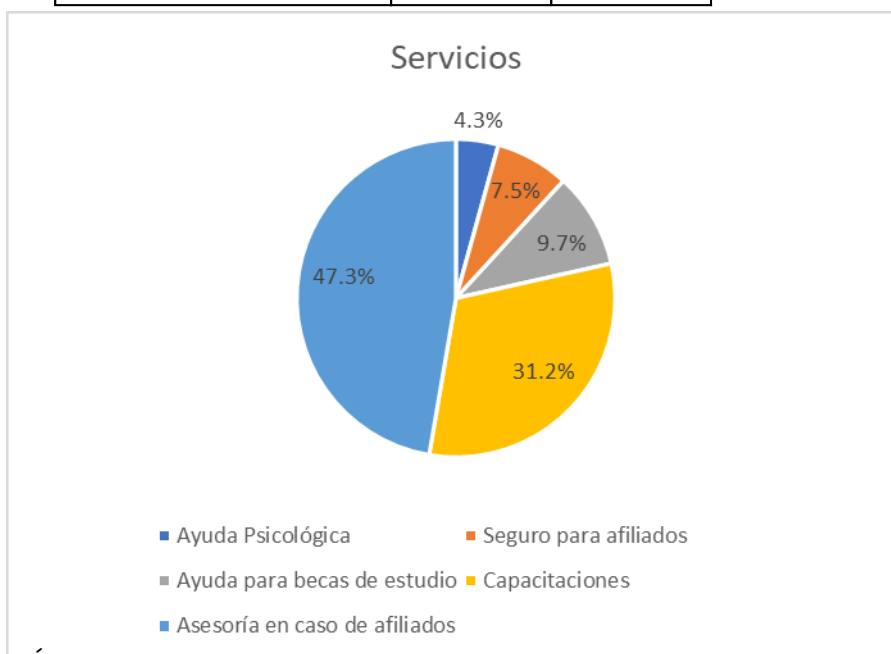
**INTERPRETACIÓN:**

De los seleccionados para esta encuesta, más del 80% tiene hasta 10 años de conocer del sindicato, pero no están afiliados. Es un porcentaje reducido, en comparación a los demás, el que nunca ha escuchado de SIMEDUCO.

**2.12 PREGUNTA N°12:** ¿Qué servicios le gustaría que ofreciera SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Describir los servicios que motivarían a los docentes afiliarse al sindicato.

<b>Servicios</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Ayuda Psicológica	4	4.3%
Seguro para afiliados	7	7.5%
Ayuda para becas de estudio	9	9.7%
Capacitaciones	29	31.2%
Asesoría en caso de afiliados	44	47.3%
Totales	93	100.0%



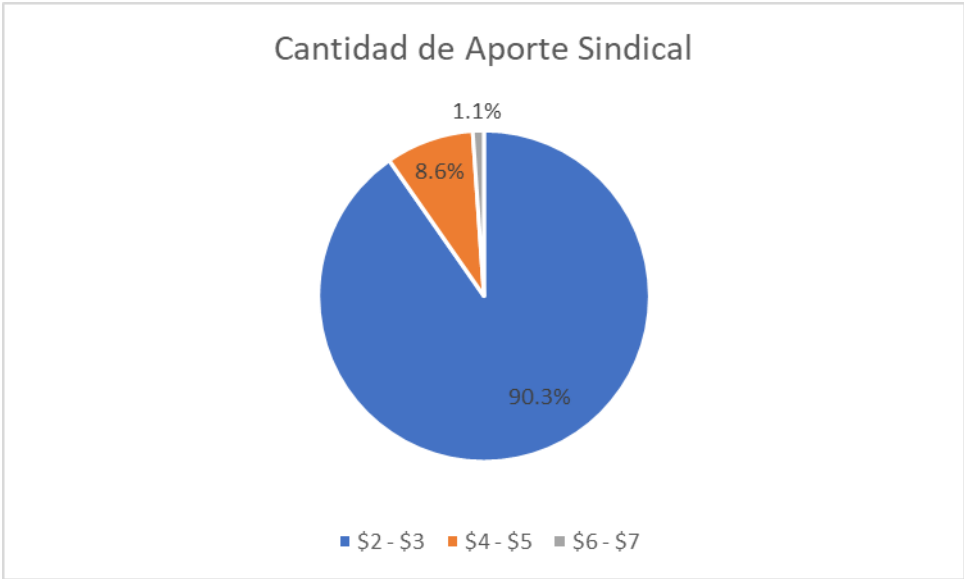
**INTERPRETACIÓN:**

Según la opinión de los encuestados, los incentivos que motivan para afiliarse a SIMEDUCO son en primer lugar, asesorías en sus casos, luego que se les apoye con capacitaciones, becas de estudio, seguros de vida y ayuda psicológica. Éstos serían los servicios a promocionar para los afiliados potenciales.

**2.13 PREGUNTA N°13:** ¿Cuál de las siguientes cantidades considera adecuada, como aportación mensual para los afiliados?

