



RESUMEN

El trabajo de tesis descrito en los siguientes apartados presenta la investigación de mercado para la implementación de un taller de oficios en el Oratorio Corazón de María, sistemáticamente se presenta todo el proceso que inicia con la elaboración de la encuesta, su posterior tabulación., análisis y resultados obtenidos.

Se presenta un análisis de la competencia y una estrategia de posicionamiento, un estudio administrativo y los talleres a ofertar. Un resumen ejecutivo es presentado al inicio de la investigación para buscar posibles inversores.

Palabras Clave: Oratorio, Oficios, Investigación de Mercados, Corazón de María, NNA, Encuestas

INDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 1 |
| INDICE GENERAL | 1 |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | 2 |
| ÍNDICE DE TABLAS. | 3 |
| ÍNDICE DE ECUACIONES. | 3 |
| INTRODUCCION..... | 3 |
| CAPITULO 1 | 5 |
| EL ORATORIO CORAZON DE MARIA | 5 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 5 |
| 1.2. RESEÑA HISTORICA..... | 6 |
| 1.3 MISIÓN | 8 |
| 1.4 OBJETIVO GENERALES | 8 |
| 1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 8 |
| 1.6 VISIÓN..... | 9 |
| 1.7 VALORES | 9 |
| 1.8 REALIDAD DEL ORATORIO CORAZON DE MARIA..... | 10 |
| CAPITULO 2..... | 15 |
| INVESTIGACION DE MERCADO..... | 15 |



| | |
|--|----|
| 2.1 JUSTIFICACIÓN..... | 15 |
| 2.2 ALCANCE DEL TRABAJO..... | 15 |
| 2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO. | 16 |
| 2.3.1 Objetivos Generales..... | 16 |
| 2.3.2 Objetivos Específicos..... | 16 |
| 2.4 PARTES DE UNA INVESTIGACION DE MERCADO. | 16 |
| 2.5 RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO | 16 |
| 2.6 POBLACION OBJETIVO | 20 |
| 2.7 CARACTERISTICAS DE LA POBLACION OBJETIVO..... | 20 |
| 2.8 METODOLOGIA. | 21 |
| 2.9 HALLAZGOS..... | 22 |
| 2.9.1 Estudio de la Demanda..... | 22 |
| 2.9.1.1 Calculo de la Muestra | 23 |
| 2.9.2 Estudio de la Oferta | 29 |
| 2.9.3 Estudio de los Ingresos..... | 30 |
| 2.10 ANALISIS DE LA COMPETENCIA. | 30 |
| 2.11 ESTRATEGIA | 31 |
| 2.12 ESTUDIO ADMINSITRATIVO..... | 31 |
| CAPITULO 3..... | 32 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 32 |
| 431 CONCLUSIONES | 33 |
| BIBLIOGRAFIA | 35 |
| ANEXOS | 36 |

ÍNDICE DE FIGURAS.

| | |
|--|----|
| Fig. 1.- Porcentaje de Hombres y Mujeres atendidos en el Oratorio..... | 10 |
| Fig. 2.- NNA donde viven en porcentaje. | 11 |
| Fig. 3.-Porcentaje de Migración y Abandono en los NNA del Oratorio. | 12 |
| Fig. 4.- Porcentaje de NNA que viven en el sector rural o urbano. | 13 |
| Fig. 5.- Porcentaje de Discapacidad en los NNA del Oratorio..... | 13 |
| Fig. 6.- Porcentaje de Familias que reciben el Bono de Desarrollo. | 14 |
| Fig. 7.- Estado Civil..... | 25 |
| Fig. 8.- Comparación de Ingresos vs Egresos | 26 |
| Fig. 9.- Sexo vs Área de perfección | 28 |



| | |
|---|----|
| Fig. 10.- Sexo vs Horas/Días | 29 |
| Fig. 11.- Organigrama del taller de oficios | 32 |

ÍNDICE DE TABLAS.

| | |
|---|----|
| Tabla 1.- Porcentaje de Hombres y Mujeres atendidos en el Oratorio..... | 10 |
| Tabla 2.- Porcentaje de con quién viven los NNA..... | 11 |
| Tabla 3.- Migración y Abandono | 11 |
| Tabla 4.- Lugar de Procedencia..... | 12 |
| Tabla 5.- Discapacidad en el Oratorio..... | 13 |
| Tabla 6.- Bono de Desarrollo | 13 |
| Tabla 7.- Oficios ofertados | 18 |
| Tabla 8.- Proceso para aprobar el taller de oficios..... | 19 |
| Tabla 9.- Grado de aceptación “Creación de un taller de oficios” | 24 |
| Tabla 10.- Estado civil de la población objetivo | 24 |
| Tabla 11.- Nivel de Ingresos y Gastos | 25 |
| Tabla 12.- Estadísticos Descriptivos | 26 |
| Tabla 13.- Nivel de Educación | 27 |
| Tabla 14.- Porcentaje de gente que trabaja | 27 |
| Tabla 15.- Tabla de Contingencia Sexo vs Área de perfección | 27 |
| Tabla 16.- Sexo vs Horas Días | 28 |
| Tabla 17.- Características de la Competencia | 30 |

ÍNDICE DE ECUACIONES.

| | |
|---|----|
| Ecuación 1.- Tamaño de la muestra | 23 |
|---|----|

INTRODUCCION.

La presente investigación intenta determinar la factibilidad de la implementación de un taller de Oficios en el Oratorio Corazón de María el mismo que funciona en la Escuela teresa Valse ubicada en la Huayna Capac y Viracochabamba (esquina), el Oratorio tiene 36 años de vida, en él se



acoge a jóvenes provenientes de varios sectores de la ciudad para brindarles un espacio de formación humana y cristiana con el carisma salesiano, con el único fin de construir una mejor sociedad en la cual primen los valores y los Niños, Niñas y Adolescentes ocupen su espacio libre de una manera adecuada.

El documento de tesis está dividido en tres capítulos donde se describe todo el trabajo desarrollado y los resultados obtenidos.

El capítulo 1 muestra la realidad del Oratorio Corazón de María donde se implementara el taller de oficios, se presentan datos generales, historia y datos significativos.

El capítulo 2 describe toda la Investigación de mercado realizada, además de mostrar todo el levantamiento de información, las tablas y gráficos obtenidos del software SPSS también son expuestas, el cálculo del tamaño de la muestra, el resumen ejecutivo, el estudio de la oferta y demanda sin olvidar la metodología llevada a cabo para la investigación.

El capítulo 4 está constituido por las conclusiones obtenidas a lo largo del desarrollo de la tesis y ciertas recomendaciones para mejorar los resultados obtenidos y seguir profundizando en el tema.



EL ORATORIO CORAZON DE MARIA

1.1 ANTECEDENTES

En un principio la concepción del servicio ofertado hacia los Niños, niñas y adolescentes (NNA) de parte del Oratorio Corazón de María, estaba dirigida hacia el sector urbano y a una clase económica media, ya que se ofertaban talleres para desarrollar o perfeccionar destrezas artísticas como pintura, danza, teatro manualidades, etc. Asumiendo que los NNA disponían de instrumentos musicales y/o recursos para adquirir ropa para las presentaciones de cada taller.

El Oratorio vive un cambio importante en sus lineamientos con la llegada de una nueva Directora de la Comunidad de las Hijas de María Auxiliadora y la elección de una nueva coordinación en el año 2008 , motivo por el cual se retoma los principios de vida de la obra salesiana:

“Educar Mientras se evangeliza con preferencia a los más necesitados”

Se reestructura el Oratorio y se emprenden 2 proyectos grandes que buscan volver a este principio:



1. Canastas Agro-Orgánicas, económicas
2. Taller de Oficios

El 2do proyecto es el que será trabajado en esta investigación.

