

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**PLAN DE MARKETING PARA UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
PARTICULAR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ALEX DARIO ABRIL MORENO

DIRECTOR: ING. MARCELO TORRES

QUITO, FEBRERO 2015

DIRECTOR:

Ing. Marcelo Torres

INFORMANTES:

Ing. Fernando Rosas

Ing. Juan Carlos La Torre

DEDICATORIA

A Dios

Por haberme dado la vida y ayudarme día a día a cumplir cada uno de mis objetivos personales y profesionales por estar siempre presente.

A mis padres

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano en todo momento. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho un gran ejemplo a seguir y destacar.

A mis abuelos

Que me han dado el mejor ejemplo de amor, unión y fuerza. Gracias a su sabiduría influyeron en mi la madurez para lograr todos los objetivos en la vida, es para ustedes esta tesis en agradecimiento por todo su amor.

A mi tía

A quien quiero como una madre, por compartir momentos únicos y por siempre conmigo siendo mi apoyo y mi amiga.

A mi hermana

Que está conmigo en todo momento, dando la fuerza para seguir, siempre me ha guiado por el camino correcto y ha estado presente en cada uno de mis días.

Alex

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por haberme bendecido y guiado en el camino de la felicidad y el bien; en segundo lugar a todos los que son parte de mi familia mis Padres quienes me han motivado en mi formación académica, creyeron en mí todo momento. A mi hermana quien siempre está conmigo siendo esa luz en mi vida. A mis abuelos y tía que han estado junto a mí durante estos años.

Son muchas las personas que forman parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Profesores que a lo largo de la carrera han sido parte fundamental para la obtención de mi título, quienes han compartido su conocimiento y experiencia.

Alex

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN, 3

- 1.1 ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO, 3
 - 1.1.1 Objetivos y estrategias actuales, 3**
 - 1.1.2 Disponibilidad de recursos, 5**
 - 1.1.3 Cultura y estructura de la organización, 8**
- 1.2 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO, 10
 - 1.2.1 Competencia, 10**
 - 1.2.2 Aspectos Legales y regulatorios, 13**
 - 1.2.3 Tendencias Socioculturales, 27**
 - 1.2.4 Demográficas, 29**
 - 1.2.5 Tendencias Políticas, 32**
 - 1.2.6 Tecnología, 39**
- 1.3 ANÁLISIS DEL AMBIENTE PARA EL CLIENTE, 41
 - 1.3.1 Cliente interno, 41**
 - 1.3.2 Cliente externo, 42**
 - 1.3.3 Otros clientes, 43**
- 1.4 FODA INSTITUCIONAL, 43

2 ANÁLISIS DE LA ATRACTIVIDAD DEL MERCADO, 48

- 2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO, 48
 - 2.1.1 Determinación de problema, 48**
 - 2.1.2 Objetivo de investigación, 49**
 - 2.1.3 Levantamiento de datos, 49**
 - 2.1.3.1 Elaboración de encuestas, 49
 - 2.1.3.2 Diseño de Encuestas, 49
 - 2.1.3.3 Tabulación de Encuestas, 56
 - 2.1.3.4 Planificación de grupos focales, 86
 - 2.1.3.5 Entrevista a profundidad con líderes de opinión, 88
- 2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO, 90
 - 2.2.1 Macro segmentación, 90**
 - 2.2.2 Micro segmentación, 92**
- 2.3 DETERMINACIÓN DE MERCADO OBJETIVO, 93
 - 2.3.1 Características homogéneas de los consumidores objetivos, 94**
- 2.4 POSICIONAMIENTO, 95

3 MARKETING MIX, 97

- 3.1 OBJETIVOS DE MARKETING, 97
- 3.2 MARKETING MIX, 97

3.3	PRODUCTO, 98
	3.3.1 Características y beneficio, 98
3.4	PRECIO, 101
	3.4.1 Determinación del punto de equilibrio, 101
	3.4.2 Estrategia de precio, 104
3.5	PLAZA, 106
	3.5.1 Determinación del canal de distribución, 107
3.6	PROMOCIÓN, 109
	3.6.1 Comunicación masiva, 111
	3.6.2 Comunicación personalizada, 112
	3.6.3 Uso de tecnología en la comunicación, 114
3.7	SERVICIO, 115
	3.7.1 Creación de cultura de servicio, 116
4	ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING, 118
4.1	ESTRATEGIAS DE MARKETING, 118
5	ANÁLISIS FINANCIERO, 130
5.1	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS AÑOS ANTERIORES, 130
5.2	IMPACTO FINANCIERO, 132
5.3	ESTADOS PROYECTADOS CON ESTRATEGIAS, 135
	5.3.1 Estado de Resultados Integral Proyectado, 135
	5.3.2 Balance General, 136
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 138
6.1	CONCLUSIONES, 138
6.2	RECOMENDACIONES, 139
	REFERENCIAS, 142
	ANEXOS, 144
	Anexo 1, 145
	Anexo 2, 149
	Anexo 3, 153
	Anexo 4, 155
	Anexo 5, 156
	Anexo 6, 158
	Anexo 7, 159
	Anexo 9, 161
	Anexo 10, 162
	Anexo 11, 163
	Anexo 12, 164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Cuerpo Docente, 7
Tabla 2:	Principios Fortalecidos, 9
Tabla 3:	Principios por consolidar, 10
Tabla 4:	Políticas, 10
Tabla 5:	Tipo de Educación, 11
Tabla 6:	Zona Geográfica, 11
Tabla 7:	Niveles de Educación, 12
Tabla 8:	Ideologías, 12
Tabla 9:	Población de Quito, 30
Tabla 10:	Parroquias Urbanas, 31
Tabla 11:	Parroquias Rurales, 31
Tabla 12:	Zonas Educativas, 33
Tabla 13:	Zonas, Distritos y Circuitos, 34
Tabla 14:	FODA- Fortalezas, 44
Tabla 15:	FODA- Debilidades, 45
Tabla 16:	FODA- Oportunidades, 46
Tabla 17:	FODA- Amenazas, 47
Tabla 18:	Áreas deportivas, 57
Tabla 19:	Áreas recreativas, 59
Tabla 20:	Áreas Tecnológicas, 61
Tabla 21:	Áreas ecológicas, 63
Tabla 22:	Área de investigación, 64
Tabla 23:	Áreas comunales, 66
Tabla 24:	Áreas de desarrollo de talento, 67
Tabla 25:	Áreas deportivas, 72
Tabla 26:	Áreas recreativas, 74
Tabla 27:	¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?, 76
Tabla 28:	¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?, 78
Tabla 29:	¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?, 79
Tabla 30:	¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?, 81
Tabla 31:	¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en las áreas del desarrollo de talento humano?, 82
Tabla 32:	Focus Group, 87
Tabla 33:	Segmentación, 95
Tabla 34:	Costos de venta, 102
Tabla 35:	Punto de Equilibrio, 103
Tabla 36:	Precios aprobado por el Ministerio de Educación, 106
Tabla 37:	Pensión y Matrícula, 106
Tabla 38:	Balance General, 131
Tabla 39:	Estados de Resultados, 132
Tabla 40:	Presupuesto de Ingresos, 133
Tabla 41:	Costo de Mejora, 133

Tabla 42: Gastos de Mejora, 134

Tabla 43: Balance con Estrategias, 137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1: Parroquias Urbanas, 31
- Gráfico 2: Parroquias Rurales, 32
- Gráfico 3: Proyecto Educativo Institucional, 37
- Gráfico 4: Estándares Educativos, 39
- Gráfico 5: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de infraestructura en áreas deportivas?, 56
- Gráfico 6: Áreas deportivas, 57
- Gráfico 7: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas recreativas?, 58
- Gráfico 8: Áreas recreativas, 59
- Gráfico 9: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?, 60
- Gráfico 10: Áreas Tecnológicas, 60
- Gráfico 11: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?, 62
- Gráfico 12: Áreas ecológicas, 62
- Gráfico 13: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?, 63
- Gráfico 14: Área de investigación, 64
- Gráfico 15: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?, 65
- Gráfico 16: Áreas comunales, 65
- Gráfico 17: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de desarrollo del talento?, 66
- Gráfico 18: Áreas de desarrollo de talento, 67
- Gráfico 19: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?, 68
- Gráfico 20: Oferta educativa, 68
- Gráfico 21: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Servicios en la Unidad Educativa "Surcos"?, 69
- Gráfico 22: Oferta de servicios, 69
- Gráfico 23: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Servicios en la Unidad Educativa "Surcos"?, 70
- Gráfico 24: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura en áreas deportivas?, 71
- Gráfico 25: Áreas deportivas, 72
- Gráfico 26: Áreas recreativas, 73
- Gráfico 27: Áreas recreativas, 74
- Gráfico 28: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?, 75
- Gráfico 29: Áreas tecnológicas, 76
- Gráfico 30: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?, 77
- Gráfico 31: Áreas ecológicas, 77
- Gráfico 32: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?, 78
- Gráfico 33: Áreas de investigación, 79

- Gráfico 34: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?, 80
- Gráfico 35: Áreas comunales, 81
- Gráfico 36: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en las áreas del desarrollo de talento humano?, 82
- Gráfico 37: Áreas de desarrollo y talento, 82
- Gráfico 38: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta educativa actual de Surcos?, 83
- Gráfico 39: Oferta educativa, 84
- Gráfico 40: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta de servicio actual de Surcos?, 84
- Gráfico 41: Oferta de servicios, 85
- Gráfico 42: Oferta educativa, 86
- Gráfico 43: Dimensiones Macro segmentación, 91
- Gráfico 44: Canal de Distribución, 107
- Gráfico 45: Ubicación, 108
- Gráfico 46: Plano de la Institución, 109

RESUMEN EJECUTIVO

El Sector de la Educación en los últimos años ha sido sujeto de varios cambios, por lo que todas las Instituciones Educativas han visto la necesidad de mejorar procesos, infraestructura y pensum educativo. Por todos estos cambios las exigencias y la competencia en este mercado se vuelve cada vez más competitivo. El Marketing Educativo que muestra cada vez más avances y mayor popularidad en el medio consiste en aplicar técnicas y principios de Marketing Empresarial a los Centros Educativos. Los aspectos fundamentales en los que se basa es mejorar la capacitación de los alumnos, incrementar el número de estudiantes y la satisfacción al cliente entre los más importantes.