**OBJETIVO:** Establecer la cuota de aportación mensual que los afiliados potenciales estarían dispuestos a pagar.

<b>Cantidad de Aporte Sindical</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
\$2 - \$3	84	90.3%
\$4 - \$5	8	8.6%
\$6 - \$7	1	1.1%
Totales	93	100.0%



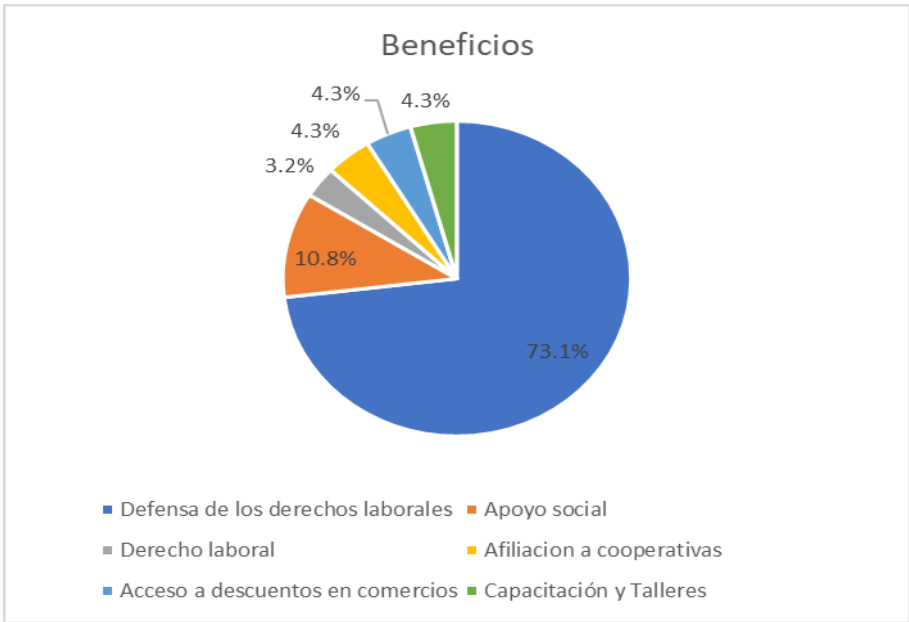
**INTERPRETACIÓN:**

Un 90.3% de los encuestados opinan que la cuota de aportación más atractiva se sitúa en un rango de \$2 a \$3 dólares mensuales, es un porcentaje reducido el que estarían de acuerdo con que se les descuenta entre \$4 a \$7.

**2.14 PREGUNTA N°14:** ¿Qué otros beneficios conocen que ofrecen los demás sindicatos? (Seleccione una o más opciones)

**OBJETIVO:** Verificar los beneficios que ofrecen otros sindicatos del mismo gremio.

<b>Beneficios</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
Defensa de los derechos laborales	68	73.1%
Apoyo social	10	10.8%
Derecho laboral	3	3.2%
Afiliacion a cooperativas	4	4.3%
Acceso a descuentos en comercios	4	4.3%
Capacitación y Talleres	4	4.3%
Totales	93	100.0%



**INTERPRETACIÓN:**

En su mayoría, los docentes encuestados indican que los demás sindicatos ofrecen ayuda en la defensa de los derechos laborales, el apoyo social, accesos a descuentos en comercios y capacitaciones. Lo cual podría ser clave para establecer nuevos beneficios.

**2.15 PREGUNTA N°15:** ¿Cómo considera la imagen de SIMEDUCO?

**OBJETIVO:** Mostrar la imagen actual que tiene SIMEDUCO en el gremio.

<b>Consideraciones</b>	<b>FA</b>	<b>Fr</b>
Excelente	1	1.1%
Bueno	57	61.3%
Regular	32	34.4%
Mala o Deficiente	3	3.2%
Totales	93	100.0%



**INTERPRETACIÓN:**

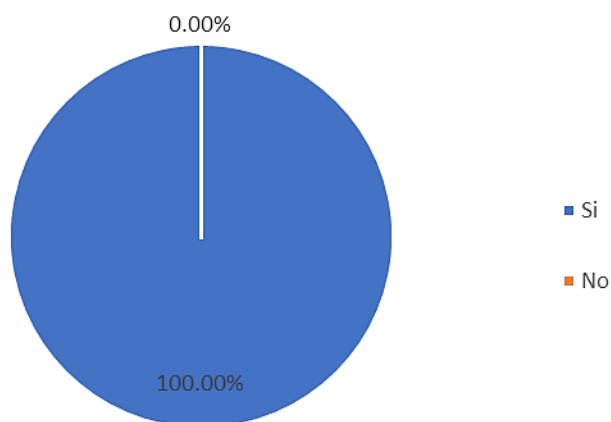
El 97.7% de los encuestados, es de la opinión que la imagen del sindicato es buena o regular, el porcentaje restante considera que la imagen que el sindicato proyecta es deficiente o mala y un 1.1% opina que es excelente. lo que demuestra que SIMEDUCO debe de mejorar a la brevedad la imagen en el gremio.