1.2. RESEÑA HISTORICA

El oratorio fue fundado hace 36 años desde un inicio con la presencia de los salesianos: P. Mario Rizzini, Sor Angelita Sartore, Sor Enma Mora, Sor. Amalia Quiabriando, Sor Carlotita Nieto, y con más énfasis desde la llegada del Salesiano Sr. Gregorio Pérez, se trabaja en un oratorio festivo, que reúne y organiza a los jóvenes, les brinda una formación cristiana, para que luego éstos lleven adelante la catequesis, la organización de campeonatos y eventos deportivos, la atención del salón de juegos, colonias vacacionales y actividades solidarias.

Se mantenía cierta homogeneidad entre los miembros del grupo de dirigentes, pues eran en su mayoría adolescentes y jóvenes. Se los preparaba para catequistas y guías de colonia vacacional manteniéndose una formación periódica durante los fines de semana

El número de niños y jóvenes que acuden al oratorio para participar de las diferentes actividades, ha crecido considerablemente, si comparamos que en un inicio con 15 catequistas se atendían 200 niños de la catequesis y con 30 guías se atendían unos 300 niños de la colonia vacacional, y que ahora con 60 catequistas se atienden 800 niños de la catequesis, y con 80 guías se atienden 700 niños de la colonia vacacional.

En 1991, con la partida del salesiano Sr. Gregorio Pérez y con la llegada del Sr. Gaudenzio Sosio, se inicia una nueva etapa en la vida del oratorio, se crea un nuevo grupo juvenil asesorado por Sosio. También se inicia el caminar de un nuevo grupo de formación: el Pre juvenil, que con el asesoramiento de Patricio Calle, Marco Burí y Mónica Pino, brindan un espacio de formación para adolescentes, que luego tomarían la posta del grupo juvenil, quienes a su vez optarían por constituirse y hacer la promesa



como el grupo de cooperadores salesianos, bajo el asesoramiento del Padre Luciano Bellini. Paralelamente se establece por primera vez un organigrama del oratorio y se crea la Coordinación del oratorio, que involucra a los asesores y coordinadores de los grupos de formación, al director y asesores del oratorio, y a la representante de la Comunidad. La función de la coordinación es la de planificar las actividades del oratorio, coordinar la formación de los grupos, y tomar las decisiones adecuadas en beneficio de la organización.

Una nueva etapa se inicia cuando Sor Carla Restelli asume la Dirección del Oratorio, y motivada por la falta de asesoramiento de los Salesianos del Técnico, se solicita a 2 Cooperadores del oratorio a colaborar en el asesoramiento. Se motiva la creación del grupo PJ Jr. para niños de 9 a 12 años con el asesoramiento de Eduardo Zúñiga y continuado luego por Diego Suárez, María Eugenia Suárez y Carlos Lozano. También se decide formar el grupo de Infancia Misionera, pidiéndole la colaboración en el asesoramiento a Karina Yépez y Andrea Rosales. Se inicia la formación de un nuevo grupo de pre cooperadores con los jóvenes mayores del grupo juvenil, que junto a los Cooperadores que trabajan en el oratorio, formen el nuevo grupo de cooperadores Salesianos de nuestro centro.

Se mantiene la Coordinación y se busca de fortalecer la organización del oratorio, y a raíz del cambio de casa de Sor Carla, se decide acoger su pedido de elaborar un documento que recoja el proyecto existente del oratorio, que lo actualice y acople de acuerdo al pedido de los nuevos lineamientos y orientaciones de los documentos salesianos.

Desde la elaboración del proyecto de 1998 el oratorio ha sufrido muchos cambios, como el cierre del salón de juegos en las tardes del domingo, apertura de nuevos grupos como el taller de líderes, manualidades, música, danza , malabares , matemática, 2 nuevos grupos en la colonia, grupos mixtos , división por edades de la infancia misionera ,etc. Viendo la nueva realidad del oratorio no representada en proyectos anteriores Sor Inés Carpio solicita a la coordinación del periodo 2008-2009 emprender el proceso de elaboración del nuevo proyecto, el mismo que consistió en reuniones esporádicas para recoger información y luego analizarla y procesarla. Con el apoyo de la coordinación 2009 – 2010 se lo llega a



culminar en Febrero de 2010, con el ideal que el proyecto sea una guía por lo menos durante 4 años o hasta que existan cambios relevantes en el caminar de nuestro querido oratorio.

1.3 MISIÓN

Evangelizar con el carisma salesiano brindándoles a nuestros niños y jóvenes una formación integral para que sean protagonistas de su propia vida, a través de la recreación y servicio comunitario para lograr que sean personas comprometidas con el desarrollo de la sociedad.

1.4 OBJETIVO GENERALES

1. Fortalecer los valores salesianos, humanos, sociales y sacramentales de todos los oratorianos
2. Fortalecer la promoción humana y cristiana de los niños, adolescentes y jóvenes que participan de las actividades oratorianas desde la vivencia de una relación educativa basada en el amor, la razón y la religión

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Integrar a las familias de los NNA y Catequistas en su proceso de formación.
2. Acoger técnicas de motivación para poder llegar de manera eficaz a los NNA
3. Realizar jornadas de identidad y pertenencia para los catequistas.
4. Formar a los catequistas en técnicas metodológicas, pedagógicas y de desarrollo psicosocial.
5. Promover actividades Inter Oratorianas (NNA y Catequistas) para fomentar la unión entre los oratorios.
6. Implementación de una escuela de artes y oficios a través de gestiones ya sea con el estado o instituciones privadas
7. Realizar campañas de alegría, solidaridad, limpieza, etc.



8. Realizar misiones en fechas especiales.

1.6 VISIÓN

Convertirse en 5 años en un modelo a nivel nacional de Oratorio como centro de recreación, formación cristiana, salesiana y apoyo integral a los niños, niñas y adolescentes, involucrando de manera especial a las familias en situaciones de riesgo.

1.7 VALORES

Amor: En el centro de nuestra concepción educativa está el amor pastoral, el amor al estilo de Jesús, el Buen Pastor: “El amor es bondadoso y paciente, todo lo sufre, todo lo espera y lo soporta todo”. Este amor se traduce en nuestra entrega y dedicación por los niños, estando con ellos, dispuestos a afrontar los sacrificios y cansancios. No sólo los queremos sino que apostamos a que se den cuenta de que son amados por nosotros.

Razón: Los educadores somos conscientes de la carga que deben tener la comprensión, el diálogo y la paciencia inalterable en la relación educativa. La razón impone una cuota de equilibrio y moderación a nuestra labor educativa. Aporta las condiciones para que se desarrolle un afecto maduro y equilibrado, propone valores y evita la manipulación afectiva. Tratamos de que los niños actúen por sus propias convicciones, tratamos de despertar motivaciones, donde el niño comparta y perciba la racionalidad de lo pedido, superando una actuación por adhesión afectiva a nuestra persona.

Religión: Reconocemos el valor de la dimensión religiosa en la persona. No procuramos una religión de fórmulas sino de vida, de una fe viva inserta en la realidad que de sentido a la vida, a sus luchas y a sus cruces. Respetando las creencias de los muchachos les proponemos convendidamente instancias para madurar su camino de fe y participar de los sacramentos.

Compromiso: Cultivamos la cultura de compromiso, el mismo que garantiza nuestra disponibilidad y un SI decidido al momento de trabajar y dar lo mejor semana a semana buscando brindar asistencia salesiana



caracterizada por la puntualidad, la entrega y el sacrificio personal por los NNA.

Compañerismo: Vivimos en un ambiente donde prima el respeto y la solidaridad, nuestra meta es unir esfuerzos y capacidades para desarrollar las actividades de una manera en la cual los NNA y Catequistas vayan construyendo comunidad.

1.8 REALIDAD DEL ORATORIO CORAZON DE MARIA.

El Oratorio Corazón de María recibe aproximadamente a 900 NNA en las diferentes áreas o servicios que brinda, se dispone de una línea base la misma que está ingresada en la base de datos del Oratorio llamado OCM¹, la cual fue utilizada para obtener los siguientes gráficos que están calculados con una muestra de 696 personas entre niñas, niños y adolescentes.