El presente Plan de Marketing empieza con un análisis completo del entorno en donde se va a realizar el proyecto. Adicionalmente un análisis interno de todos los factores que conforma el nicho de estudio. Dentro de toda empresa es vital conocer un análisis FODA por lo que se analiza cada uno de los componentes de manera detallada para poder evaluar la situación actual de la Unidad Educativa “Surcos”.

La investigación de Mercado se basa fundamentalmente en conocer las necesidades que tienen los clientes actuales como padres de familia, estudiantes, docentes y personal administrativo que ya trabaja con la institución. Adicional con la aplicación de la misma se quiere poder descubrir las principales falencias que sienten los clientes directos y potenciales. Evaluando así la imagen que se está entregando al nicho de mercado.

Conociendo todas las debilidades y fortalezas que posee la institución se elaboraron estrategias que ayudan a enfocarse en el Objetivo principal el cual consiste en incrementar el número de estudiantes de manera drástica convirtiéndose de esta manera en una Unidad Educativa más competitiva dentro del Mercado. Las estrategias se basan en mejorar el Servicio al Cliente, mejorar la Malla Curricular en idiomas debido a que por las reformas del Sistema Educativo, la competencia para Instituciones Particulares es cada vez más difícil por lo que se necesita ofrecer servicios adicionales que ayuden a la formación de los estudiantes desde temprana edad.

Finalmente con el Análisis Financiero, tomando en cuenta los 2 escenarios con estrategias y sin estrategias se puede notar claramente que el Plan es viable debido a que con esto se está incentivando los ingresos y los gastos de igual proporción justificando así la inversión que ha venido realizando años atrás. Por lo que el Proyecto es plenamente viable con las estrategias y objetivos propuestos.

INTRODUCCIÓN

Al ser la educación un sector muy importante para el desarrollo de una nación, convirtiéndose en una prioridad y una obligación tanto para los padres de familia como para el Estado Ecuatoriano, que todos los niños y jóvenes asistan a una institución educativa para desarrollar competencias y adquirir conocimientos necesarios para su preparación profesional, es conveniente que se realice un análisis, la planificación, la estrategia, el control y el desarrollo de una cultura de calidad educativa permanente para poder acreditar y permanecer en un ambiente tan riguroso, cómo lo exige la autoridad en la actualidad. Ya que desde varios años atrás el Gobierno Nacional esta preñdiendo que el sistema educativo sea un pilar fundamental dentro del desarrollo del país, por esta razón el sector educativo se ha tenido un cambio significativo, principalmente si nos referimos a las instituciones educativas fiscales y fiscomisionales.

Actualmente existen varias instituciones preferidas dentro de la ciudad, estas preferencias básicamente están dadas por las siguientes características o beneficios que ofrecen, el buen nivel de educación, ubicación, la facilidades que ofrece a los alumnos cuando estos desempeñan alguna otra actividad y especialmente los costos. Por lo que la diferencia entre una institución particular y una fiscal es muy notoria al topar el tema de costos principalmente por este motivo las instituciones educativas fiscales son las que más número de aspirantes tienen, que muchas veces no logran cubrir la demanda dentro de la población.

Mientras que dentro de la Instituciones Educativas particulares donde los costos son similares en este sector se toman en cuenta características de la Institución que se encuentran dentro del mismo rango de precio y le ofrece una mayor comodidad por el sector donde esté ubicada su residencia para toman la decisión de inscribir a sus hijos en una u otra Institución Educativa no así analizando los beneficios que esta debería brindar a los niños y jóvenes para su desarrollo profesional a futuro.

Con el planteamiento de este plan de Marketing se pretende conocer y las preferencias de los usuarios y poder contar con un plan de acción que ayude a la institución educativa a estar preparada para los cambios que tienen que afrontar dentro de un mercado muy competitivo.

1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Para lograr el desarrollo del presente plan de marketing se realizará un análisis completo de la situación actual del sector la cual se divide en tres ambientes: interno, cliente y externo. Este análisis es uno de los puntos claves ya que contribuye para establecer una mejor planeación y una mejor toma de decisiones. (Ferrell, 2006)

1.1 ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO

1.1.1 Objetivos y estrategias actuales

El Ministerio de Educación en su afán de mejora se encuentra re diseñando diversos procesos y procedimientos uno de ellos es el PEI (Proyecto Educativo Institucional); el cual es un documento institucional de planificación estratégica. Para lograr diseñar este requerimiento la Institución Educativa “Surcos” se encuentra trabajando y elaborando su propio Plan Estratégico.

La Unidad Educativa “Surcos” desde el presente año está aplicando la gestión empresarial en la institución. La implementación de la misma empezó con el desarrollo del Plan Estratégico la cual es una herramienta de la alta dirección que recoge las decisiones estratégicas corporativas que se adoptan hoy, en referencia con lo que se desea lograr en los próximos años.

El Plan Estratégico de esta institución se establece de la siguiente manera:

Misión

“Somos una Unidad Educativa y un Centro de Desarrollo Infantil, con infraestructura confortable distribuida en áreas: tecnológicas, recreativas, deportivas, ecológicas y de investigación. Educamos y desarrollamos en las niñas, niños y adolescentes el conocimiento científico y tecnológico mediante el análisis y la reflexión. La habilidad de hablar, leer, escribir y entender el idioma Inglés. Se fomenta la práctica de valores como la responsabilidad, el respeto y la honestidad; nuestra comunidad educativa interactúa en un ambiente familiar y con amor, sabemos que la educación contribuye a la formación de seres humanos íntegros y con ello apoyamos al progreso del país”.

Visión

La Unidad Educativa Surcos y el Centro de Desarrollo Infantil Surquitos para agosto del 2019 se consolidarán como una Institución Educativa con 600 estudiantes que se desarrollan en un entorno seguro, confortable y con responsabilidad social y ecológica; contará con la certificación del Bachillerato Internacional (PEP) para la escuela primaria; el 90% de estudiantes de séptimo, décimo y tercero de bachillerato acreditarán una certificación internacional en el idioma inglés. La Institución será reconocida por haber obtenido los primeros puestos en sus participaciones intercolegiales en tres eventos académicos, culturales y/o deportivos y por la publicación de dos obras literarias creadas por sus estudiantes.

1.1.2 Disponibilidad de recursos

Constituyen un análisis completo de los recursos financieros, humanos y experiencias, así mismo la relación clave con sus socios, alianzas estratégicas con sus clientes y proveedores que ayuden a evaluar la disponibilidad de recursos.

Infraestructura

Actualmente la institución se encuentra ubicada en el sector de la Urbanización Urabá, cuenta con una moderna infraestructura, áreas verdes, espacios recreativos y deportivos, aulas amplias y confortables. Se encuentra ubicado en el sector de la Urbanización Urabá.

Posee 10 000 m² de terreno con proyección a 5 000 m² adicionales distribuidos de la siguiente manera:

- Parqueadero interior de buses y busetas que brindan una mayor seguridad de los estudiantes.
- Área exclusiva para preescolar con juegos infantiles y espacios verdes.
- Laboratorios de Ofimática, Física y Química.
- Cancha de fútbol, pista atlética, canchas múltiples de básquet y voley.

- Biblioteca.
- Sala de arte y música.
- Comedor escolar.

El Colegio está construido bajo los más altos estándares de calidad educativa, ambientes modernos e innovación tecnológica.

Recursos humanos

Actualmente la institución cuenta con recursos humanos altamente calificados de los cuales se pueden clasificar en personal docente, administrativo y de apoyo, siendo el primer grupo el más numeroso por ende la Institución Educativa deberá centrar su atención para mantener un buen clima laboral y es por esta razón se lo ha dividido en 3 grupos según el nivel educativo al que ellos imparten sus conocimientos.

Tabla 1: Cuerpo Docente

Pre escolar	Numero de Docente
Cristina Cadena	3
Cecilia Molina	
Monica Monroy	

Educacion General Basica Elemental	Numero de Docente
Gaby Paez	8
Viviana Pineda	
Paola Segovia	
Katy Cedeño	
Dario Rubio	
Valeria Pasquel	
Marcelo Delgado	
Caronila Jaramillo	

Educacion General Basica y Bachillerato	Numero de Docente
Galo Almeida	16
Galia Hernandez	
Edwin Morales	
Fausto Ruiz	
Elfida Martinez	
Edgar Calderon	
Milton Mendoza	
Rubi Morillo	
Miriam Defaz	
Jose L. Calahorrano	
M. Angles Suquitana	
Teresa Gortaire	
Marco Landeta	
Mayra Davila	
Paulina Meneses	
Roberto Burbano	

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

Proveedores

Actualmente la Unidad Educativa “Surcos” no cuenta con un proceso de selección de proveedores, al ser una institución que ofrece un servicio no

requiere de proveedores de materia prima pero si tiene la necesidad de contar con algunos materiales de apoyo para para el desarrollo de sus actividades dentro de sus 3 niveles de educación y adicionalmente debe contar con recursos tecnológicos que ayudan a complementar y reforzar lo que está establecido dentro de la planificación de cada año lectivo.

El principal proveedor de libros o textos educativos es el Grupo Santillana el cual se encarga de brindar asesoría y capacitación en la Unidad Educativa, con la finalidad de contar siempre con el mejor material educativo en base a una revisión anual para tener el mejor texto que se ajuste a la malla curricular, todo este proceso se realiza antes de iniciar la matriculación.