**2.16 PREGUNTA N°16:** ¿Considera que puede mejorar SIMEDUCO en su desempeño?

**OBJETIVO:** Comprender los aspectos en los cuales los docentes esperan que el sindicato mejore.

<b>Mejoramiento en el Desempeño</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
Si	93	100.0%
No	0	0.0%
Totales	93	100.0%

SIMEDUCO puede mejorar su desempeño



**INTERPRETACIÓN:**

La opinión del 100% de los encuestados es que SIMEDUCO puede mejorar en el desempeño.

### **Anexo 3. Resumen de Guía de Preguntas dirigida al secretario general.**

#### **Entrevista**

##### **Cuéntenos un poco ¿Cómo nació SIMEDUCO?**

Nació del programa Educo programa de educación para las comunidades, su función era en la zona rural y urbana del país, a raíz de las injusticias y diferencias de los docentes de ley de salario y los docentes de educo que estaban por régimen de contrato y no se les pagaba igual a lo que tenían plaza fija, no tenían estabilidad laboral contaban con un organismo de administración creado por padres de familia vertical CDE-consejos directivos escolares ley de salario organismo por todos los sectores de padres de familia, estudiantes y maestros ASES-EDUCÓ asociación comunal para la educación, solo por padres de familia nació en el 2007 ,educó cumplió 15 años apoyados por bases magisteriales se empezaron a organizar el 1 de diciembre de 2009 fueron constituidos legalmente con personería jurídica.

##### **¿Cuáles son los principales éxitos que han obtenido como Sindicato?**

El primer logro fue pasar a más de 8,472 maestros que estaban por régimen de contrato pasarlos a régimen de ley de salario.

En el 2014 desaparecer las ASE que es conformado por padres de familia a CDE que es un organismo más democrático defensa de los derechos sociales, culturales y económicos de los maestros

##### **¿Cuáles son las principales problemáticas relacionadas con el crecimiento del sindicato?**

- Persecución política, enfrentarse con el gobierno no les da tiempo para buscar afiliados, solo les ha tocado estar resolviendo casos

- Resolver casos de los Maestros, interinos etc.
- Pandemia, vino a estancar los procesos.
- Tiempo, falta de recursos.

**¿Considera que el sindicato está creciendo? En qué medida y ¿por qué?**

se ha visto poco el crecimiento, se han mantenido 10 afiliados por mes mínimo, 30 afiliados máximo al mes

**Según su opinión ¿A qué se debe que SIMEDUCO no sea la organización que incluye a la mayoría de los maestros y maestras del gremio?**

De 17 organizaciones tercera fuerza a nivel magisterial, lo comprobaron en las elecciones del ISBM, tercer gremio mayor votado primera fuerza a nivel sindical, hay más sindicatos.

**¿Considera que el aporte mensual es acorde a las posibilidades económicas de los maestros?**

es lo idóneo, el 95% de los maestros están endeudados cobran \$3.00 por hacer trabajo de campo.

**¿Qué aspecto considera que motiva a ser afiliado a SIMEDUCO?**

El sindicato no pertenece a un partido político. Los maestros pueden ser de cualquier partido político y afiliarse la defensa de los derechos de los maestros sin importar el partido político que esté gobernando.

**¿Que beneficios positivos considera que los afiliados valoran del sindicato?**

luchan por los aumentos salariales que es por ley, pero el gobierno no quiere dar ese aumento en el 2016 fue el último aumento buscan mejorar las prestaciones del escalafón

**¿Cuales son los servicios que le gustaría mejorar de SIMEDUCO?**

Servicio de defensa jurídica, el abogado actual solamente es asesor necesitamos un defensor de oficio, no contamos con un

abogado de tiempo completo contratamos abogado por caso por falta de recursos.

**¿Cuenta la institución con un programa de fidelización que implemente con sus afiliados?**

No cuenta con programas de fidelización ni seguro para maestros.

**Según su opinión ¿Considera que las instalaciones de SIMEDUCO, están accesibles a las maestras y maestros? o es necesario cambiarse de localización?**

Sí es accesible, la zona es bastante tranquila

**¿Que medios de comunicación utiliza SIMEDUCO, para informar de sus actividades a sus afiliados?**

redes sociales, Whatsapp, facebook live, twitter, instagram y pagina web, se paga publicidad.

**¿Con que medios cuenta SIMEDUCO para promover sus beneficios a los docentes y atraerlos para afiliarse?**

Redes sociales, la voz de SIMEDUCO a través de las redes sociales.

## Anexo 4. Diseño de Instrumentos

### a. Cuestionario para Maestros Afiliados



## CUESTIONARIO DIRIGIDO A MAESTRAS Y MAESTROS AFILIADOS A SIMEDUCO

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



Buen día:

Por este medio las estudiantes egresadas de Licenciatura en Administración de Empresas, solicitamos el apoyo de su parte, para que proporcionen información pertinente con el fin de desarrollar un estudio de Mercado para la formulación de un Plan Promocional para SIMEDUCO, con el fin de proporcionar una herramienta técnica administrativa que se espera contribuya al desarrollo de sus actividades cotidianas.

No se omite el manifestar que su información es importante, que contribuirá para el desarrollo de la investigación y además será de uso confidencial y académico exclusivamente.