Tabla 1.- Porcentaje de Hombres y Mujeres atendidos en el Oratorio

| | Mujeres | Hombres |
|------------|---------|---------|
| Frecuencia | 376 | 320 |
| Porcentaje | 54 | 46 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Sexo de los NNA

■ Mujeres ■ Hombres

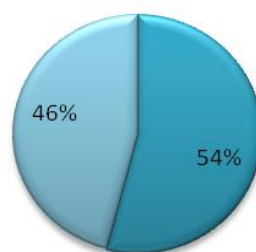


Fig. 1.- Porcentaje de Hombres y Mujeres atendidos en el Oratorio.

¹ OCM , es el Administrador de la base de Datos del Oratorio Corazón de María



La tabla y grafico nos muestran que existe una proporción bastante semejante de los NNA que asisten al Oratorio.

De los NNA del Oratorio se considero importante determinar con quien viven, cuantos han sufrido abandono o no están con sus padres debido a la migración esto para posteriormente tener una idea o poder relacionar esta realidad con la capacitación y nivel de ingresos de sus padres.

Tabla 2.- Porcentaje de con quién viven los NNA

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Viven Con papa | 14 | 2 |
| Viven con mama | 418 | 60 |
| Viven con algún familiar | 139 | 20 |
| Viven con los 2 padres | 125 | 18 |
| | 696 | 100 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

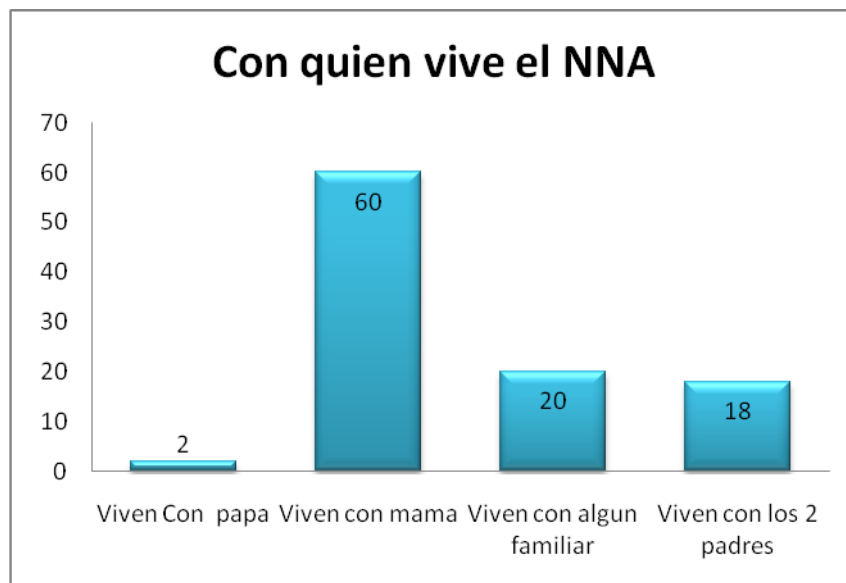


Fig. 2.- NNA donde viven en porcentaje.

El grafico nos muestra la situación alarmante de las familias de los NNA que asisten al Oratorio ya que solo un 18% de la población vive en una familia nuclear. Ahora se analizar la migración.

Tabla 3.- Migración y Abandono



| | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Migración | 293 | 70 |
| Abandono | 125 | 30 |
| | 418 | 100 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

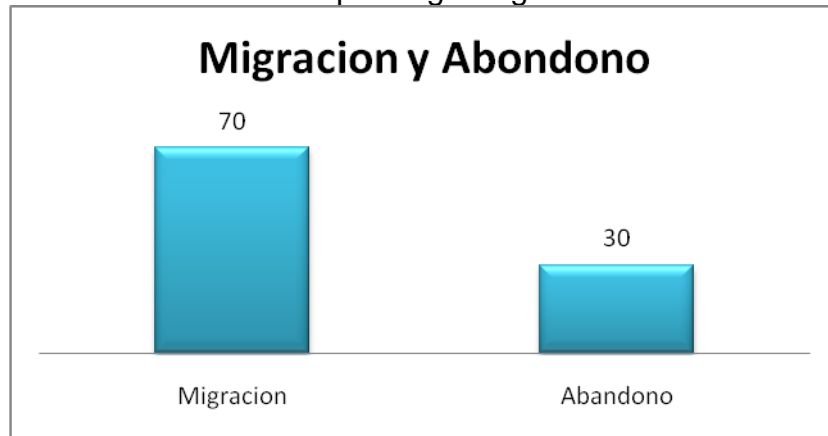


Fig. 3.-Porcentaje de Migración y Abandono en los NNA del Oratorio.

Se puede ver que el porcentaje de migración es altísimo ya que 293 NNA del Oratorio sufren este problema social.

Tabla 4.- Lugar de Procedencia

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Sector Rural | 459 | 66 |
| Sector Urbano | 237 | 34 |
| | 696 | 100 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

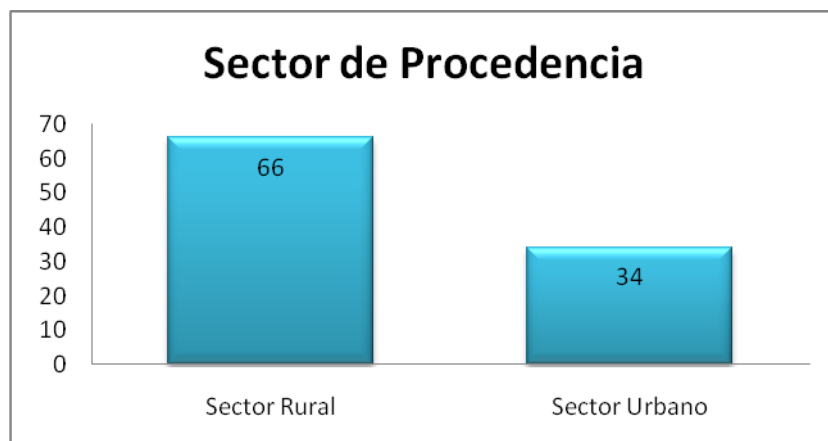




Fig. 4.- Porcentaje de NNA que viven en el sector rural o urbano.

Posteriormente se definirá a la población objetivo, como manera de adelanto podemos ver la procedencia de los NNA que asisten al Oratorio cumple con uno de las restricciones.

Tabla 5.- Discapacidad en el Oratorio

| | | |
|------------------------|-----|-------|
| Niños con discapacidad | 10 | 1,44 |
| Niños sin discapacidad | 486 | 98,56 |
| | 496 | 100 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Discapacidad

■ Niños con discapacidad ■ Niños sin discapacidad

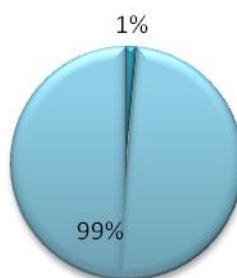


Fig. 5.- Porcentaje de Discapacidad en los NNA del Oratorio.

El porcentaje de Discapacidad de los NNA relativamente es pequeño, esto no implica que los planes a tomar olviden a este sector de la población.

Tabla 6.- Bono de Desarrollo

| | |
|-------------------|-----|
| Cobran el Bono | 522 |
| No cobran el Bono | 174 |
| | 696 |

Fuente: Sistema OCM del Oratorio
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Bono de Desarrollo

■ Cobran el Bono ■ No cobran el Bono

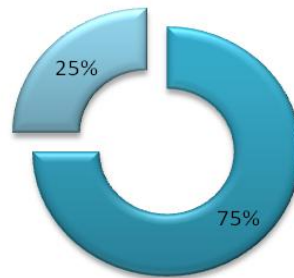


Fig. 6.- Porcentaje de Familias que reciben el Bono de Desarrollo.

La gran mayoría 75% de las personas reciben el bono, esta información es muy confiable ya que fue facilitada por los representantes de los NNA.

Toda esta información nos muestra que el 66% de la población procede del sector rural y la gran mayoría de familias disfuncionales.