Actualmente la Unidad Educativa cuenta con varios proveedores entre los que se pueden mencionar:

Claro - Proveedor de internet

Dissanty - Materiales de oficina

Galo Yépez - Escuela de natación

1.1.3 Cultura y estructura de la organización

La cultura de una organización se sintetiza en el valor que las personas dan a una empresa; es decir su código de conducta su reglamento interno y su estilo de comunicación con sus clientes internos y externos.

La Unidad Educativa Surcos fomenta una cultura dentro de sus instalaciones es decir lograr establecer una comunicación directa con todos los niveles organizacionales dentro de la institución; logrando así que los trabajadores o estudiantes no se sientan devaluados o frustrados sino más bien brindar un ambiente adecuado donde se consideren apreciados, respetados y capaces de desarrollar diversas actividades y destrezas. Es por esto que se han establecido los siguientes valores, principios y políticas.

Valores

FORTALECIDOS	POR CONSOLIDAR
<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD • RESPETO • HONESTIDAD 	<ul style="list-style-type: none"> • PUNTUALIDAD • SOLIDARIDAD • CONFIANZA

Principios

Tabla 2: Principios Fortalecidos

PRINCIPIOS FORTALECIDOS	
Educación personalizada	Impulsa una educación personalizada al identificar a cada alumno como una persona única e irrepetible
Educación en ambiente familiar	Los niños, niñas y adolescentes se desarrollan en un ambiente de buen trato, con amor, respeto, comprensión y seguimiento permanente a su vida y actividades diarias
Educación en valores	Se promueve la práctica de valores humanos en todos los ámbitos de sus vida, como ejes de sana convivencia
Coeducación	Se considera a hombres y mujeres como seres humanos capaces de interrelacionarse y vivir en armonía, en igualdad de género
Enfoque en derechos	Considera a cada miembro de la comunidad educativa como ser humano con derechos y obligaciones
Comunidad de aprendizaje	Todos los miembros de la comunidad educativa a través del diálogo y la comunicación son entes de intercambio de aprendizaje y saberes
Evaluación	Se establece la evaluación integral como un proceso permanente y participativo
Flexibilidad	El proceso educativo será flexible, se adecuará a las necesidades y diversidad de la población estudiantil, dando apertura al mundo que le rodea
Laicismo	Se garantiza la educación laica, se respeta y mantiene la independencia frente a las religiones, cultos y doctrinas evitando la imposición y asegurando la libertad de conciencia de cada uno de los miembros de la comunidad educativa

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

Tabla 3: Principios por consolidar

POR CONSOLIDAR	
Educación para el cambio	Reconoce a las niñas, niños y adolescentes como centro del proceso de inter-aprendizaje con visión a participar en la construcción y el desarrollo del país.
Desarrollo de procesos	El proceso educativo de Surcos está direccionado al desarrollo cognitivo, afectivo y psicomotriz de los niños.
Educación para la democracia	Se considera al Establecimiento Educativo como espacio democrático propicio para el ejercicio de los derechos humanos, la participación ciudadana e integración social.
Amor a la naturaleza	Los miembros de la comunidad educativa Surcos se desenvuelven en un ambiente de respeto, protección y conservación de los recursos naturales de su entorno.
Corresponsabilidad	La formación e instrucción de los niños, niñas y adolescentes es un esfuerzo compartido entre la escuela, la familia y la sociedad ecuatoriana.
Motivación	Se promueve el esfuerzo individual y la motivación de educandos y educadores como factor primordial para alcanzar una educación de calidad.
Cultura de paz y solución de conflictos	Orientados a la convivencia armónica y a una sociedad justa, a la no violencia en todos los espacios del accionar de la comunidad educativa.
Bilingüismo	Se reconoce el derecho del estudiantado a formarse en la lengua que oferta la Institución (Español) y el uso y aplicación de un segundo idioma.
Pertinencia	Se garantiza a los niños, niñas y adolescentes una formación e instrucción que responda a las necesidades de su entorno social, natural y cultural en los ámbitos local, nacional y mundial.

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

Políticas

Tabla 4: Políticas

PUNTUALIDAD	Iniciamos todas nuestras actividades según la hora programada.
TRATO CORTES, CORDIAL Y AMABLE	Compartimos un entorno agradable, donde reina la amabilidad, cortesía y cordialidad entre todos los miembros de la comunidad educativa.
EVITAMOS EL MALTRATO	En Surcos no se permite el maltrato, físico y emocional, entre y hacia nuestros estudiantes.
EQUIDAD Y SUPERACIÓN	Actuamos con imparcialidad, motivación y promovemos la superación personal y emocional como pilares de bienestar integral de nuestros colaboradores.
PRÁCTICA DE HÁBITOS Y VALORES	Estamos convencidos que la práctica de valores y hábitos son esenciales en el desarrollo y relación entre seres humanos.
IDENTIDAD	Los miembros de la comunidad educativa se identifican y cumplen con pasión la filosofía institucional.
COMUNICACIÓN	La comunicación eficaz y eficiente es la primera herramienta para mantener una buena relación entre los miembros de la Comunidad Educativa.

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

1.2 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO

1.2.1 Competencia

Actualmente la Unidad Educativa Surcos se encuentra en el distrito La Delicia, Zona 9 correspondiente al Cantón Quito en la cual se encuentran registradas 275 instituciones educativas. De las cuales se han dividido 2 grandes grupos:

Competencia de marca

Se consideran a las instituciones particulares dentro del distrito La Delicia teniendo un total de 148 las mismas que se dividen en cuatro sub categorías para un mejor análisis de la competencia.

Según el tipo de educación que imparten se tiene que 133 instituciones educativas tienen una educación regular es decir cuentan con un horario pre establecido.

Tabla 5: Tipo de Educación

Tipo de Educación	
Educacion Especial	1
Educacion Regular	133
Popular Permanente	9
No escolarizada	5
Total	148

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Posteriormente a las instituciones que ofrecen una educación regular se las dividió según su zona política administrativa teniendo que 106 instituciones se encuentran dentro de los predios urbanos.

Tabla 6: Zona Geográfica

Zona	
Urbana	106
Rural	27
Total	133

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

El siguiente parámetro que se tomó para el análisis de la competencia es el nivel o niveles de educación que se imparten en la institución existiendo 21

instituciones educativas que ofrecen los 3 niveles de educación: Inicial, Educación General Básica y Bachillerato.

Tabla 7: Niveles de Educación

Niveles de Educacion	
Inicial	1
Inicial - Educacion General Basica	41
Educacion General Basica	26
Educacion General Basica- Bachillerato	17
Inicial-Bachillerato	21
Total	106

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Por último se las clasifíco según si ideología

Tabla 8: Ideologías

Ideologia	
Religiosa	1
Laica	20
Total	21

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Teniendo como resultado que únicamente 20 instituciones dentro del distrito La Delicia son consideradas como competencia directa ya que cumplen con los parámetros anteriormente mencionados.

Las principales instituciones educativas consideradas como competencias son:

- Alexander Wandemberg Internacional
- Alexander Gustave Eiffel
- Brasil
- Francesco Riccati, etc.

Competencia de producto

En este segmento se consideran a las instituciones educativas públicas (fiscales y municipales) que cumplan con los parámetros mencionados en el inciso anterior teniendo como competencia indirecta 2 instituciones:

- María Angélica Idrobo
- Nono

1.2.2 Aspectos Legales y regulatorios

Para el análisis Jurídico se tomara como referencia la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) y su Reglamento, que procura garantizar la educación en el Marco del Buen Vivir.

El Art. 2 trata sobre los principios generales de la educación donde se pueden mencionar varios puntos importantes: (Ley Orgánica de Educación Intercultural , 2011)

- Universalidad.- La educación es un derecho humano fundamental y es deber ineludible e inexcusable del Estado garantizar el acceso, permanencia y calidad de la educación para toda la población sin ningún tipo de discriminación.
- Libertad.- El Estado garantiza la pluralidad en la oferta educativa en todos los niveles.

- Aprendizaje permanente.- La concepción de la educación como un aprendizaje permanente, que se desarrolla a lo largo de toda la vida.
- Educación en Valores.- La educación debe basarse en la transmisión y práctica de valores.
- Igualdad de Género.- La educación debe garantizar la igualdad de condiciones, oportunidades y trato entre hombres y mujeres
- Calidad y Calidez.- Garantiza el derecho de las personas a una educación de calidad y calidez, pertinente adecuada, contextualizada, actualizada y articulada en todo el proceso educativo.

De acuerdo al Art. 37 el Sistema Nacional de Educación está compuesto por tipos, niveles y modalidades educativas.

Dentro de este se encuentran dos tipos de educación escolarizada y no escolarizada con pertinencia cultural y lingüística.

- Educación Escolarizada.- es acumulativa, progresiva, conlleva a la obtención de un título, tiene un año electivo cuya duración se definirá técnicamente; corresponde a estándares y currículos. Brindando la oportunidad de formación y desarrollo de las y los ciudadanos dentro de los niveles inicial, básico y bachillerato.

Dentro de este tipo de educación encontramos tres niveles:

Educación inicial: es corresponsabilidad de la familia, la comunidad y el Estado con atención a los programas públicos y privados relacionados con la protección de la primera infancia.

La educación de los niños y niñas desde su nacimiento hasta los tres años de edad es responsabilidad de la familia, mientras que la educación entre tres y cinco años es obligación del Estado en sus diversas modalidades.

Educación General Básica: empieza a partir de los cinco años y está compuesta por diez años de atención obligatoria en los que se refuerzan capacidades y competencias adquiridas anteriormente, para así continuar con el bachillerato.

Bachillerato: el bachillerato general unificado comprende tres años de educación obligatoria. Los estudiantes cursarán un tronco común de asignaturas y también podrán optar por las especializaciones:

- Bachillerato en Ciencias: ofrecerá una formación complementaria en las áreas científicas- humanísticas.
- Bachillerato Técnico: ofrecerá una formación en complementaria en áreas técnicas. (Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2011)

Con relación al Séptimo capítulo de la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el Artículo 53 que trata sobre los tipos de instituciones educativas las que pueden ser públicas, municipales, fiscomisionales y particulares.