¡De ante mano por su colaboración gracias!

INDICACIONES: Marque con una "x" la respuesta que considere conveniente.

Objetivo: Identificar los rangos de edades y nivel de participación de cada genero de los afiliados a SIMEDUCO.

### I. GENERALES

1. Edad

- 20 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a 60 años
- 60 a más

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2. Género M

F

Objetivo: Identificar el estado familiar de los afiliados a SIMEDUCO.

3. Estado Familiar

Soltero/a  
Casado/a  
Divorciado/a  
Acompañado/a  
Viudo/a  
Separado/a


Objetivo: Establecer los rangos de tiempo laborado por los afiliados a SIMEDUCO.

4. Tiempo de estar laborando en el gremio de educación

Menos de 1 año  
De 1 a 5 años  
De 6 a 10 años  
De 11 a 15 años  
Más de 15 años


Objetivo: Identificar dentro del sector de educación en que tipo de contratación se desempeña el personal docente.

5. Que tipo de contratación posee:

Contrato  
Ley de Salario  
Interinato


Objetivo: Determinar los niveles de ingresos mensuales de los docentes.

6. Nivel de Ingreso Mensuales

De \$501.00 a \$700.00  
De \$701.00 a \$800.00  
De \$801.00 a \$1,000.00  
De \$1,000.00 a \$1,500.00  
Mas de \$1,500.00


II. ESPECÍFICOS

Objetivo: Investigar el nivel de aprobación de los afiliados en cuanto a la ubicación de las instalaciones de SIMEDUCO.

7. ¿Qué le parece la ubicación actual de las instalaciones de SIMEDUCO?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo o deficiente

Objetivo: Investigar si los afiliados están de acuerdo con el valor monetario de la aportación que se entrega mensualmente.

8. ¿Esta conforme actualmente con su aporte sindical?

SI  NO

Si su respuesta es No, favor pasar a la pregunta 9.

Objetivo: Constatar si los afiliados están de acuerdo con el valor monetario de la aportación que se entrega mensualmente.

9. ¿Cuál de las siguientes cantidades considera adecuada, como aportación mensual?

- \$2.00-\$3.00
- \$4.00-\$5.00
- \$6.00-\$7.00

Objetivo: Identificar los medios de difusión por los cuales afiliados conocieron a SIMEDUCO

10. ¿A través de qué medio conoció acerca de SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

Radio	
Prensa	
Un amigo	
Redes Sociales	
Televisión	
Campañas en escuelas	

Objetivo: Definir el tiempo que tienen los afiliados de pertenecer a SIMEDUCO.

11. ¿Cuánto tiempo tiene de pertenecer como afiliado a SIMEDUCO?

- |                |                          |
|----------------|--------------------------|
| De 1 a 3 años  | <input type="checkbox"/> |
| De 3 a 5 años  | <input type="checkbox"/> |
| De 5 a 10 años | <input type="checkbox"/> |
| De 10 a más    | <input type="checkbox"/> |

Objetivo: Determinar los principales factores que incentivaron a los afiliados a ingresar al sindicato.

12. ¿Qué le motivo a ser afiliado? (Seleccione una o más opciones)

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Motivación Propia        | <input type="checkbox"/> |
| Incentivos Promocionales | <input type="checkbox"/> |
| Asesoría Legal           | <input type="checkbox"/> |
| Derecho laboral          | <input type="checkbox"/> |

Objetivo: Investigar los principales servicios de los cuales hacen uso los afiliados.

13. ¿Qué servicios de los que ofrece SIMEDUCO utiliza más? (Seleccione una o más opciones)

- |                 |                          |
|-----------------|--------------------------|
| Asesoría legal  | <input type="checkbox"/> |
| Capacitación    | <input type="checkbox"/> |
| Eventos         | <input type="checkbox"/> |
| Derecho laboral | <input type="checkbox"/> |

Objetivo: Definir las fuentes de comunicación más efectivas que utiliza SIMEDUCO para dar a conocer sus eventos.

14. ¿Por qué medios de comunicación se entera de los diferentes eventos que realiza SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

Redes sociales	
Prensa Escrita	
Radio o T.V	
Compañeros de Trabajo	

Objetivo: Determinar el nivel de aprobación de los servicios brindados por el sindicato.

15. En relación con el servicio al afiliado ¿Cómo mide los siguientes aspectos?

<b>N</b>	<b>Indicador</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo o deficiente</b>
1	Presentación del Personal				
2	Agilidad de proceso				
3	Capacidad de resolver problemas				
4	Amabilidad				
5	Atención				
6	Tiempo de Respuesta				
7	Accesibilidad a consultas				
8	Horarios accesibles				
9	Parqueo				
10	Comunicación				
11	asesorías				
12	capacitaciones				

Objetivo: Investigar el nivel de aprobación que tiene SIMEDUCO ante el gremio docente en general.

16. ¿Como cree que el gremio docente calificaría a SIMEDUCO?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo o deficiente	<input type="checkbox"/>

Objetivo: Indagar los aspectos en los que el sindicato puede mejorar.

