

# HOMADSOL

Proyecto De Inversión Para  
La Creación Del Centro De  
Capacitación Y Albergue  
Para Madres Adolescentes Y  
Sus Hijos

# Situación Social Actual

## Análisis Macro

- ✦ Pobreza.
- ✦ Problemas Sociales.
- ✦ Delincuencia.
- ✦ Migración.

## Análisis Micro

- ✦ Índice Delincuencial.

# Situación de las Madres Adolescentes





# Características

## Datos Demográficos

- ✦ Población de adolescentes ( 10–19) : 1 ^ 285.212 mujeres.
- ✦ Nacimiento por 1000 mujeres de 15–19 años = 91 , área urbana =79 ; área rural = 112.
- ✦ Mortalidad infantil de madres de 15 a 19 años de edad : 32 por mil nacidos.

## Pobreza

- ✦ El 56% de los/as adolescentes son pobres.

# Salud Sexual y Reproductiva

- ✦ Edad primera relación sexual mujeres de 15–17 años 6%.
- ✦ El 25% de mujeres de 15 a 19 años reportó actividad sexual.
- ✦ Sólo el 50% de mujeres ( 15–24) han recibido alguna charla sobre educación sexual.
- ✦ El 29% de las mujeres de 15–14 no sabía que era la menstruación al momento de la menarquia.
- ✦ El 20% alguna vez estuvo embarazada.
- ✦ El 12% de los embarazos de adolescentes de 10 a 19 años no tuvo ningún control prenatal.
- ✦ El 8% de los partos de adolescentes no tuvieron asistencia profesional ni de comadrona.



# Educación

- ✦ El 28% de los/as adolescentes de 12 a 17 años no está en el sistema escolar .
- ✦ El 53% de adolescentes mujeres no se matricula por el costo que implica.
- ✦ La no matrícula por razones de trabajo es del 12% en mujeres.
- ✦ El 10% no se matricula porque deben realizar labores domésticas.
- ✦ El 15% no se matricula porque no les interesa.

# Violencia

- ✦ 32% de adolescentes mujeres ( 15 -19 años ) alguna vez vió o escuchó a sus padres maltratarse.
- ✦ 25% de adolescentes mujeres ( 15 -19 años ) ha recibido alguna agresión ; al 21 % han golpeado.

# Análisis Estratégico Del Centro

## Misión

Mejorar la calidad de vida de las adolescentes y sus hijos, informando, educando, orientando y brindando los servicios necesarios al que no los posee.

## Visión

Colaborar a la disminución de los comportamientos de riesgo en el grupo de madres adolescentes.

# Objetivos

Brindar un hogar en el que puedan desenvolverse y darles la oportunidad de que continúen sus estudios y se capaciten.

Al salir del hogar las mujeres tendrán trabajo y habrán alcanzado su total independencia económica.

# Estrategias Operativas

1. Presencia socio-familiar.
  2. Acogida oportuna y reinserción social.
  3. Trabajo con la comunidad.
  4. Comunicación y trabajo en red.
  5. Educación.
  6. Capacitación con y para el trabajo.
  7. Maternidad responsable.
- 



**APROFE**

COMITÉ DE  
EDUCACIÓN FAMILIAR  
CLINICA GINECÓLOGICA  
SERVICIO DE EMBARAZOS  
SERVICIO DE PARTOS



**APROFE**

COMITÉ DE  
PLANIFICACIÓN FAMILIAR  
GINECÓLOGICAS PAPIRNICOLAS  
SERVICIO DE EMBARAZOS  
SERVICIO DE PARTOS

ROFE

*[Faint graffiti on the concrete base of the fence]*

*[Faint graffiti on the concrete base of the fence]*



MATERIKLAS ABRIKAS  
DI JOMBANG  
KANTOR  
JALAN ...  
NO. ...  
JOMBANG ...

OFFICE

Man walking with a bag

# Análisis Operativo

- ✦ Servicios ofrecidos.
- ✦ Desarrollo del Centro.
- ✦ Deberes y derechos de las pensionistas.

## Implementación del Hogar

- ✦ Infraestructura física.

# Mercado Objetivo

## Segmentación

### Tipos de adolescentes abandonadas

- ✦ Mujeres inmigrantes de sectores campesinos.
- ✦ Chicas en rebeldía, niñas de la calle, “gomeras” .
- ✦ Mujeres rechazadas.

# Investigación de Mercado



De 400 mujeres encuestadas:

- ◆ 190 tenían entre 16 y 19 años.
- ◆ 26% tenía más de un hijo.
- ◆ 21% tenía solo educación primaria, 42% básica, 36% secundaria.
- ◆ El 89.47% se dedica a los quehaceres domésticos y no estudia.

Entre sus actividades preferidas está:

- ✦ Belleza.
- ✦ Costura.
- ✦ Contabilidad.