- Las instituciones públicas: pueden ser fiscales, municipales, de fuerzas armadas o policía. Su educación es laica y gratuita.
- Las instituciones fiscomisionales: son aquellas cuyos promotores son congregaciones, órdenes o cualquier denominación confesional o laica, garantizando una educación gratuita y de calidad.
- Las instituciones particulares: están constituidas y administradas por personas naturales o jurídicas de derecho privado podrán impartir educación en todas la modalidades (Ley Orgánica de Educación Intercultural , 2011)

Siendo una Institución Educativa Particular la escogida para este caso de estudio, es conveniente mencionar el Séptimo Capítulo del Reglamento de la Ley Orgánica de Educación Intercultural en su Artículo 92 donde indica los requisitos que se para obtener la autorización y funcionamiento las cuales se destallan a continuación. (Reglamento Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2012)

- Propuesta pedagógica a la que se adscribe la institución educativa.

- Certificación de que las edificaciones de la institución cumple con los estándares de infraestructura y equipamiento fijados por la Autoridad Educativa Nacional.
- Plan de reducción de riesgos donde consten las acciones para enfrentar situaciones de emergencia o desastre.
- Informes de las Unidades de Gestión de Riesgos, Administración Escolar y Asesoría Jurídica del Nivel Distrital en el que los acredite la factibilidad de uso del inmueble.

Para la presente investigación se tomó el caso de una institución particular a continuación se describen los requisitos específicos para este tipo de instituciones.

- Justificación de perfiles del cuadro de directivos y docentes de la institución educativa.
- Los promotores deben presentar el estudio económico-financiero que demuestre que el proyecto educativo es viable y sostenible, que les asegure la continuidad del servicio educativo a sus posibles usuarios y que respete el principio constitucional de prestación de servicio educativo sin fines de lucro.
- Los promotores deben presentar una declaración juramentada de que no se hallan inmersos en las prohibiciones señaladas en la ley.

Una vez presentados los requisitos anteriormente mencionados La Institución Educativa contará con una autorización inicial la cual tiene una duración de seis meses en este plazo la institución deberá demostrar que cumple con los requisitos, conforme a los informes presentados por los auditores educativos los mismos que se encargan de emitir una autorización de funcionamiento por cinco años plazo.

Posteriormente para la renovación de esta autorización de funcionamiento las instituciones educativas deberán cumplir con los requisitos establecidos para la creación y adicionalmente se incluirán estándares de calidad de la educación que deberán ser cumplidos.

Durante todo el tiempo de funcionamiento los establecimientos educativos deben contar con la siguiente documentación, establecida en el Artículo 103 del Reglamento de la Ley Orgánica de Educación Intercultural, que menciona los siguientes puntos. (Reglamento Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2012)

- Resolución de autorización de funcionamiento y sus reformas.
- Certificación en la que conste que la infraestructura cumple con las normas de sanidad y seguridad.
- Título de dominio o contrato de arriendo de inmueble que ocupa.
- Inventario actualizado del mobiliario, equipamiento, recursos didácticos y laboratorios.

- Instrumentos que demuestren la relación laboral del personal directivo docente y administrativo, y copias de sus títulos profesionales.
- Proyecto Educativo Institucional debidamente registrado por el Nivel distrital.
- Código de Convivencia ratificado por el Nivel Distrital.
- Reporte del registro de matrículas y promoción estudiantil actualizado anualmente.
- Balances y Estados Financieros.

Toda institución educativa debe contar con una denominación, un nombre específico y un código según sus niveles y modalidades. Tomando en cuenta que dentro de cada Distrito no puede repetirse el nombre de una institución.

De acuerdo con el Artículo 110 para nombrar a las instituciones educativas se deben considerar las siguientes: (Reglamento Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2012)

- Fundadores de la nación ecuatoriana.
- Héroe y personajes ilustres.
- Personajes prominentes de la cultura, la ciencia y el arte.
- Docentes memorables por su labor en beneficio de la sociedad.

- Fechas que recuerden hechos memorables de la historia.
- Continentes, países provincias, ciudades, montañas, ríos, etc.

En cuanto a las regulación sobre el pago de pensiones y matrículas al Acuerdo Ministerial 0387-13 establece los parámetros para el cobro de matrículas y pensiones por de los establecimientos educativos.

El costo de la educación se constituirá de la suma de los siguientes componentes, sin que pueda generarse ningún adicional a los componentes descritos a continuación:

- Gestión educativa.
- Costo administrativos.
- Costo de consejería estudiantil.
- Costo financieros.
- Provisión para reservas y excedentes.

Cada costo de los componentes será contabilizado desde el primer día del año lectivo hasta el día inmediato anterior al inicio del año siguiente. A continuación se detallaran cada uno de los componentes para establecer el costo de la educación.

Gestión Educativa

Este costo constituye los siguientes factores:

- Costo de la gestión de las autoridades educativas y directivos.
- Costo de la actividad docente.
- Costo de la planta de apoyo docente.
- Costo de la formación, capacitación y perfeccionamiento docente.
- Costo de operación y mantenimiento de equipos e infraestructura educativa.
- Costo de depreciación de equipos e infraestructura existente, destinados al desarrollo de actividades educativas.
- La provisión para reposición de activos fijos destinados al desarrollo de actividades, cuyo cálculo resultara de la diferencia entre el costo de reposición y depreciación acumulada de los mismos.
- Costo de software educativo y sus licencias.
- Costo de materiales y otros insumos didácticos e informáticos, tales como materiales para estudiantes y materiales para uso pedagógico en el aula.
- Costo de equipamiento y operación de bibliotecas y acceso a acervos físicos y digitales.

- Amortización anual por pago de acreditaciones internacionales de excelencia educativa reconocidas por el Ministerio de Educación (EFQM, SACS, AP y BI) y sus costos periódicos derivados.
- Costos de actividades extracurriculares.

Costos administrativos

Está constituido por costos generados por la implementación de los procesos de apoyo que permiten el correcto funcionamiento del establecimiento educativo y el bienestar de la comunidad educativa. Los conceptos de costos administrativos son:

- Costo de operación y mantenimiento de equipos e infraestructura, se excluye a los destinados a la gestión educativa.
- Costo de depreciación de equipos e infraestructura existente, se excluye a los destinados a la gestión educativa.
- Provisión de reposición para activos fijos no educativos.
- Costos de aseguramiento de equipos e infraestructura general y de responsabilidad civil frente a terceros.
- Remuneraciones de personal, se excluye a los destinados a la gestión educativa.

- Costos servicios básicos.
- Costos de materiales y otros insumos, se excluye a los destinados a la gestión educativa.
- Amortización anual por pago de certificaciones internacionales de calidad administrativa y sus costos periódicos derivados.
- Costo de comunicación y difusión de la actividad del establecimiento.

Costo de consejería estudiantil

En este costo se incluyen los servicios que reciben los estudiantes a través del departamento de consejería estudiantil.

Costos financieros, impuestos prediales y tasa

Constituyen los pagos que se generen por concepto de intereses, comisiones y gastos vinculados con el financiamiento de los recursos; también se consideran los impuestos prediales y tasas municipales correspondientes a los inmuebles de propiedad del establecimiento y efectivamente destinados para su funcionamiento.

Provisión para reservas y excedentes

Constituyen las provisiones financieras cuyo porcentaje se encuentra establecido por conformidad con la legislación tributaria y que la institución realiza con el objetivo de contar con recursos para garantizar la oferta del servicio de calidad y estabilidad, entre las provisiones se podrá establecer una reserva para pensiones incobrables.

Los parámetros aplicables a los componentes del costo de la educación se aplicaran los siguientes porcentajes mínimos y máximos detallados a continuación.

- El costo de gestión educativa corresponderá al menos al 50% del valor total del costo de educación; observando que el rubro de pago a los docentes represente al menos el 70% del referido al costo de gestión educativa.
- Los costos administrativos corresponderán a un máximo del 35% en relación al costo de la educación.
- El monto acumulado de la provisión para reservar no podrá exceder el 5% del costo de la educación.
- El monto acumulado de la provisión para reservas no podrá exceder al presupuesto anual de la institución educativa del año inmediato anterior al periodo de determinación.

- El excedente, de existir, no podrá ser mayor al 10 % del costo de la educación.

El costo de la educación por estudiante resultará del cálculo del costo total de la educación correspondiente a un periodo lectivo, dividido para el número promedio de estudiantes matriculados en los tres últimos periodos lectivos. Para este cálculo las instituciones educativas nuevas consideraran un estimado de estudiantes durante los 3 primeros años de operación, teniendo como máximo el límite de la capacidad de infraestructura efectivamente instalada.

Los valores de matrícula y pensión mensual resultaran del costo de la educación por estudiante. Por concepto de matrícula se puede tener un costo de máximo el 75% del valor de la pensión mensual neta. La sumatoria del total del ingreso por concepto de cobro de matrículas y pensiones no podrá ser superior al costo de la educación en el estado establecimiento educativo.

La institución podrá establecer una función de costo por nivel y diferenciar el cobro entre educación inicial, educación general básica y bachillerato. La diferencia de costo de la educación entre cualquiera de los niveles ofertados no podrá ser mayor a 10%.

Continuando con el capítulo 3 del Acuerdo ministerial 387-13 el cual tiene como titulo la ubicación en los rangos y el cobro de pensiones y matrículas.

Para el cobro de pensiones y matrículas, las instalaciones educativas deberán cumplir con los estándares de calidad educativa establecidos en la categoría de

gestión escolar, en las dimensiones de planificación estratégica, gestión administrativa, pedagógica, curricular, convivencia escolar e infraestructura escolar; y en la categoría de desempeño profesional, en las dimensiones de desarrollo profesional y aprendizaje, se ubicaran dentro de un de los siguiente rangos.