17. ¿Considera que puede mejorar SIMEDUCO en su desempeño?

SI  NO

Si su respuesta es afirmativa, continuar con la siguiente pregunta.

18. ¿Qué recomendaciones daría para mejorar? (Seleccione una o más opciones)

Mejor organización

Mayor presencia de los representantes a los Centros Escolares

Mayor promoción de sus beneficios

Mejor calidad de la atención

Mayor rapidez de los procesos

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

#### b. Cuestionario para Maestros a afiliarse

### Cuestionario dirigido a maestras y maestros del sector público del Municipio de San Salvador



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



Buen día:

Por este medio las estudiantes egresadas de Licenciatura en Administración de Empresas, les solicitamos el apoyo de su parte, para que proporcionen información pertinente con el fin de desarrollar un estudio de Mercado para la formulación de un Plan Promocional para SIMEDUCO, con el fin de proporcionar una herramienta técnica administrativa que se espera contribuya al desarrollo de sus actividades cotidianas.

No se omite el manifestar que su información es importante, que contribuirá para el desarrollo de la investigación y además será de uso confidencial y académico exclusivamente.

¡De ante mano por su colaboración gracias!

Indicaciones: Marque con una "x" la respuesta que considere conveniente.

Objetivo: Identificar las edades de los maestros del sector público, así como la participación de género de los miembros.

I. Generales.

2. Edad

- 18 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a 60 años
- 61 a más

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2. Género

M

F

Objetivo: Determinar el estado familiar de las maestras y maestros del área metropolitana del municipio de San Salvador.

3. Estado Familiar

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Acompañado/a
- Viudo/a
- Separado/a

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Establecer la antigüedad laboral que tienen los maestras y maestros.

4. ¿Cuánto tiempo tiene de laborar como maestro para el Ministerio de Educación?

- Menos de 1 año
- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- Más de 15 años

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Identificar dentro del sector de educación en que tipo de contratación se desempeña el personal docente.

5. Qué tipo de contratación posee:

Contrato  
Ley de Salario  
Interinato

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Analizar el promedio de ingresos mensuales de los maestros y maestras.

6. ¿Cuál es su nivel de Ingreso Mensuales?

De \$501.00 a \$700.00  
De \$701.00 a \$800.00  
De \$801.00 a \$1,000.00  
De \$1,000.00 a \$1,500.00  
Más de \$1,500.00

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

## II. ESPECÍFICOS

Objetivo: Determinar la intención de los maestros en relación a la afiliación.

7. ¿Quisiera afiliarse a SIMEDUCO?

SI  NO

Responde No, favor pasar hasta la pregunta número 8.

Objetivo: Considerar los motivos por lo cual los maestros y maestras no quieren pertenecer a SIMEDUCO.

8. ¿Por qué razón no está dispuesto a afiliarse? (Seleccione una o más opciones)

No conozco el proceso  
No tengo tiempo  
Quisiera asesoría antes de ser afiliado  
No comparto sus objetivos  
No estoy interesado/a  
Poca Confianza

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Identificar si los docentes conocen donde están ubicadas las instalaciones de SIMEDUCO.

9. ¿Conoce usted donde están ubicadas las instalaciones de SIMEDUCO?

SI NO

Objetivo: Analizar los medios preferidos de la población en estudio para enterarse de los beneficios del gremio.

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de los beneficios de SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Prensa, Radio	<input type="checkbox"/>
Boletines	<input type="checkbox"/>
No lo conozco	<input type="checkbox"/>

Objetivo: Determinar el tiempo que tienen los maestros y maestras de Haber escuchado de SIMEDUCO.

11. ¿Cuánto tiempo tiene que escuchó y conoce de la existencia de SIMEDUCO?

De 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>
De 3 a 5 años	<input type="checkbox"/>
De 5 a 10 años	<input type="checkbox"/>
De 10 a más	<input type="checkbox"/>
No lo ha escuchado	<input type="checkbox"/>

Objetivo: Definir algunos incentivos que motivarían a los maestros para afiliarse.

12. ¿Qué servicios le gustaría que ofreciera SIMEDUCO? (Seleccione una o más opciones)

Ayuda Psicológica	<input type="checkbox"/>
Seguros para afiliados	<input type="checkbox"/>
Ayuda para becas de estudio al gremio	<input type="checkbox"/>
Capacitaciones	<input type="checkbox"/>
Asesorías en caso de afiliados	<input type="checkbox"/>

Objetivo: Constatar si los maestros están de acuerdo con el valor monetario de la aportación que se entrega mensualmente.

13. ¿Cuál de las siguientes cantidades considera adecuada, como aportación mensual para los afiliados?

\$2.00-\$3.00

\$4.00-\$5.00

\$6.00-\$7.00

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Verificar los beneficios que ofrecen otros gremios sindicales.

14. ¿Qué otros beneficios conocen que ofrecen los demás sindicatos?  
(Seleccione una o más opciones)

Defensa de derechos laborales

Apoyo Social

Derecho Laboral

afiliación a Cooperativas

Acceso a descuentos en comercios

Capacitaciones y talleres

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Analizar la imagen actual que tiene SIMEDUCO en la mente del gremio.