CAPITULO 2

INVESTIGACION DE MERCADO.

2.1 JUSTIFICACIÓN.

Considerando que es necesaria una investigación de mercado que permita analizar objetivamente que tan viable es la creación del taller de oficios, se designa al coordinador del Oratorio del periodo 2009-2010 como responsable de llevar adelante dicha investigación, posteriormente se socializaran los resultados obtenidos con toda la comunidad oratoriana, para finalmente buscar el apoyo del estado específicamente el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

2.2 ALCANCE DEL TRABAJO.

El desarrollo de la tesis está encaminado a la determinación de cuan factible y que grado de aceptación tendrá el taller de oficios dentro de la población objetivo que será definida en los siguientes apartados, esto se lograra mediante el levantamiento de información valiéndose de encuestas, todos los datos serán tabulados, se modelara y llenara la base de datos con



la información obtenida de las encuestas, para luego obtener todos los gráficos y tablas que sean posibles.

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.

2.3.1 Objetivos Generales

- Determinar el grado de aceptación de la población objetivo para la creación del Taller de Oficios en el Oratorio Corazón de María.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar que oficios son los más demandados por la población.
- Indagar cualquier otro tipo de correlación entre los datos recogidos.

2.4 PARTES DE UNA INVESTIGACION DE MERCADO.

Los componentes de un plan al igual que los de un proyecto son:

1. Resumen ejecutivo,
2. Introducción,
3. Análisis e investigación de mercado,
4. Estudio de la competencia,
5. Estrategia,
6. Factores críticos de éxito,
7. Dirección y gerencia,
8. Conclusiones y anexos.

2.5 RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

Registro de Datos del Representante

Nombre: Sociedad de Hermanas



| |
|---|
| Salesianas |
| Dirección: Juan León Mera y Viracochabamba esquina |
| Teléfono: (07) 2 803615 |
| E-mail: jdithmaria@yahoo.es |

1. Nombre del Proyecto:

TALLER DE OFICIOS “SALTIMBANQUI”.

Descripción del Producto y/o servicio: El servicio ofertado consiste en un centro de perfección o adiestramientos de oficios artesanales como carpintería, mecánica, sastrería entre otros.

Mercado Objetivo: El mercado objetivo son todas aquellas personas del sector rural de entre 16 y 30 años, que no hayan culminada la secundaria.

2. Descripción de su servicio:

Servicio: Capacitación Artesanal.

Características: Es un centro de adiestramiento artesanal que constara con una organización curricular de aprendizaje, constara con la infraestructura necesaria y una planta docente de primera calidad.

Funcionalidades: Se aprobara la certificación luego de asistir todos los días sábados de 8:00 a 16h00 durante un año y previa presentación de un proyecto final.

Presentación: Cada taller será manejado por un profesional en el área, el cual organizara la malla curricular y la promoción de cada taller.

Usos: El fin luego de que se apruebe la certificación es la creación de parte del alumno de una nueva fuente de empleo o el aumento de sus ingresos.

3. Problema o necesidad de mercado que satisface su producto o servicio.



Los estados de pobreza registrados en el país afectan mayormente a los sectores mas desprotegidos urbano, urbano marginales y rurales, esta situación se ha visto agravada aún más por las medidas de ajuste y el tipo de políticas económicas adoptadas para conseguir el repunte de la economía, provocando procesos de pobreza crítica que afecta aproximadamente a un 40% de la población.

Frente a esta situación el Taller de Oficios pretende ampliar las posibilidades de negocio de cada uno de sus futuros estudiantes y permitirles perfeccionarse o adiestrarse en ciertos oficios demandados en la sociedad para que puedan elevar sus ingresos o inclusive crear nuevas fuentes de trabajo, pudiendo de esta manera elevar su nivel de vida socioeconómico.

4. Talleres a ofertar.

Tabla 7.- Oficios ofertados

| | |
|--------------------------|----------------------------|
| TALLER DE OFICIOS | Mecánica Automotriz |
| | Mecánica Artesanal |
| | Carpintería |
| | Servicio Domestico |
| | Auxiliar de Computación |
| | Electricidad |
| | Plomería |
| | Panadería |
| | |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

4. Descripción del plan de estudios.



El plan de estudios se basara en 2 periodos, el primero constituido por materias comunes a cada uno de los talleres y el 2do periodo por materias específicas de cada taller. Las materias comunes son las siguientes;

1. Derechos Laborales
2. Creatividad e Innovación
3. Salesianidad

Tabla 8.- Proceso para aprobar el taller de oficios

| TALLER DE OFICIOS | | |
|--------------------------|----------------------|----------------------------|
| Materias Comunes | Materias Especificas | Proyecto Final |
| Derechos laborales | Materia 1 | Englobar más de 2 materias |
| | Materia 2 | |
| Creatividad e Innovación | Materia 3 | |
| | Materia 4 | |
| Salesianidad | Materia 5 | |
| | Materia 6 | |
| 3meses | 7meses | 2 meses |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

El Sistema de Calificación estará basado en un gran porcentaje en la participación en clases y en las evaluaciones de cada materia que serán aprobadas con un puntaje de 70/100 puntos.

5. Costos.

El costo de la matricula de los talleres será gratuito

En la sección anterior se presento el resumen ejecutivo del proyecto de implementación de un taller de oficios en el Oratorio Corazón de María,



según vayamos avanzando en el documento iremos viendo los factores que componen el resumen.

2.6 POBLACION OBJETIVO

Este término se utiliza habitualmente para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio². Tiene directa relación con el Marketing, conocer las actitudes de la población objetivo frente a las campañas y los diferentes medios de comunicación hace más fácil contactarlos y llegar con el mensaje adecuado y optimizar el retorno de la inversión. Analizar el comportamiento del consumidor específico es muy importante a la hora de decidir la promoción.

En el momento de definir la población objetivo es necesario clarificar las variables demográficas y/o socio gráficas.

Una vez conocido el target (o público objetivo), habrá que examinar sus características y averiguar qué los mueve a actuar, como lo hacen y por tanto qué necesitan.

2.7 CARACTERISTICAS DE LA POBLACION OBJETIVO.

La población objetivo a la cual se pretende llegar estará compuesta por las personas que cumplan las siguientes restricciones:

- Hombres y Mujeres
- mayores a los 16 años y menores a 30
- Proceder del sector rural
- un nivel de instrucción inferior a la secundaria
- Predisposición para recibir formación que será evaluada

² <http://www.trabajo.com.mx>



Este segmento de mercado fue definido en base a las políticas del Oratorio Corazón de María:

- “Ayudar a los más necesitados”
- “Formar Buenos Cristianos y Honrados Ciudadanos”

Definida ya la población objetivo se procedió a hacer un levantamiento de información para luego definir la muestra óptima.

2.8 METODOLOGIA.

La metodología consiste

- Primero en definir la población objetivo
- Luego de haber definido la población objetivo nos valdremos del mismo oratorio para realizar un estudio preliminar que nos permitirá obtener datos de interés e inclusive determinar la varianza para luego calcular el número de muestras necesarias.

Dentro del Oratorio funcionan 3 grupos específicos que nos ayudaran en este estudio.

1. Comunión Especial
2. Confirmación Especial
3. Escuela Básica para adultos

Estos grupos tienen características especiales y comunes listadas a continuación:

1. Están Formados por jóvenes y adultos del sector rural
 2. Están formados por personas que en su totalidad no han culminado la Universidad
 3. Son de una clase social y económica baja.
- Debido a esto se los escogió para formar parte del plan piloto del presente estudio, se realizaron 9 Encuestas a Comunión Especial, 8



Encuestas a Confirmación Especial y 20 a la Escuela básica a Distancia.

- Luego valiéndonos del software estadístico SPSS se tabularan y analizaran los datos, definirán las variables y presentaran resultados.

Cuando se obtengan los resultados se procederá a

- Buscar convenios con el estado para la implementación del taller el mismo que deberá tener una estructura curricular, personal administrativo, una planta docente e infraestructura apropiada.