Rango 3.- las instituciones cuyo componente de costo de gestión educativa es al menos del 70% del costo de la educación y no tuviere excedente, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo total de 10% en relación al cobro efectivamente realizado en el periodo escolar inmediatamente anterior; dentro del margen debidamente autorizado.

Rango 2.- Las instituciones cuyo componente de costo de gestión educativa es al menos del 60% del costo de la educación y su excedente no supere al 5%, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo total de 5% en relación al cobro efectivamente realizado en el periodo escolar inmediatamente anterior, dentro del margen debidamente autorizado.

Rango 1.- Las instituciones educativas cuyo componente de costo de gestión educativa es al menos del 50%, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo del 5% en relación al cobro efectivamente realizado en el periodo escolar anterior, dentro del margen debidamente autorizado.

El costo total de los útiles escolares, textos impresos o digitales y de los uniformes requeridos por los establecimientos no podrá exceder, al salario básico unificado.

1.2.3 Tendencias Socioculturales

Dentro los factores sociales que inciden en el análisis del macro entorno se tomaran estadísticas proporcionadas por el INEC, dentro de las que se encuentran:

La pobreza por necesidades básicas insatisfechas

En referencia a la población del Cantón Quito existe una población de 659.233 personas que están en un nivel de pobreza lo que representa el 29.7 % de la población; mientras que el 70,3% se encuentran fuera de un nivel de pobreza lo que equivale a 1 573 772 habitantes.

En el área urbana se obtuvieron los siguientes datos 1 192.337 no se encuentran en un nivel de pobreza mientras que el 403. 658 viven bajo condiciones de pobreza según las necesidades básicas insatisfechas.

En el área rural 371 435 personas que se encuentran sobre el nivel de pobreza mientras que 255.575 están en nivel del de pobreza. Todos estos datos han sido tomados de la información censal. (Informacion Censal, 2012)

Trabajo infantil

Según el reporte de Trabajo Infantil presentado por el INEC, establecen los siguientes datos:

De los niños y jóvenes que tienen entre 5 y 17 años de edad un 8,56% realizan actividades de trabajo infantil dentro del territorio nacional. De los cuales un 75,1 % de los niños que trabaja asiste a clases, siendo la gran mayoría niños en que se encuentran en nivel educación básica.

Teniendo en la Provincia de Pichincha una tasa del 5,2% de niños que están en condiciones de trabajo.

Acceso a internet

Los datos sobre cuantas personas tienen acceso a tecnología y comunicación se obtuvieron de la Información censal que proporciona el INEC. (Información Censal , 2012)

En cuanto al acceso a internet se puede decir que 942.682 pobladores con edad mayor a 5 años cuentan con internet lo que representa el 46,27% de toda la población del cantón Quito mientras que 977.956 pobladores en el mismo rango de edad no han tenido acceso a internet lo que equivale a 48% de la población y el 5,73% desconoce si cuenta o no con internet.

Analfabetismo

Para este caso se tomaran datos de la población mayor a quince años que no sabe escribir ni leer dentro la ciudad de Quito teniendo un total de 30 842 personas siendo el 31%. De esta población 9419 son de sexo masculino, el 69% restante

pertenecen a personas de sexo femenino que equivalen a 21 424. (Informacion Censal , 2012)

Ingresos y gastos de los hogares

Estos datos han sido tomados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares 2011-2012 (Ingresos y Gastos por hogares , 2012).

El ingreso promedio de los hogares en el área urbana es de 1046 dólares mientras que en el área rural es de 567. Los gastos promedios en los hogares en el área urbana son de 943,2 dólares y en la zona rural es de 526, 2. Teniendo que el porcentaje que los hogares gastan en educación a nivel nacional representa el 4,4% de los gastos, observándose una notable diferencia entre las dos zonas ya que se registra que en el área urbana el gasto por este concepto es 2,5 veces más que en el área rural.

1.2.4 Demográficas

La Ciudad de Quito, capital de Ecuador se encuentra dentro de la Provincia de Pichincha está conformada por 8 cantones, teniendo como principal el Cantón Quito que tiene 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales, con una superficie habitada de 423 050,5 km² de la cual únicamente el 12% es zona urbana equivalente a 52 479 km². (Estévez, 2010)

De acuerdo a los datos del último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, cuenta con una población de 2 239 191 habitantes, distribuidos de la siguiente manera (Estévez, 2010)

Tabla 9: Población de Quito

Población		
	Habitantes	Porcentaje
Urbano	1.618.533	72%
Rural	620.658	28%
Total	2.239.191	100%

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado: Alex Abril

Habiendo registrado un incremento de población aproximada del 2,2 % con relación al año 2001.

En la población se determinaron cinco clasificaciones étnicas distribuidas de la siguiente manera. (Noticias Quito , 2011)

- 1 854 050 habitantes que corresponde al 82,8% se consideran mestizos.
- 150 026 habitantes que corresponde al 6,7% se consideran blancos.
- 91 807 habitantes que corresponde al 4,10% se consideran indígenas.
- 105 242 habitantes que corresponde al 4,7% se consideran afroecuatorianos.
- 31 349 habitantes que corresponde al 1,4% se consideran montubios.

En relación con la población educativa de 5 a 18 años se evidencia un incremento en las parroquias rurales de aproximadamente 1,5% en tanto que en las

parroquias urbanas se tienen un decrecimiento del 7% desde el ciclo educativo 2010-2011 al ciclo educativo 2012-2013 (Reportes de registro educativo , 2013)

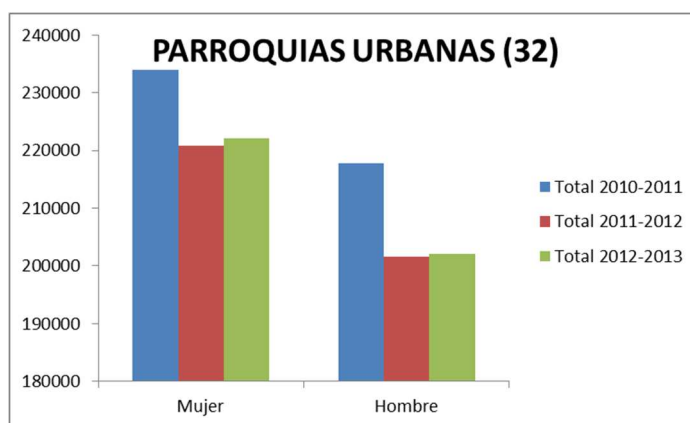
Tabla 10: Parroquias Urbanas

PARROQUIAS URBANAS (32)					
Total 2010-2011		Total 2011-2012		Total 2012-2013	
Mujer	233995	Mujer	220837	Mujer	222043
Hombre	217718	Hombre	201644	Hombre	202110

Fuente: INEC

Elaborado: Alex Abril

Gráfico 1: Parroquias Urbanas



Fuente: INEC

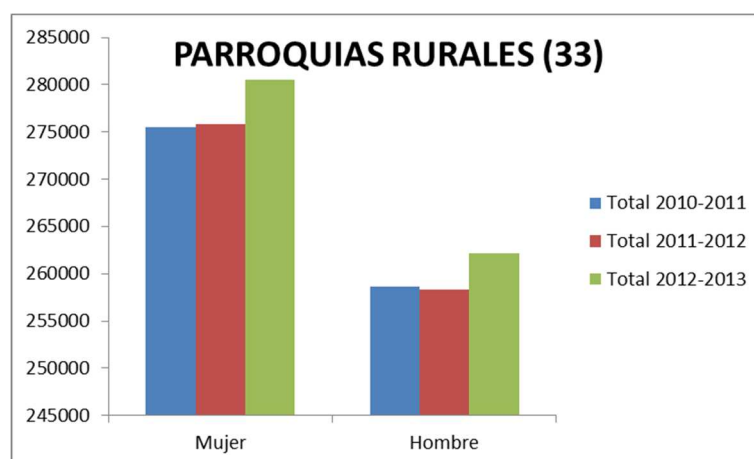
Elaborado: Alex Abril

Tabla 11: Parroquias Rurales

PARROQUIAS RURALES (33)					
Total 2010-2011		Total 2011-2012		Total 2012-2013	
Mujer	275546	Mujer	275805	Mujer	280487
Hombre	258626	Hombre	258325	Hombre	262120

Fuente: INEC

Elaborado: Alex Abril

Gráfico 2: Parroquias Rurales

Fuente: INEC

Elaborado: Alex Abril

1.2.5 Tendencias Políticas

En el mandato del Eco. Rafael Correa, se han registrado varios cambios en la estructura del Ministerio de Educación, es por esto que desde enero del 2012 se está implementando El Nuevo Modelo de Gestión Educativa que consiste en la desconcentración en zonas, distritos y circuitos que ayudaran al fortalecimiento del sistema educativo.

Actualmente el territorio Ecuatoriano se encuentra dividido en 9 zonas que se describen a continuación:

Tabla 12: Zonas Educativas

Zona 1	Esmeraldas
	Carchi
	Imbabura
	Sucumbios
Zona 2	Pichincha (excepto Cantón Quito)
	Napo
	Orellana
Zona 3	Cotopaxi
	Chimborazo
	Tungurahua
	Pastaza
Zona 4	Manabí
	Santo Domingo de los Tsáchilas
Zona 5	Bolívar
	Guayas (excepto Guayaquil, Samborondón y Durán)
	Los Ríos
	Santa Elena
	Galapagos
Zona 6	Azuay
	Cañar
	Morona Santiago
Zona 7	El Oro
	Loja
	Zamora Chinchipe
Zona 8	Guayaquil
	Samborondón
	Durán
Zona 9	Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

En total el país cuenta con 143 distritos educativos y 1117 circuitos educativos distribuidos dentro de las 9 Zonas mencionadas anteriormente. (Ministerio de Educación, 2013)

Tabla 13: Zonas, Distritos y Circuitos

Zona	Total Distritos	Total Circuitos
Zona 1	16	152
Zona 2	8	70
Zona 3	19	183
Zona 4	15	166
Zona 5	25	186
Zona 6	17	125
Zona 7	19	141
Zona 8	12	44
Zona 9	9	45
Zonas no delimitadas	3	5
TOTAL	143	1117

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Dentro de la Zona 9 se encuentran 9 distritos educativos y 45 circuitos educativos, cada distrito pertenece al cantón o a la unión de cantones dentro de provincia o área geográfica, con excepción de los cantones grandes como Quito, Guayaquil, Cuenca, Santo Domingo, Ambato donde cada distrito se organiza en sus diferentes parroquias. Cada una de las Administraciones Distritales tiene entre sus funciones el controlar el buen uso de los recursos, garantizar la universalización de la educación y asegurar que cada circuito cubra la demanda educativa en su sector.