15. ¿Cómo considera la imagen de SIMEDUCO?

Excelente

Bueno

Regular

Mala o deficiente

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Objetivo: Comprender los aspectos en los cuales los docentes esperan que el sindicato mejore su desempeño.

16. ¿Considera que puede mejorar SIMEDUCO en su desempeño?

SI  NO

### c. Guía de Entrevista



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



## **ENTREVISTA DIRIGIDA AL SECRETARIO GENERAL Y DE ORGANIZACIÓN Y ESTADÍSTICA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE SIMEDUCO.**

Buen día:

Por este medio las estudiantes egresadas de Licenciatura en Administración de Empresas, les solicitamos el apoyo de su parte, para que proporcionen información pertinente con el fin de desarrollar un estudio de Mercado para la formulación de un Plan Promocional para SIMEDUCO, con el fin de proporcionar una herramienta técnica administrativa que se espera contribuya al desarrollo de sus actividades cotidianas.

No se omite el manifestar que su información es importante, que contribuirá para el desarrollo de la investigación y además será de uso confidencial y académico exclusivamente.

¡De ante mano por su colaboración gracias!

- Objetivo: Identificar los orígenes de SIMEDUCO

1. ¿Cómo nació SIMEDUCO?

---

---

---

---

- Objetivo: Estudiar los principales éxitos que la institución ha logrado con el paso del tiempo.

2. ¿Cuáles son los principales éxitos que han obtenido como Sindicato?

---

---

---

---

- Objetivo: Establecer los principales problemas que tiene la organización.

3. ¿Cuáles son las principales problemáticas relacionadas con el crecimiento del sindicato?

---

---

---

---

- Objetivo: Definir la perspectiva que tiene el afiliado en relación al crecimiento del sindicato.

4. ¿Considera que el sindicato está creciendo? En qué medida y ¿por qué?

---

---

---

- Objetivo: Comprender la perspectiva que tiene el directivo sobre el crecimiento actual del sindicato.

5. Según su opinión ¿A qué se debe que SIMEDUCO no sea la organización que incluye a la mayoría de maestros y maestras del gremio?

---

---

---

- Objetivo: Estudiar si el aporte que se percibe es el adecuado para las gestiones del sindicato.

6. ¿Considera que el aporte mensual es acorde a las posibilidades económicas de los maestros?

---

---

---

- Objetivo: Establecer los principales motivadores que influyen en el crecimiento y afiliación al sindicato.

7. ¿Qué aspecto considera que motiva a ser afiliado a SIMEDUCO?

---

---

---

- Objetivo: Comprender la imagen que tiene el afiliado acerca del sindicato.

8. ¿Que beneficios positivos considera que los afiliados valoran del sindicato?

---

---

---

- Objetivo: Identificar los aspectos de mejora que considera necesarios para crecer como sindicato.

9. ¿Cuales son los servicios que le gustaría mejorar de SIMEDUCO?

---

---

---

---

- Objetivo: Investigar si la institución lleva a cabo programas de fidelización con sus afiliados.

10. ¿Cuenta la institución con un programa de fidelización que implemente con sus afiliados?:

---

---

---

---

Objetivo: Identificar si la ubicación de las instalaciones de SIMEDUCO, es accesible para las maestras y maestros.

11. Según su opinión ¿Considera que las instalaciones de SIMEDUCO, están accesibles a las maestras y maestros? o es necesario cambiarse de localización?

---

---

---

---

---

Objetivo: Identificar porque medio de comunicación SIMEDUCO, se da a conocer a sus afiliados.

12. ¿Que medios de comunicación utiliza SIMEDUCO, para informar de sus actividades a sus afiliados?

---

---

---

---

Objetivo: Indagar si la institución cuenta con medios de comunicación para promover los beneficios que ofrecen.

13. ¿Con que medios cuenta SIMEDUCO para promover sus beneficios a los docentes y atraerlos para afiliarse?

---

---

---

---

## Anexo 5 Cotización de tarjetas de membresía



NOMBRE DEL CLIENTE: SIMEDUCO      FECHA: 27/09/2023

CANTIDAD	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	VALORES
1,500	TARJETAS DE MEMBRESIA	\$0.05	\$75.00
		SUB/TOTAL	\$75.00
		13% IVA	\$9.75
		<b>TOTAL</b>	<b>\$84.75</b>

TIEMPO DE ENTREGA: 27 DE NOVIEMBRE 2023

A ESPERA DE UNA RESOLUCIÓN FAVORABLE.

**DENIS VILLACORTA**

**EJECUTIVO DE VENTAS**

**Anexo 6 Cotización de capacitaciones en modalidad en línea, impartidas por Grupo Adysa.**



ESPECIALISTAS EN CAPACITACIÓN Y DESARROLLO.