2.9 HALLAZGOS.

En este apartado se hará un estudio de la demanda, de la oferta y se colocaran los ingresos del Oratorio

2.9.1 Estudio de la Demanda

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.³

El objetivo de este estudio es determinar las fuerzas o determinantes de la demanda para luego poder proyectarla, se debe considerar los siguientes aspectos:

1. Consumo Histórico
2. Población Consumidora
3. Preferencia de los Consumidores
4. Estructura del consumo en función del nivel de precios
5. Demanda en función del nivel de ingresos

La población consumidora fue definida ya con anterioridad dentro de este mismo capítulo, debido a que es un servicio gratuito no se analizara la

³ Formulación y Evaluación de Proyectos, Fernando Maldonado, pág. 20



estructura del consumo en función de los precios , ni la demanda en función de los ingresos.

2.9.1.1 Calculo de la Muestra

Para determinar las preferencias de los consumidores en cuanto al servicio que se pretende dar se realizo un estudio piloto con 37 encuestas. El tamaño adecuado de la muestra para una encuesta relativa a la población está determinado en gran medida por tres factores:

- i) prevalencia estimada de la variable considerada (en este caso, el grado de educación);
- ii) nivel deseado de fiabilidad; y
- iii) margen de error aceptable.

El tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 * p * (1 - p)}{e^2}$$

Ecuación 1.- Tamaño de la muestra

Descripción:

n = tamaño de la muestra requerido

Z = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1,96)

p = prevalencia estimada del grado de educación distinto a secundaria

e = margen de error de 10% (valor estándar de 0,1)

Calculo

Según el plan piloto se pudo determinar que el 42,9% (0,429) de los NNA del sector rural tiene una nivel de educación distinto a la secundaria. Utilizando los valores estándar indicados se efectúa el cálculo siguiente:



$$n = \frac{1,96^2 * 0,429 * (1 - 0,429)}{0,1^2}$$

$$n = 95$$

Con este valor podemos concluir el estudio, faltarían por realizar 58 encuestas.

Conociendo la falta de 58 encuestas se procedió a completar el estudio, la información recopilada en las encuestas fue tabulada en el software SPSS, el modelo de la encuesta, los tipos de variables y la codificación pueden observarse en los anexos, los resultados son los siguientes.

Tabla 9.- Grado de aceptación “Creación de un taller de oficios”

| | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------|------------|-------------------|
| Válidos No | 10 | 12,2 |
| Si | 72 | 87,8 |
| Total | 82 | 100,0 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Tabla 10.- Estado civil de la población objetivo

| | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------|------------|-------------------|
| Válidos Soltero | 64 | 80,0 |
| Casado | 9 | 11,3 |
| Viudo | 5 | 6,3 |



| | | |
|----------------|----|-------|
| Unión de hecho | 2 | 2,5 |
| Total | 80 | 100,0 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

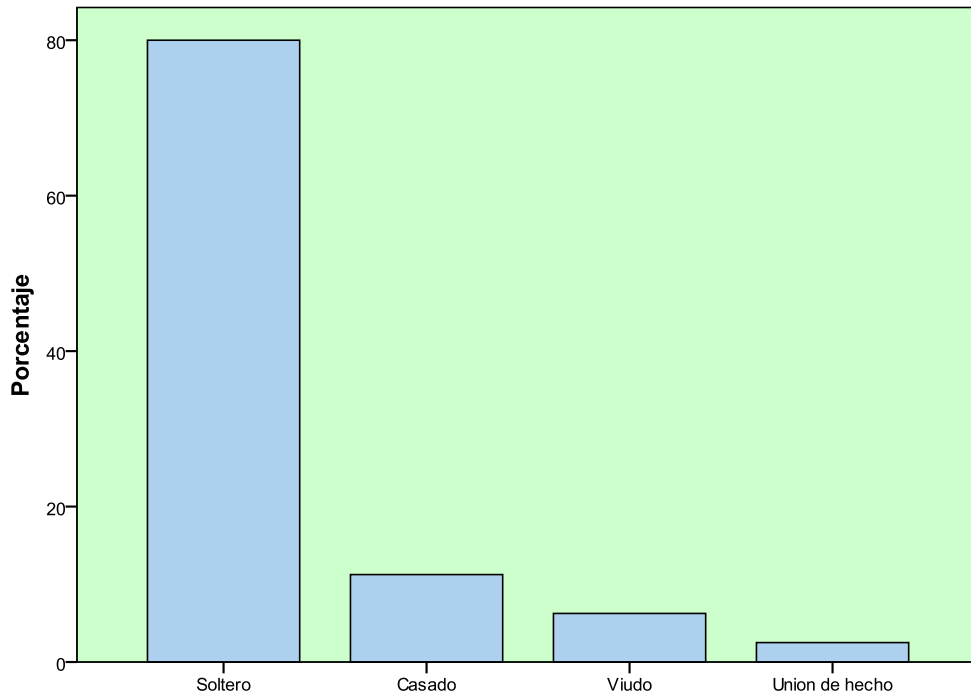


Fig. 7.- Estado Civil

Es motivador el porcentaje de aceptación ya que un 88% está de acuerdo con la creación del taller de oficios, también se nota que aproximadamente el 80% de la población objetivo tiene un estado civil soltero.

Tabla 11.- Nivel de Ingresos y Gastos

| | Ingresos | Gastos |
|----------------|----------|--------|
| | Media | Media |
| Sexo Masculino | \$138 | \$58 |
| o Femenino | \$143 | \$121 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

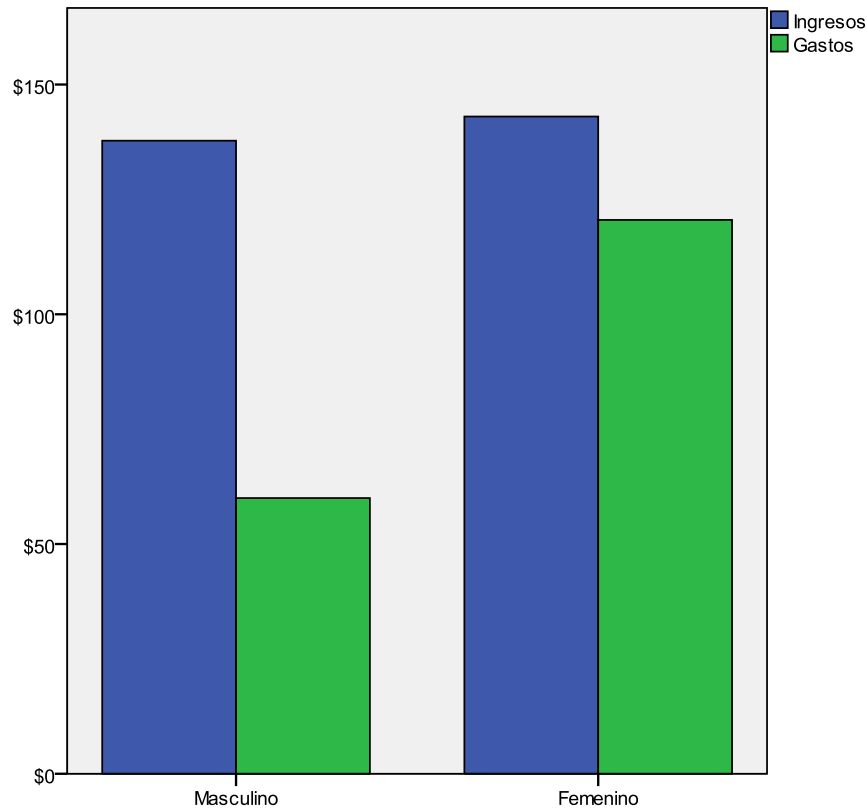


Fig. 8.- Comparación de Ingresos vs Egresos

Este grafico nos muestra que en el género masculino se dobla el nivel de ingresos con respecto a los gastos, cosa que no ocurre con el género femenino donde el nivel es muy similar, a pesar de esto en la realidad la mujer es la que generalmente tiene mas poder de ahorro.