Un circuito es “un conjunto de instituciones educativas públicas, particulares y fiscomisionales, en un espacio territorial delimitado conformado según criterios poblacionales, geográficos, étnicos, lingüísticos, culturales, ambientales y de circunscripciones territoriales especiales” (Ley Orgánica de Educación Intercultural , 2011)

Según el Artículo 31.- De la Ley Orgánica de Educación Intercultural, cada circuito tiene varias competencias que se describen a continuación:

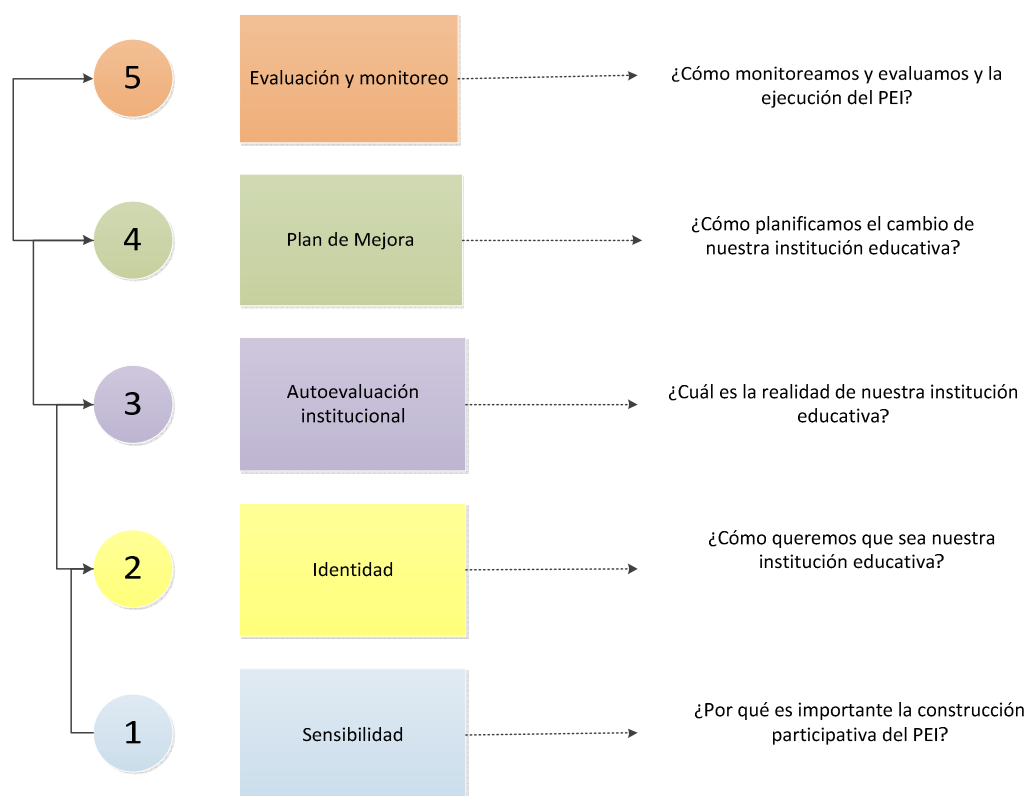
- Vigilar el cumplimiento de políticas y estándares educativos en el circuito.
- Impulsar la calidad educativa en establecimientos del circuito conjuntamente con asesores y auditores educativos.
- Diseñar e implementar planes y programas de desarrollo educativo en el circuito.
- Elaborar estrategias de mejora continua del área pedagógica incluyendo el desarrollo profesional de directivos y docentes.
- Elaborar el plan de inversión y enviarlo al distrito y al administrador del distrito.
- Dar seguimiento a la ejecución del plan de inversión del circuito.
- Verificar el cumplimiento de los planes operativos y de compras ejecutado por el administrador del circuito y evaluar su desempeño.
- Generar y consensuar propuestas de atención a la problemática social del entorno.
- Las demás establecidas en el Reglamento

Como se puede apreciar en varias de las competencias anteriormente mencionadas que corresponde a un circuito educativo, este organismo está enfocado al control y seguimiento de las instituciones educativas.

Proyecto Educativo Institucional (PEI)

Otra reforma que está realizando el Ministerio de Educación con todas las instituciones educativas a nivel nacional es la elaboración del Proyecto Educativo Institucional (PEI) el cual es un proceso de reflexión y acción estratégica de la comunidad educativa. Además es un documento público de gestión centrado en el estudiante que ayuda a la planificación estratégica institucional en el que constan acciones a mediano y largo plazo, dirigidas a asegurar la calidad del aprendizaje, que posee un conjunto de reflexiones, decisiones y estrategias que ayudan a la comunidad a la búsqueda de un objetivo con proyección de cinco años. (PEI, 2013)

A continuación se resume el proceso de construcción del PEI

Gráfico 3: Proyecto Educativo Institucional

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Estándares de Calidad Educativa

Los estándares de calidad son descripciones de los logros de los diferentes actores e instituciones del sistema educativo y señalan las metas educativas para conseguir una educación de calidad. Los mismos que tendrán las siguientes características:

- Ser objetivos básicos comunes por lograr.
- Estar referidos a logros o desempeños observables y medibles.
- Ser fáciles de comprender y utilizar.

- Estar inspirados en ideales educativos.
- Estar basados en valores ecuatorianos y universales.
- Ser homologables con estándares internacionales pero aplicables a la realidad ecuatoriana.
- Presentar un desafío para los actores e instituciones del sistema.

El principal propósito es orientar, apoyar y monitorear la acción de los actores del sistema educativo, mientras que otros usos.

Con el objetivo de asegurar la educación de los estudiantes se han propuesto 5 tipos de estándares de calidad educativa que se explican a continuación (Ministerio de Educación, 2012)

Gráfico 4: Estándares Educativos



Fuente: Ministerio Educación
Elaborado: Alex Abril

1.2.6 Tecnología

La Unidad Educativa “Surcos” cuenta con un laboratorio de computación el cual se encuentra equipado con:

- 25 computadoras
- Monitores Flats de 17”
- Internet

Para mantener al laboratorio en excelente estado se tiene planificado que se realicen mantenimientos preventivos al empezar cada año lectivo el cual

comprende actualizaciones de equipos y limpieza. Igualmente si es necesario se producen mantenimientos correctivos que se realizan cuando sean necesarios y por alguna avería específica del ordenador.

Se cuenta con 18 aulas donde se imparten clases las que están equipadas sistemas de audio y video, y constan de:

- Proyector o infocus
- Computador
- Conexión a internet
- Parlantes

Esta institución cuenta con diversos equipos tecnológicos que ayudan a incentivar el proceso educativo, en el nivel preescolar y primaria se tiene Ipads como materiales que complementa la enseñanza, mientras en la secundaria se tienen computadoras portátiles que ayudan a que las clases sean más dinámicas.

La Unidad Educativa “Surcos” desde el año electivo 2012-2013 ha implementado software educativo Sistema UNO: “Es un conjunto de soluciones educativas integradas a recursos tecnológicos y estrategias de gestión y evaluación, cuya estructuración responde a los intereses e identidad de cada institución educativa. Esta propuesta pedagógica tiene como objetivo ser aliada de un selecto número de colegios de nuestro país en un esfuerzo mancomunado para transitar hacia los más altos estándares de calidad educativa.” (Sistema Uno - Grupo Santillana, 2011). El cual se encuentra dentro del programa educativo

y el cual se imparte a los niños de preescolar y primaria en cada una de las aulas ya que cuentan con los recursos tecnológicos anteriormente mencionados para el desarrollo de esta actividad.

Dentro de su página web encontramos un acceso a la plataforma virtual la misma que se la mantiene actualizada dependiendo las actividades que se vayan desarrollando dentro de la Unidad Educativa, este software se está convirtiendo en una herramienta muy utilizada ya que permite a los padres de familia tener conocimiento de varias actividades sin tener la necesidad de acudir a la institución, igual manera en esta plataforma se pueden enviar o recibir tareas lo cual facilita al alumno la entrega de sus tareas.

1.3 ANÁLISIS DEL AMBIENTE PARA EL CLIENTE

1.3.1 Cliente interno

Partiendo de la definición de que el cliente interno es el miembro de la organización el cual recibe un resultado de un proceso anterior dentro de la misma organización, cuyas acciones influyen en la calidad del servicio prestando.

Teniendo como principales clientes internos dentro de la Unidad Educativa Surcos al personal de mantenimiento, docentes, administrativos y la de directiva de la institución. Los cuales interactúan para ofrecer un servicio educativo de calidad a sus clientes finales.

Los docentes son quienes generan el proceso principal dentro de la institución el cual es el proceso de enseñanza – aprendizaje. Por lo cual requieren de una amable atención e igualmente cubrir sus necesidades de capacitación, actualización en desarrollos tecnológicos y tecnológicos.

El personal administrativo tiene a su cargo la gestión operativa dentro de la institución, igualmente los docentes necesitan una atención amable, oportunidades laborales y pro actividad dentro de la institución.

Los directivos forman parte fundamental dentro de la institución ya que son quienes lideran la institución y necesitan información oportuna y constante para la toma de decisiones.

1.3.2 Cliente externo

El cliente externo son todas las personas de la comunidad educativa que no tienen relación con la Unidad Educativa que adquieren el servicio, como clientes externos tenemos dos principales grupos que son los estudiantes y los padres de familia.