MODALIDAD	NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	FECHA	HORARIO	FECHA LIMITE GRUPO ADYSA	VALOR INVERSIÓN
EN LINEA ZOOM	INTELIGENCIA EMOCIONAL	19 Y 20 DE OCTUBRE	DE 8:00AM A 12:00 MD	12 DE OCTUBRE	\$200.00
EN LINEA ZOOM	TÉCNICAS DE ATENCIÓN BÁSICA AL CLIENTE	26 Y 27 DE OCTUBRE	DE 8:00AM A 12:00 MD	12 DE OCTUBRE	\$150.00

***Atentamente***

--

***Yamileth Rodríguez***

***Mercadeo & Ventas***

**Cel: 7328-5175**



**Experiencia y efectividad en servicios de desarrollo empresarial.**

**Email: [mercadeo@grupoadysa.net](mailto:mercadeo@grupoadysa.net)**

**Dirección: Residencial Escalón Norte, Calle Suiza N° 1 B, S.S**

## Anexo 7 Alianza con clínica oftalmológica.



---

EXCELVISION, es una empresa con sensibilidad social, creada con el objetivo de ser un centro de salud visual innovador a través de tecnología, la cual facilite el cuidado del sentido de la vista de nuestra población. Al trabajar con laboratorios de primera, con tecnología digital (HD) e importar todos nuestros productos, podemos ofrecer la mejor calidad a precios competitivos.

Para garantizarle nuestro nivel profesional hemos seleccionado minuciosamente a nuestro personal de optometría, además contamos con el servicio y supervisión de un médico oftalmólogo. (Dr. Fabián Martínez Carrera)

EXCELVISION es un establecimiento autorizado por el consejo superior de salud pública por lo cual estamos autorizados para poder brindar nuestros servicios.

Todos los servicios y productos expuestos anteriormente los ponemos a sus órdenes y para todo su personal y asociados, **siendo extensivo a familiares**. Ofreciendo la garantía al 100% en cada trabajo con materiales de primera calidad hasta la completa satisfacción del paciente.

Por medio de un **convenio o alianza** entre su empresa y EXCELVISION se establecen mecanismos para facilitar el acceso de los empleados a los servicios de salud visual de forma profesional y conveniente.

### BENEFICIOS

- Atención personalizada
- Consulta Oftalmológica con 50% de descuento en su primera consulta (\$15.00)
- Consulta Optométrica incluida en la compra de sus lentes
- Filtro de Luz Azul (Essential Blue Series) sin costo adicional en todos nuestros lentes progresivos
- Procesamiento de lentes en laboratorios autorizados por ESSILOR Y ZEISS
- Clínica avalada con certificación ESSILOR EXPERTS
- Certificados de Autenticidad en todos nuestros productos
- Tratamientos Transitions 8ª. Generación con certificación
- Aros o armazones auténticas de las mejores marcas
- Ajustes y mantenimiento en lentes obtenidos sin costo adicional
- Garantía en aros por defectos de fabricación.
- Servicio a domicilio empresarial (con requerimiento previo)
- Disponibilidad de crédito mediante descuentos de planilla de 1 a 5 meses
- Beneficios extensivos para familiares
- Promoción para asociados desde 20% hasta un 35% de descuento en nuestras promociones mensuales
- Descuento para asociados de un 15% de descuento en cristalería durante el año (no aplica en otras promociones)

---

**DIAGONAL DR. ARTURO ROMERO # 324 - COL. MEDICA - SAN SALVADOR**  
**PBX: (503) 2235-4051**



---

## REFERENCIAS EMPRESARIALES

- Aldeas infantiles S.O.S
- ACOPUS DE R.L
- ACEPROG DE R.L
- TECH AMERICAS
- R.A Solutions
- MONOLIT
- COEX
- CEL
- CAESS
- FGR (fiscalía general de la Republica)
- Scotia Seguros
- Seguros del Pacifico
- Ministerio de Gobernación
- Secretaria de Estado
- Correos de El Salvador
- Protección Civil
- Bomberos de El Salvador
- Imprenta Nacional
- ISDEM
- Alcaldía Municipal de Antiguo Cuscatlán
- Alcaldía Municipal de San Marcos
- Universidad Pedagógica.
- Alcaldía de tonacatepeque
- Alcaldía de Apopa
- Alcaldía Rosario de Mora
- Alcaldía de Antiguo Cuscatlán
- Alcaldía de Cuscatancingo
- Hospital Zacamil
- Agencia de seguridad Triple S
- Procuraduría General de la Republica
- Corte Suprema de Justicia

---

**DIAGONAL DR. ARTURO ROMERO # 324 - COL. MEDICA - SAN SALVADOR**  
**PBX: (503) 2235-4051**

## Anexo 8 Alianza con Escuela de Manejo.



San Salvador, 23 de septiembre de 2023

Señores

SIMEDUCO

Reciban un cordial Saludo y los mejores deseos de nuestra empresa: ATLANTIC SEGURIDAD, S.A de C.V que opera con el nombre comercial Empresa Examinadora y Escuela de Manejo TE y M, autorizada por el Viceministerio de Transporte (VMT), la cual brinda enseñanza practica y asesoría para la obtención de la licencia de conducir, esto a través de cursos de manejo focalizados a la necesidad de nuestros futuros aspirantes de manejo, siendo esto la finalidad de aprender a conducir de manera eficiente y efectiva.