Tabla 12.- Estadísticos Descriptivos

| | N | Media | Desv. típ. |
|--|----|----------|------------|
| Edad | 86 | 24,12 | 10,374 |
| Nro. de Hijos | 82 | 1,09 | 1,664 |
| Tiempo de duración de la certificación | 87 | 1,0862 | ,77086 |
| Ingresos | 65 | \$142.31 | \$76.542 |
| Gastos | 67 | \$110.30 | \$82.075 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

**Tabla 13.- Nivel de Educación**

| | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------|------------|-------------------|
| Válidos Pre | 12 | 13,0 |
| Básica | | |
| Básica | 25 | 27,2 |
| Secundaria | 16 | 17,4 |
| Otro | 39 | 42,4 |
| Total | 92 | 100,0 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Tabla 14.- Porcentaje de gente que trabaja

| | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------|------------|-------------------|
| Válidos No | 19 | 22,9 |
| Si | 64 | 77,1 |
| Total | 83 | 100,0 |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

Los estadísticos descriptivos anteriores nos muestran un análisis muy general de la encuesta, de donde se obtiene que la media de la población objetivo es de 24 años, con un hijo, nivel de ingresos promedio de \$142 y dispuestos a seguir una capacitación de 1 año. La gran mayoría trabaja y no han superado la instrucción secundaria

Tabla 15.- Tabla de Contingencia Sexo vs Área de perfección

| | Área de Perfección | | | | | | Total |
|----------------|--------------------|----------|-----------|-------------------------|--------------------|------|-------|
| | Carpintería | Mecánica | Sastrería | Auxiliar de computación | Servicio Domestico | Otro | |
| Sexo Masculino | 8,0% | 17,2% | | 1,1% | | 2,3% | 28,7 |
| Femenino | 6,9% | | 16,1% | 32,2% | 13,8% | 2,3% | 71,3 |
| Total | 14,9% | 17,2% | 16,1% | 33,3% | 13,8% | 4,6% | 100,0 |



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

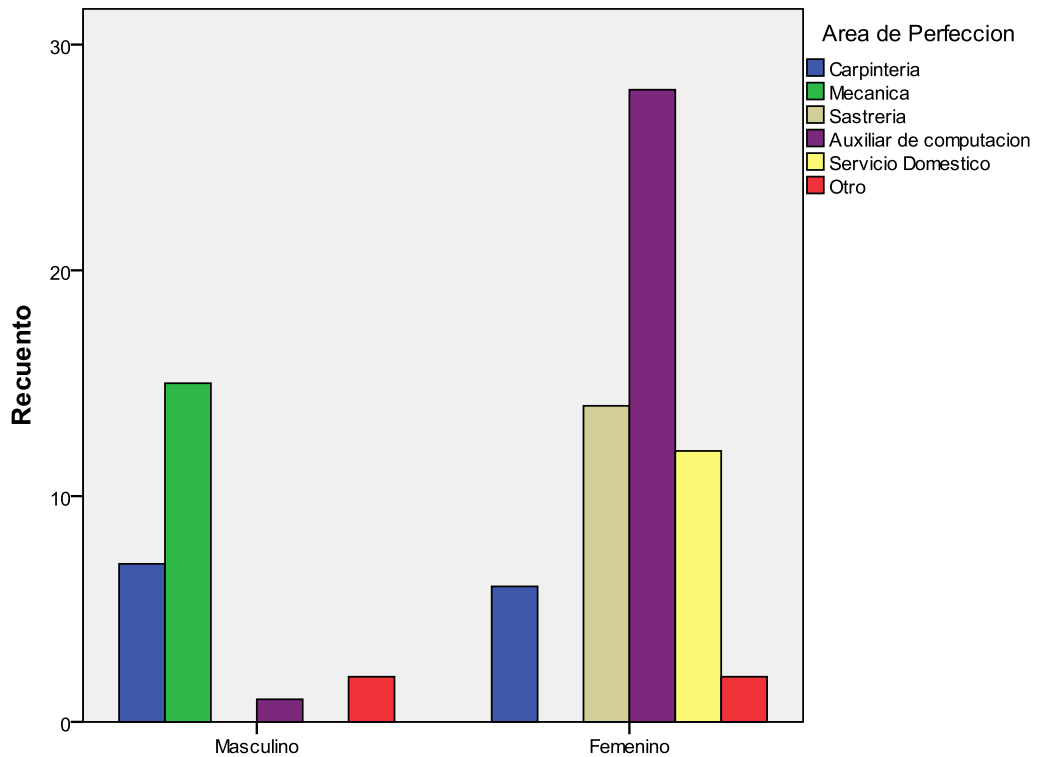


Fig. 9.- Sexo vs Área de perfección

Tabla 16.- Sexo vs Horas Días

| | Horario/Días | | | | Total |
|---------------|-----------------|---------------|-------------|--------------|--------|
| | Lunes a Viernes | Fin de Semana | Solo sábado | Solo domingo | |
| Sexo Masculin | 1,2% | 10,5% | 12,8% | 3,5% | 27,9% |
| o Femenin | 11,6% | 3,5% | 44,2% | 12,8% | 72,1% |
| o Total | 12,8% | 14,0% | 57,0% | 16,3% | 100,0% |

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

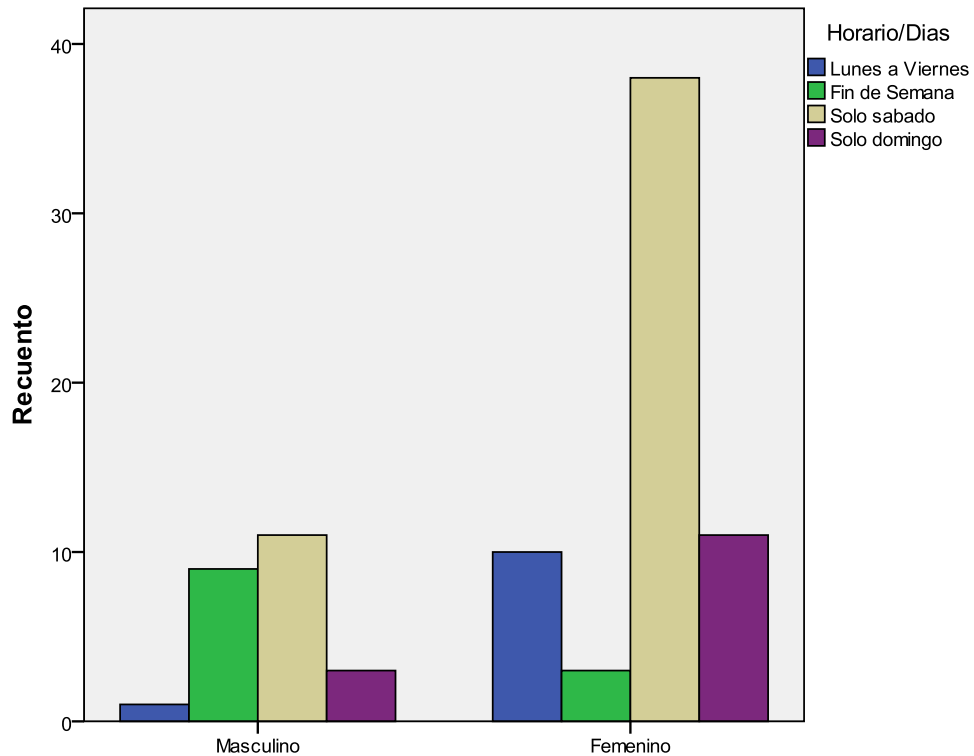


Fig. 10.- Sexo vs Horas/Días

Con toda este conocimiento se tiene una idea bastante buena del interés y situación de los posible participantes del taller de oficios. Notando un clara predisposición por cursar el taller el día Sábado todo el día y también se observa que la mecánica y la computación son las áreas mas demandadas.