Los estudiantes son quienes reciben el servicio directamente es de suma importancia investigar cuáles son sus necesidades y requerimientos al momento de asistir a una institución educativa.

El segundo grupo de clientes externos son los padres de familia, quienes escogen la institución educativa donde asistirán sus hijos desde temprana edad, es por eso

que es fundamental conocer cuales las características de institución educativa debería tener para que llame la atención a los padres de familia.

1.3.3 Otros clientes

Dentro del grupo de otros clientes tenemos a las instituciones gubernamentales como el Ministerio de Educación que actualmente está en proceso de regulación de la educación dentro del Ecuador, estableciendo varios estándares de calidad educativa que tienen que cumplir las instituciones para poder obtener el permiso de funcionamiento. De igual manera el Municipio de Quito es otro cliente de la institución ya que es la entidad que regula y autoriza el espacio físico para construcción de la institución educativa.

1.4 FODA INSTITUCIONAL

El Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) o en ingles SWOT, es una herramienta de planificación estratégica. Que permite conformar una matriz de la situación actual de una organización.

Las fortalezas y debilidades son aspectos internos de la institución en los cuales se pueden trabajar directamente sobre ellas. Mientras que las oportunidades y amenazas son aspectos externos a la organización por lo que es complicado modificarlas.

Tabla 14: FODA- Fortalezas

FORTALEZAS	
may-14	
Infraestructura moderna y funcional en las instalaciones de la Unidad Educativa	Variedad de actividades extracurriculares tanto deportivas como académicas.
Amplios espacios verdes y deportivos	Excelencia en el control disciplinario por parte de la inspección de la Institución
Aulas debidamente acondicionadas con sistemas interactivos	Sistema de Seguridad y Consejería dentro de la Unidad Educativa
Buena ubicación con un ambiente libre de contaminación.	Ambiente familiar e integración de los padres de familia en actividades educativas
Buen ambiente laboral	Educación personalizada con máximo 20 estudiante por aula
Personal docente altamente calificado	Servicio de transporte puerta a puerta
Excelente servicio al cliente en todas las áreas de la institución educativa	Uso e identificación del uniforme escolar logrando una buena imagen institucional

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

Tabla 15: FODA- Debilidades

DEBILIDADES	
may-14	
Ubicación a las afueras de la ciudad	Poca participación de los docentes en proyectos de la Unidad Educativa
Capacitaciones poco frecuentes para personal docente y administrativo.	Alta rotación del personal docente en el ultimo año
Poca oferta de productos saludables en la cafetería.	Material educativo (Libros) de alto costo
Padres de familia poco comprometidos en el proceso de aprendizaje	Falta de comunicación directa con el Ministerio de Educación.
Falta de gestión de procesos en las diversas áreas de la institución	Falta de infraestructura en auditorios para eventos especiales.
Poco dominio en nuevas tecnologías y falta de control de las mismas	Falta de publicidad de la Unidad Educativa dentro del sector.

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Tabla 16: FODA- Oportunidades

OPORTUNIDADES	
may-14	
Alto crecimiento poblacional en sectores aledaños	Campeonatos deportivos involucrando a estudiantes, docentes y padres de familia.
Alto interés por parte del Gobierno para cumplir con los estándares de calidad del sistema educativo, brindando capacitación y preparación a los docentes.	Creación de nuevas vías de acceso a la institución
Oportunidades de participación en concursos y torneos intercolegiales.	Evaluaciones periódicas realizadas por el Ministerio de Educación.
Baja competencia en el sector	Capacitaciones de nuevos modelos educativos, impartidas por Fundación EATA.
Servicio de taxis permanente y cercano a las instalaciones	

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Tabla 17: FODA- Amenazas

AMENAZAS	
may-14	
Mal estado de la vía de ingreso a la Institución, no existe señalización necesaria	No existen frecuencias de transporte publico en el sector
Desconocimiento de la nueva ubicación de la Institución	Oferta de sueldos elevados para docentes del sector público
El sector no cuenta con una unidad de policía comunitaria	Falta de alumbrado publico en el sector.
	Percepción de altos costos (matricula-pensión) en comparación con otras instituciones educativas.

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

2 ANÁLISIS DE LA ATRACTIVIDAD DEL MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para determinar el concepto de investigación de mercados se tomaron algunas referencias bibliográficas:

Investigación de mercados se define como: “el diseño sistemático, la recolección, el análisis y la presentación de los datos y conclusiones relativos a una situación de marketing específica que enfrenta una empresa”. (Kotler & Keller, 2012)

También se la puede definir a la investigación de mercados como: “la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso”. (Malhotra, 2008)

2.1.1 Determinación de problema

Una vez analizados las debilidades y amenazas de la institución se determinó que se necesita generar un campo de acción para lograr captar una mayor preferencia dentro del mercado en la Ciudad de Quito.

2.1.2 Objetivo de investigación

- Identificar las expectativas de los padres de familia en relación a la Institución Educativa que desearían para la educación de sus hijos e hijas.
- Identificar las expectativas que las y los estudiantes tienen en relación a la Institución Educativa que desearían para su educación y formación.

2.1.3 Levantamiento de datos

2.1.3.1 Elaboración de encuestas

Debido a la estructura del mercado se elaboraron 2 tipos de encuestas enfocadas a los siguientes grupos:

- Estudiantes.
- Padres de familia.

2.1.3.2 Diseño de Encuestas

Para cumplir con los objetivos planteados se elaboraron encuestas para cada uno de los grupos establecidos.

ESTUDIANTES**UNIDAD EDUCATIVA SURCOS**

**Avenida Perimetral, Sector Carcelén-Urabá, Santo Domingo de Carretas 7L y Calle A
Teléfonos 2307083/2307100/2307114.**

Sitio Web: www.colegiosurcos.edu.ec

E-mail: info@colegiosurcos.edu.ec

Somos buena semilla, donde vamos florecemos

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES

OBJETIVO: Identificar las expectativas que las y los estudiantes tienen en relación a la Institución Educativa que desearían para su educación y formación.

INSTRUCCIONES:

- 1.- Marque con una X el casillero según su expectativa de conformidad o de mejora.
- 2.- En los casilleros de la derecha señale áreas, aspectos o servicios que le gustaría que se incrementen en la Institución.

1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				2.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Oferta de Infraestructura:	Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Áreas deportivas				
Canchas de básquet (Pre-escolar)				1.-
Canchas de básquet				2.-
Canchas de vóley				3.-
Cancha de fútbol (pre-escolar)				4.-
Cancha de fútbol (primaria)				
Cancha de fútbol (secundaria)				

1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				2.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Áreas recreativas				
Juegos infantiles (pre-escolar)				1.-
Juegos infantiles (primaria, en implementación)				2.-
Mesa de ping-pong (secundaria)				3.-
Juegos de razonamiento (secundaria-en implementación)				4.-
Áreas tecnológicas				
Aulas digitales (proyector, laptop, iPad, internet)				1.-
Laboratorio de computación				2.-
Zona Wifi (Bachillerato y docentes)				3.-
				4.-
Áreas ecológicas				
Áreas verdes				1.-
Granja (pre-escolar)				2.-
Huerto (pre-escolar)				3.-
Jardineras internas				4.-
Zona de reciclaje (Implementación)				
Áreas de Investigación				
Biblioteca (implementación)				1.-
Laboratorio de ciencias (Implementación)				2.-
Áreas Comunes				
Baños (pre-escolar, primaria, secundaria, patios, administración)				1.-
Bar/comedor				2.-
Parqueaderos				3.-
Salas de padres (2)				4.-
Áreas de desarrollo de talento				
Aula de arte				1.-
Aula de música				2.-

3.-¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				4.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Oferta de Académica:	Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Calidad profesional de los docentes				1.-
Desarrollo del conocimiento científico				2.-
Desarrollo del conocimiento tecnológico				3.-
Desarrollo de habilidades prácticas				4.-
Desarrollo de valores para la vida diaria				5.-
Desarrollo del talentos (arte y música)				
Enseñanza personalizada				
Hablar, leer y escribir en español				
Hablar, leer y escribir en inglés				
Horario curricular de 08H00 a 14H00				
1.- Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				
Oferta de Servicios:	Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Atención de secretaría				1.-
Atención de colecturía				2.-
Servicio Bar/Comedor				3.-
Plataforma virtual				4.-
Redes sociales				
Teléfonos				
Página Web				
Departamento de Consejería Estudiantil				
Departamento de Enfermería				
Departamento de Inspección				
Guardianía y seguridad escolar interna				
Limpieza e higiene de instalaciones				
Seguro escolar de accidentes				
Tareas dirigidas				
Club de música				
Transporte				

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENCUESTA PARA PADRES DE FAMILIA

OBJETIVO: Identificar las expectativas de los padres de familia en relación a la Institución Educativa que desearían para la educación de sus hijos e hijas.

INSTRUCCIONES:

- 1.- Marque con una X el casillero según su expectativa de conformidad o de mejora.
- 2.- En los casilleros de la derecha señale áreas, aspectos o servicios que le gustaría que se incrementen en la Institución.