Por tal motivo, nosotros como empresa estamos interesados en invitarles a formar parte de la familia TE Y M y así gozar de los descuentos especiales que la empresa ofrece.

Contamos con instructores altamente capacitados y autorizados por el Viceministerio de transporte, con los cuales les aseguramos su aprendizaje y el buen desempeño a los nuevos futuros conductores. Las clases las impartimos en zonas autorizadas por el VMT, para mayor seguridad de los alumnos.

Oficinas debidamente sanitizadas , con toma de temperatura, aplicación de alcohol gel y vehículos con protocolo de bio seguridad .

**Casa matriz:** San Salvador, Urbanización

Siglo XXI, entre Sertracen y Price smart, ex-Plaza Mariachi, local 1, 2, 3 y 3-A.

Telefono :2260-6000

Contamos con sucursal en:

- Soyapango, 4ta. Avenida Norte, Plaza Mayelo, Local #2, 1ª Planta, barrio el centro.

**Tel:2277-2000**

---

TEyM Escuela de Manejo y Examinadora, división de Atlantic Seguridad, S.A. de C.V.

Tel.: CENTRAL:SOYAPANGO:SANTA ANA: ROOSEVELT

e-mail: teymcentral@yahoo.com



ATLANTIC SEGURIDAD, S.A. DE C.V.

DETALLE DE NUESTROS SERVICIOS DE MANEJO PARA EL SINDICATO SIMEDUCO

SERVICIO	COSTO	PRECIO CON DESCUENTO ESPECIAL
<b>CURSO PRINCIPIANTE</b> *15 Clases prácticas (sedan o Pick up) *10 Clases Teóricas * Pre exámenes Teóricos * 1 Clase de mecánica Básica * Examen Visual *Examen Teórico *Examen Practico *Uso de vehículo para su examen practico * Manual de estudio para examen teórico	\$175	<b>\$140</b>
<b>CURSO INTERMEDIO</b> *10 Clases prácticas (Sedan o Pick up) *8 Clases Teóricas * Pre exámenes Teóricos * 1 Clase de mecánica Básica * Examen Visual *Examen Teórico *Examen Practico *Uso de vehículo para su examen practico * Manual de estudio para examen teórico	\$125	<b>\$115</b>

TEyM Escuela de Manejo y Examinadora, división de Atlantic Seguridad, S.A. de C.V.  
 Tel.: CENTRAL:SOYAPANGO:SANTA ANA: ROOSEVELT  
 e-mail: tevmcentral@yahoo.com



ATLANTIC SEGURIDAD, S.A. DE C.V.

DETALLE DE NUESTROS SERVICIOS DE MANEJO PARA EL SINDICATO SIMEDUCO

<p>*Contamos con el servicio de <b>examinadora para todo tipo de licencia</b></p> <p>*Juvenil 15 a 17 años (vehículo y Moto)</p> <p>*Liviana y Moto</p> <p>*Pesada y Pesada T</p> <p><b>Entre otros beneficios</b></p> <p>*Planes de pago</p> <p>*Servicio Domicilio</p>	<p><b>Flota de Vehículos</b></p> <p>*Carro sedan Estándar</p> <p>*Carro Sedan Automático</p> <p>*Pick Up Estándar</p> <p>*Camión (Licencia pesada)</p>
--	--

Agradeciendo la atención prestada y esperando nos pueda dar la oportunidad de poder servirles muy pronto, le anexo el cuadro de nuestros servicios ya con descuento especial.

Muy cordialmente.

F. 

Juan Adán Cárcamo  
Gerente Escuela de Manejo  
Tel. Oficina 2260 -6000  
Numero Móvil 7340-8907  
e-mail. [teymcentral@yahoo.com](mailto:teymcentral@yahoo.com)

FB. [escuelademanejoyexaminadorateym-atlantic seguridad](https://www.facebook.com/escuelademanejoyexaminadorateym-atlanticseguridad)

F. Recibido \_\_\_\_\_



## Anexo 9 Alianza con Clínica Dental



Nos especializamos en darte el mejor servicio para que tengas una excelente higiene bucal

### Beneficios:

- Aplican descuentos en servicios y productos
- Promociones en Limpieza dental
- Descuento del 15% en Limpieza dental con Ultrasonido
- Diagnóstico Dental gratuito
- 10% de descuento al adquirir Kit de higiene dental.

Plaza Orleans primer nivel local #21, San Salvador, El Salvador, 503

PBX: 24459220

## Anexo 10 Cotización de Hoja Informativa



NOMBRE DEL CLIENTE: SIMEDUCO      FECHA: 27/09/2023

CANTIDAD	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	VALORES
1,500	IMPRESIÓN DE HOJA INFORMATIVA SIMEDUCO	\$0.14	\$210.00
		SUB/TOTAL	\$210.00
		13% IVA	\$27.30
		<b>TOTAL</b>	<b>\$237.30</b>

TIEMPO DE ENTREGA: 27 DE NOVIEMBRE 2023

A ESPERA DE UNA RESOLUCIÓN FAVORABLE.

**DENIS VILLACORTA**

**EJECUTIVO DE VENTAS**