2.9.2 Estudio de la Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado.

Se puede observar que existe una oferta insatisfecha ya que existen alrededor de 5 talleres en toda la ciudad, pero todos con gran enfoque al sector urbano.

Un servicio sustituto puede ser el seguir formalmente la educación Universitaria, debido al costo elevado y la dificultad de ingresar a una universidad estatal de cierto modo se puede decir que la Universidad no sería competencia directa.

La oferta es competitiva ya que ningún taller o centro de capacitación



domina el mercado, por lo que la participación en el taller estará determinada por la calidad y servicio que se ofrezca.

2.9.3 Estudio de los Ingresos

El Oratorio al ser una Sociedad encaminada a dar apoyo a los sectores mas vulnerables de la sociedad, recibe apoyo directo del estado específicamente del Instituto de la Niñez y la familia (INFA), este proyecto será financiado por el MIES representado por su secretaria regional ubicada en la ciudad de cuenca.

2.10 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

Es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. La siguiente tabla resume a los posibles competidores y algunas características importantes.

Tabla 17.- Características de la Competencia

| CENTRO | Costo | Estructura | Procesos | Imagen |
|------------------------------------|-----------|---------------------------------|---------------------|---|
| Escuela taller de la Municipalidad | gratuito | Una año , todos los días clases | Centro y Practica | Reinsertar a los jóvenes en el campo laboral y a su vez recuperar el patrimonio cultural. |
| Ceprodis | gratuito | 3 años de estudio formal | Centros de Atención | instituciones de capacitación y formación profesional de personas con discapacidad |
| SECAP | por ciclo | Curricular | Centros Operativos | Institución de Formación Profesional para el trabajo |
| Fundación San Juan de | por curso | Seminarios | Centro de | Centro de Perfeccionamiento en Neuro desarrollo |



| | | | |
|-----------|--|--|----------|
| Jerusalén | | | Atención |
|-----------|--|--|----------|

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Ing. Diego Morales

2.11 ESTRATEGIA

La estrategia por la cual se optara es el la de enfoque ya que se identifico un nicho de mercado aun no atendido como es el caso de los jóvenes del sector rural que necesariamente tiene que trabajar para vivir, la estrategia de liderazgo en costos no es aplicable ya que existen instituciones que no cobran ningún valor y se hará mucho énfasis en la diferenciación, lo que se ofertara es una certificación avalada por una institución reconocida académicamente.

2.12 ESTUDIO ADMINSTRATIVO

Se presenta una propuesta de organización para el taller de oficios, donde se puede ver que la cabeza es la Directora de la Comunidad FMA la misma que no recibiría remuneración, el director del taller de oficios puede ser el Coordinador Vigente del Oratorio, en el caso de que no sea posible se deberá contratar una persona capacitada para el cargo.

El Taller de oficios funcionara como una asociación conformada por los miembros del Oratorio.

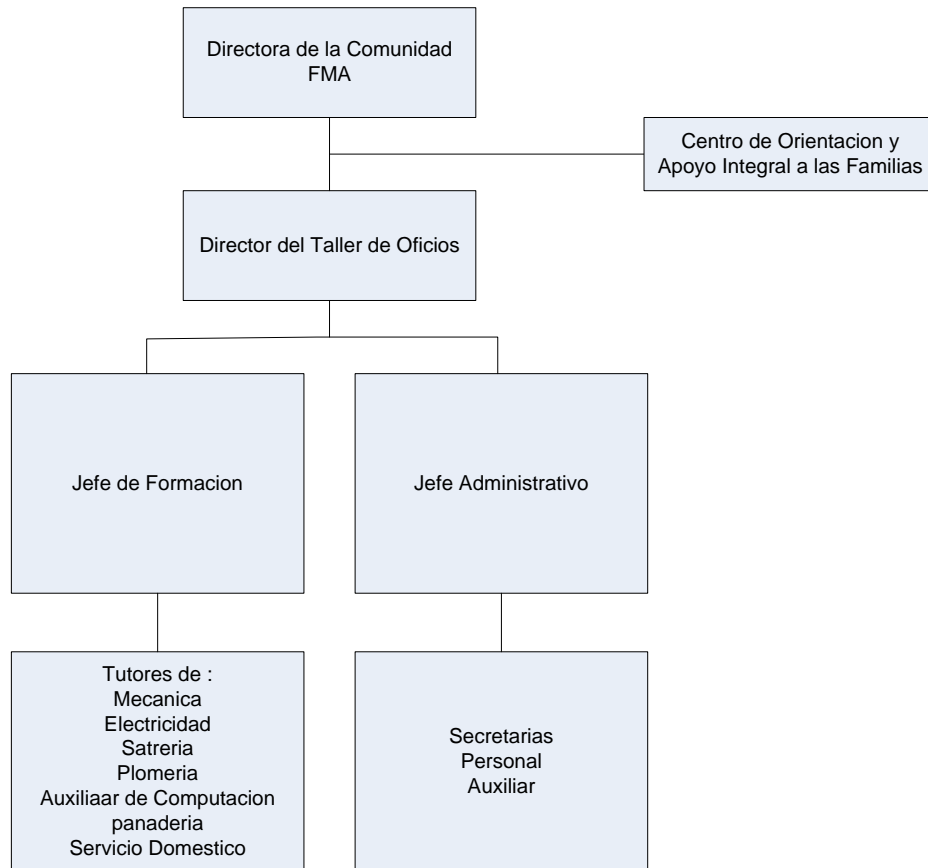


Fig. 11.- Organigrama del taller de oficinas

CAPITULO 3

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo presenta las conclusiones más importantes a las cuales



se ha llegado después del desarrollo de la presente tesis, además se dan algunas recomendaciones y ciertas sugerencias para la implementación del taller de oficios

431 CONCLUSIONES

Luego de analizar las tablas de contingencias, de estadísticos descriptivos, los gráficos de sectores de barras y de contingencias, podemos concluir que el taller de oficio tendrá una gran acogida (86%) , la misma que en un porcentaje muy elevado estará conformada por jóvenes con un nivel de instrucción diferente al pre básico , básico o secundario , todos provenientes del sector rural.

Se puede ver que los ingresos promedio bordean los \$ 150 en los varones un poco superior que el ingreso de las mujeres, pero los gastos de las mujeres son mucho más elevados que el de los varones dándonos una idea de la capacidad de ahorro que tendría cada género.

La tendencia o preferencia por cierto adiestramiento en los talleres se mantiene al correlacionar variables como estado civil, género y edad la cual indica que las mujeres en su gran mayoría prefieren adiestrarse como auxiliares de computación y los varones en mecánica.

El horario tiene una tónica muy marcada, sin variar demasiado cuando comparamos edad, estado civil y sexo ya que en cualquier caso el horario con mayor acogida es el Día Sábado durante todo el día.

Finalmente concluimos en que existirá demanda para el taller de oficios tanto en varones como en mujeres, el taller debería estar organizado de tal manera que se cubra con ciertos contenidos en un lapso no mayor a un año (tiempo con mayor preferencia), otras características importantes son :

- La gran mayoría no conocen centros de formación
- Un porcentaje elevado posee una habilidad no certificada



- La gran parte no recibe el bono de solidaridad
- El 50% de los encuestados tiene casa propia

Hay que elaborar un plan de mercadotecnia, que nos indique la estrategia de mercadotecnia, la cual incluye el análisis del servicio, precio, plaza y promoción.

El valor a pagar por cuestiones de matriculas debe ser analizado muy objetivamente ya que se debe incluir costos como energía eléctrica, costos de planta docente, de materiales y de tiempo de uso de aulas, entre otros.

Es indispensable que el proyecto sea socializado con la comunidad oratoriana, para que luego se de paso a la búsqueda de posible inversionistas, el proceso iniciara con la presentación del proyecto al MIES

Un análisis de la competencia nos muestra que la competencia directa es la Escuela Taller de la Municipalidad, la estrategia seria buscar convenios con dicha institución ya que ellos reciben solo a 100 alumnos por año, pudiendo así ampliar el número de beneficiarios por año y unificar procesos y recursos.