# Análisis Financiero

## Recursos Internos

- ✦ El 90% de mujeres que integran nuestra población objetivo nunca ha trabajado en labores que no sean las de mantenimiento del hogar.

## Inserción al Ámbito Laboral

- ✦ Cursos de Capacitación.
- ✦ Programa de estudios.

# Recursos Externos

## Instituciones Públicas

- ✦ Ministerio de Salud, Ministerio de Bienestar Social y el Ministerio de Trabajo.

## Instituciones Privadas

- ✦ Aprove , Kimberly Clark , Nestlé, Yanbal.

# Centro Estético de Belleza

PRESUPUESTO CENTRO ESTÉTICO	
Muebles Espejos, sillas de corte y de espera, Tv.	\$ 405
Utensilios de estilismo Cepillos, champú, rulos, secadoras, planchas.	\$ 235
Utensilios de manicure Tijeras, pinturas, limas, mesas de manicure.	\$ 183
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 970</b>

- ✦ El costo total de implementación del centro es totalmente financiada por la empresa Yanbal.
- ✦ La empresa Yanbal como retribución será el único proveedor del centro, que llevará su nombre y logo.

# COSTOS DE AMOBLAMIENTO E INSTALACIÓN

<b>COSTOS DE AMOBLAMIENTO</b> Muebles y Enseres , cocina, refrigeradora, Tv.	\$ 4.298
<b>COSTOS DE INSTALACIÓN</b> Pinturas, puertas, cerrajería, seguridad, mano de obra.	\$ 1.292
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.590</b>

# GASTOS DE FUNCIONAMIENTO MENSUALES

Costos Variables	
Alimentación para madres e hijos, capacitación y salud.	\$ 1.642
Costos fijos	\$ 700
Salarios administrativos, agua, luz y teléfono.	
TOTAL	\$ 2.342

# Promoción y Publicidad

## Marketing social

- ✦ Muestra una relación positiva entre la responsabilidad social y el desempeño económico.
- ✦ Asociar una marca a un determinado proyecto social con el propósito único de “vender más” .
- ✦ No se vende el producto, se vende la causa social.

# Empresas que utilizan estrategias del Marketing Social

- ✦ Nabisco y WWF (World Wild Life Fund).
- ✦ Estee Lauder, Revlon, Nivea.
- ✦ Avon Breast Cancer Awareness Crusade Program.

## En el Ecuador

- ✦ Ecuavisa y Niño Esperanza.
- ✦ El Universo y el Interbarrial de Fútbol.
- ✦ Diners Club y UNICEF.
- ✦ INNFA y Mac Donald´s.

# PLAN DE MARKETING:

## ANÁLISIS DE LAS CINCO C' S

### CONSUMIDORES

- ✦ Población de madres adolescentes solteras, 13.942 aproximadamente.
- ✦ Entidades públicas y privadas. Un total de 150 empresas constituidas legalmente.

### CONTEXTOS

- ✦ Poca inversión del gobierno en el sector social.
- ✦ Desempleo.
- ✦ Deserción escolar.

## COMPETIDORES

- ✿ Pocas dificultades para que se creen nuevas empresas sin fines de lucro.

## COMPAÑÍA

- ✿ Es una empresa privada sin fines de lucro con el firme propósito de beneficiar a jóvenes y niños.

# ANÁLISIS FODA

## FORTALEZAS

- ✿ La microempresa será una de las fuentes de ingresos económicos.

## OPORTUNIDADES

- ✿ Implementar otros centros en ciudades aledañas; son pocas las empresas de éste tipo.

## DEBILIDADES

✦ Los recursos económicos son limitados por ser una institución sin fines de lucro.

## AMENAZAS

✦ Los ciclos económicos que llevarían los recursos de las empresas a la reinversión y no a los agentes externos.

# OBJETIVOS DE MARKETING

- ✦ Captar el mayor número de auspiciantes.
- ✦ Que las instituciones y público en general se identifique con nuestra misión.
- ✦ Lo que las empresas lucrativas buscan a través del Marketing Social es obtener fidelidad del cliente, ser HOMADSOL el medio.
- ✦ El objetivo de ventas es obtener la inversión necesaria para el funcionamiento del centro.

# CONCLUSIONES

- ✦ Impacto de Homadsol en la sociedad.
- ✦ El Marketing de Causas, ha servido para mejorar vidas.
- ✦ El beneficio económico es ambiguo.
- ✦ Se crearon nuevas fuentes de trabajo con la microempresa además de incorporar al mundo laboral mano de obra capacitada.



SAN CATALINA  
COMUNIDAD DE BENEFICENCIA  
GUAYACUIL  
HOSPITAL GENERAL  
HISTORICO  
DE COSTA RICA

# HOMADSOL

Proyecto De Inversión Para La  
Creación Del Centro De  
Capacitación Y Albergue Para  
Madres Adolescentes Y Sus Hijos

JULIO FLORES AYALA

JILL PERALTA BENÍTEZ

2005