BIBLIOGRAFIA

1. BORELLO Antonio. "El plan de Negocios", Marketing Publishing Center, Ediciones de Santos, 1994
2. RODRIGUEZ VALENCIA Joaquín, "Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa" Thompson , 2004
3. http://www.inpc.gov.ec/noticias/obras_sanandres01
4. <http://www.trabajo.com.mx>
5. <http://www.spssfree.com/spss/intro6.html>
6. <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
7. <http://www.ucm.es/info/mdcs/Encuestas.pdf>
8. <http://www.inpc.gov.ec/inpc/tallersanandres01>
9. <http://www.secap.gov.ec/>
10. <http://evirtual.ucuenca.edu.ec/course/info.php?id=298>
11. <http://www.ingelsi.com.ec/spss/Paginas/default.aspx>
12. http://www.ifad.org/gender/tools/hfs/anthropometry/s/ant_3.htm



13.MALDONADO Fernando. “Formulación y Evaluación de Proyectos”,
Universidad de Cuenca, 21 Ediciones, 2006

ANEXOS
ANEXO # 1. ENCUESTA



| AYUDANOS A MEJORAR | | | | | | | | | |
|---|-------------|---------------|-------------------------|------------|----|---------|-------|------|--|
| <i>Con esta encuesta queremos brindar un mejor servicio, en relacion a las actividades que realiza el Oratorio.</i> | | | | | | | | | |
| # de encuesta | | | | | | | | | |
| Parroquia donde vive: | | Sexo: | | | | | | | |
| Edad: | | | | | | | | | |
| Estado Civil: | | No. De hijos: | | | | | | | |
| Ocupación actual: | | | | | | | | | |
| Cual es su nivel de educacion ? | | | | | | | | | |
| pre-básico | | básico | | secundario | | ninguno | | otro | |
| Tiene alguna destreza manual? Ejemplo (artesano) | | | | | | | | | |
| | | | si | () | no | () | cual? | | |
| ¿Conoce de algun Centro de Capacitacion que otorgue formación en oficios? | | | | | | | | | |
| | | | si | () | no | () | cual? | | |
| ¿Tiene algun diploma que respalde su habilidad? | | | | | | | | | |
| | | | si | () | no | () | | | |
| ¿Le parece adecuado la creacion de un Taller de oficios que le brinde certificación profesional? | | | | | | | | | |
| | | | Si | () | no | () | | | |
| Señale uno o varios oficios en los que le gustaria perfeccionarse o aprender: | | | | | | | | | |
| | carpinteria | | auxiliar de computacion | | | | | | |
| | mecanica | | servicio domestico | | | | | | |
| | sastreria | | otros | | | | | | |
| | albañileria | | | | | | | | |
| En el caso de que le parezca adecuada la creacion de un taller de oficios cual seria el horario mas conveniente? | | | | | | | | | |
| Lunes a Viernes | | | | | | | | | |
| Lunes a Domingo | | | | | | | | | |
| Fines de Semana (Sab y Dom) | | | | | | | | | |
| Solo Sabado | | | | | | | | | |
| Solo Domingo | | | | | | | | | |
| En que horario te gustaria los talleres? | | | | | | | | | |
| Por la mañana | | | | | | | | | |
| Por la tarde | | | | | | | | | |
| Por la noche | | | | | | | | | |
| Todo el dia | | | | | | | | | |
| En cuanto tiempo piensas que deberias recibir tu certificación? | | | | | | | | | |
| 6 meses | | | | | | | | | |
| 1 ano | | | | | | | | | |
| 2 anos | | | | | | | | | |
| otra duracion | | | | cual ? | | | | | |
| Recibe el bono de solidaridad ? | | | | | | | | | |
| | | | Si | () | no | () | | | |
| Trabajas ? | | | | | | | | | |
| | | | Si | () | no | () | | | |
| Cuales son su ingresos promedio | | | | | | | | | |
| | | | | dolares | | | | | |
| Cuales son sus gastos promedio | | | | | | | | | |
| | | | | dolares | | | | | |
| Tiene casa propia | | | | | | | | | |
| | | | Si | () | no | () | | | |

ANEXO # 2. CODIFICACION



| | | | |
|---------------------------|---|-----------------------------------|-----|
| Sexo | | Horario-Días | |
| masculino | 0 | Lunes a Viernes | 0 |
| Femenino | 1 | Lunes a Domingo | 1 |
| | | Fines de Semana (Sab y Dom) | 2 |
| | | Sabado | 3 |
| | | Domingo | 4 |
| Estado Civil | | Horario-Horas | |
| Soltero | 0 | Por la mañana | 0 |
| Casado | 1 | Por la tarde | 1 |
| Divorciado | 2 | Por la noche | 2 |
| Viudo | 3 | Todo el día | 3 |
| Unión de Hecho | 4 | | |
| Nivel de Educación | | Tiempo de duración | |
| Pre Básico | 0 | 6 meses | 0,5 |
| Básico | 1 | 1 ano | 1 |
| Secundaria | 2 | 2 anos | 2 |
| Ninguno | 3 | otro intervalo de tiempo | 3 |
| Otro | 4 | | |
| Respuesta | | Áreas de perfeccionamiento | |
| No | 0 | Carpintería | 1 |
| Si | 1 | Mecánica | 2 |
| | | Sastrería | 3 |
| | | Albañilería | 4 |
| | | Auxiliar de Computación | 5 |
| | | Servicio Domestico | 6 |
| | | Otro | 7 |



ANEXO # 3. VARIABLES DE SPSS

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|----------------|----------|---------|-----------|--------------------|------------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1 | @#deencue... | Numérico | 11 | 0 | # de encuesta | Ninguna | Ninguna | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 2 | Parroquia | Cadena | 16 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 16 | Izquierda | Nominal | Entrada |
| 3 | Sexo | Coma | 11 | 0 | | {0, Masculin... | Ninguna | 10 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 4 | Edad | Numérico | 11 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 5 | EstadoCivil | Coma | 14 | 0 | Estado Civil | {0, Soltero}... | Ninguna | 14 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 6 | NrodeHijos | Numérico | 11 | 0 | Nro de Hijos | Ninguna | Ninguna | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 7 | OcupacionA... | Cadena | 21 | 0 | Ocupacion Actual | Ninguna | Ninguna | 21 | Izquierda | Nominal | Entrada |
| 8 | NiveldeEduc... | Coma | 11 | 0 | Nivel de Educa... | {0, Pre Basi... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 9 | Destrezama... | Coma | 11 | 0 | Destreza manual | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 10 | quedestreza | Cadena | 31 | 0 | que destreza | Ninguna | Ninguna | 31 | Izquierda | Nominal | Entrada |
| 11 | Conocecent... | Coma | 11 | 0 | Conoce centro ... | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 12 | Quecentro | Cadena | 11 | 0 | Que centro | Ninguna | Ninguna | 11 | Izquierda | Nominal | Entrada |
| 13 | Diploma | Coma | 11 | 0 | | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 14 | Creacionde... | Coma | 11 | 0 | Creacion de Tal... | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 15 | AreadePerfe... | Coma | 5 | 0 | Area de Perfec... | {1, Carpinter... | Ninguna | 5 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 16 | HorarioDias | Coma | 11 | 0 | Horario/Dias | {0, Lunes a ... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 17 | HorarioHoras | Coma | 11 | 0 | Horario/Horas | {0, Manana}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 18 | Tiempo | Numérico | 3 | 2 | | Ninguna | Ninguna | 3 | Derecha | Escala | Entrada |
| 19 | RecibeBono... | Coma | 11 | 0 | Recibe Bono d... | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 20 | Trabajas | Coma | 11 | 0 | | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |
| 21 | Ingresos | Dólar | 4 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 22 | Gastos | Dólar | 4 | 0 | | Ninguna | Ninguna | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 23 | Casa | Coma | 11 | 0 | | {0, No}... | Ninguna | 11 | Derecha | Ordinal | Entrada |