		1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?			2.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Oferta de Infraestructura:		Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Áreas deportivas					
Canchas de básquet (Pre-escolar)					1.-
Canchas de básquet					2.-
Canchas de vóley					3.-
Cancha de fútbol (pre-escolar)					4.-
Cancha de fútbol (primaria)					
Cancha de fútbol (secundaria)					
Áreas recreativas					
Juegos infantiles (pre-escolar)					1.-
Juegos infantiles (primaria, en implementación)					2.-
Mesa de ping-pong (secundaria)					3.-
Juegos de razonamiento (secundaria-en implementación)					4.-
Áreas tecnológicas					
Aulas digitales (proyector, laptop, iPad, internet)					1.-
Laboratorio de computación					2.-
Zona Wifi (Bachillerato y docentes)					3.-

1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				2.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Áreas ecológicas				
Áreas verdes				1.-
Granja (pre-escolar)				2.-
Huerto (pre-escolar)				3.-
Jardineras internas				4.-
Zona de reciclaje (Implementación)				
Áreas de Investigación				
Biblioteca (implementación)				1.-
Laboratorio de ciencias (Implementación)				2.-
				3.-
				4.-
Áreas Comunes				
Baños (pre-escolar, primaria, secundaria, patios, administración)				1.-
Bar/comedor				2.-
Parqueaderos				3.-
Salas de padres (2)				4.-
Áreas de desarrollo de talento				
Aula de arte				1.-
Aula de música				2.-
				3.-
				4.-

3.- Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				4.- ¿Qué más le gustaría que ofertara la Institución que sueña para su educación?
Oferta de Académica:	Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Calidad profesional de los docentes				1.-
Desarrollo del conocimiento científico				2.-
Desarrollo del conocimiento tecnológico				3.-
Desarrollo de habilidades prácticas				4.-
Desarrollo de valores para la vida diaria				5.-
Desarrollo del talentos (arte y música)				
Enseñanza personalizada				
Hablar, leer y escribir en español				
Hablar, leer y escribir en inglés				
Horario curricular de 08H00 a 14H00				
5.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?				
Oferta de Servicios:	Está conforme	No conforme	Parcialmente conforme	
Atención de secretaría				1.-
Atención de colecturía				2.-
Servicio Bar/Comedor				3.-
Plataforma virtual				4.-
Redes sociales				
Teléfonos				
Página Web				
Departamento de Consejería Estudiantil				
Departamento de Enfermería				
Departamento de Inspección				
Guardianía y seguridad escolar interna				
Limpieza e higiene de instalaciones				
Seguro escolar de accidentes				
Tareas dirigidas				
Club de música				
Transporte				

2.1.3.3 Tabulación de Encuestas

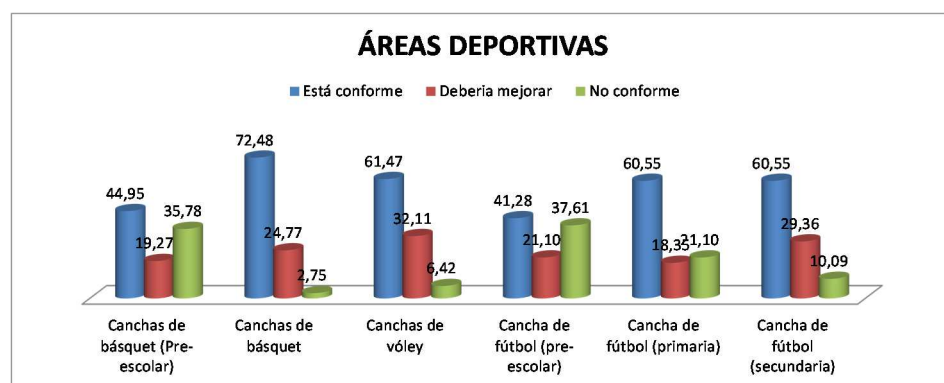
Estudiantes

De la investigación de Mercados realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa "Surcos" quienes son los usuarios directos de los servicios e instalaciones se obtuvo los siguientes resultados:

1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de infraestructura en áreas deportivas?

Los estudiantes quienes son los directos usuarios de las áreas deportivas de la institución manifiestan que el 45% están de acuerdo con las canchas de básquet de la sección pre-escolar, mientras que las canchas de básquet utilizadas por la primaria y la secundaria poseen un nivel de aceptación mayor de alrededor del 73% mientras que el 25% manifiesta que existen aspectos de mejora.

Gráfico 5: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de infraestructura en áreas deportivas?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

En relación a las áreas deportivas se puede concluir que el 57% de los estudiantes están conformes con la infraestructura, el 19% se encuentra desconforme con estas áreas y el 24% cree que se deberían mejorar.

Gráfico 6: Áreas deportivas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 18: Áreas deportivas

1.- Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de				%
Oferta de Infraestructura:	Está conforme	Debería mejorar	No conform	
Áreas deportivas	56,88	24,16	18,96	
Canchas de básquet (Pre-escolar)	44,95	19,27	35,78	100
Canchas de básquet	72,48	24,77	2,75	100
Canchas de vóley	61,47	32,11	6,42	100
Cancha de fútbol (pre-escolar)	41,28	21,10	37,61	100
Cancha de fútbol (primaria)	60,55	18,35	21,10	100
Cancha de fútbol (secundaria)	60,55	29,36	10,09	100

Fuente: Investigación realizada

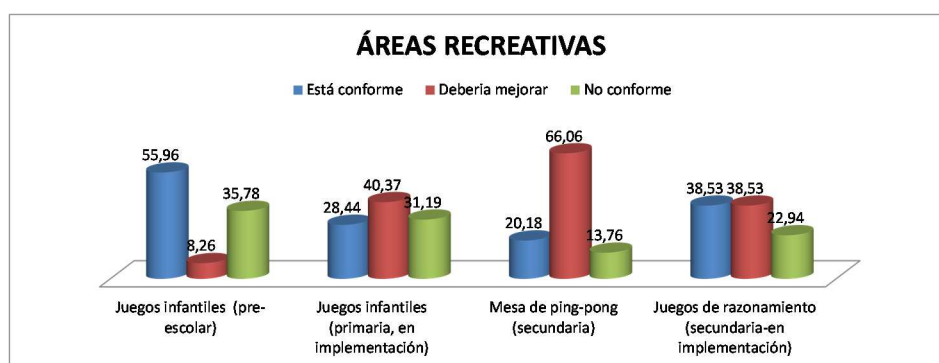
Elaborado: Alex Abril

2.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas recreativas?

Los juegos infantiles del área de pre escolar tienen un porcentaje de conformidad del 57% y de desconformidad del 37%. Los juegos infantiles de las secciones de primaria y secundaria tienen un porcentaje mínimo de

aceptación del 29% mientras que la mayoría de estudiantes manifiesta que existen varios aspectos de mejora en esta área. Con respecto al área donde se encuentran ubicadas las mesas de ping pong el 60% cree que se debe generar planes de acción para mejora. Finalmente en los juegos de razonamiento tienen un 39% de aceptación y el mismo porcentaje de estudiantes cree que existen muchos aspectos de cambio.

Gráfico 7: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas recreativas?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Con respecto a las áreas recreativas el 38% de los estudiantes sustenta que la mayoría tienen varios aspectos que la Unidad Educativa debe mejorar mientras que el otro 36% está conforme con las áreas que posee la institución.

Gráfico 8: Áreas recreativas

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 19: Áreas recreativas

Áreas recreativas	36	38	26	
Juegos infantiles (pre-escolar)	56	8	36	100
Juegos infantiles (primaria, en implementación)	28	40	31	100
Mesa de ping-pong (secundaria)	20	66	14	100
Juegos de razonamiento (secundaria-en implementación)	39	39	23	100

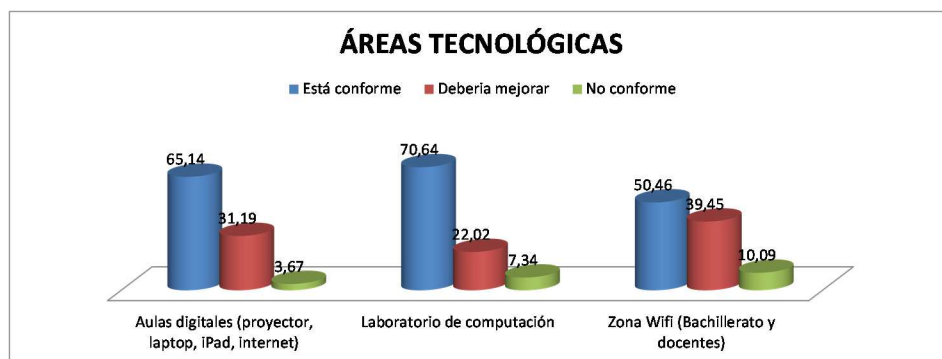
Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

3.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?

El área tecnológica de la institución está conformada por: Áreas Digitales de las cuales el 65% de los estudiantes están conformes y el 31% piensan que se debe plantear planes de mejora. Los laboratorios de computación generan mayor aceptación en los estudiantes con el 71% aproximadamente. Las Zonas de Wifi de Bachillerato y Docentes logran un porcentaje de satisfacción del 51% y el 10% se encuentra insatisfecho con las mismas.

Gráfico 9: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?

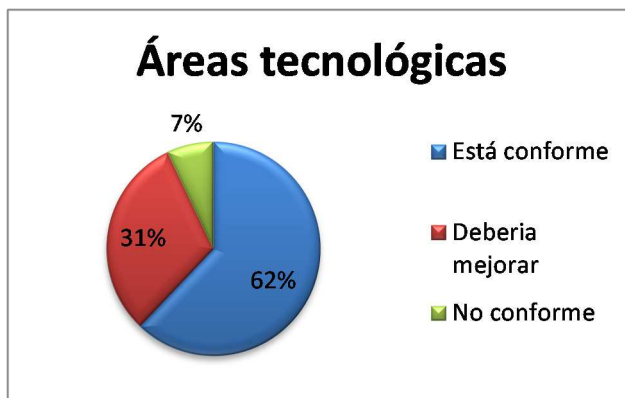


Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Como conclusión se obtuvo que el 62% de los estudiantes están conformes con las áreas tecnológicas con las que cuenta la Unidad Educativa, el 7% no está conforme con las mismas y el 31% considera que si se debería mejorar algunos aspectos las áreas con las implementadas actualmente.

Gráfico 10: Áreas Tecnológicas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 20: Áreas Tecnológicas

Áreas tecnológicas	62	31	7	
Aulas digitales (proyector, laptop, iPad, internet)	65	31	4	100
Laboratorio de computación	71	22	7	100
Zona Wifi (Bachillerato y docentes)	50	39	10	100

Fuente: Investigación realizada

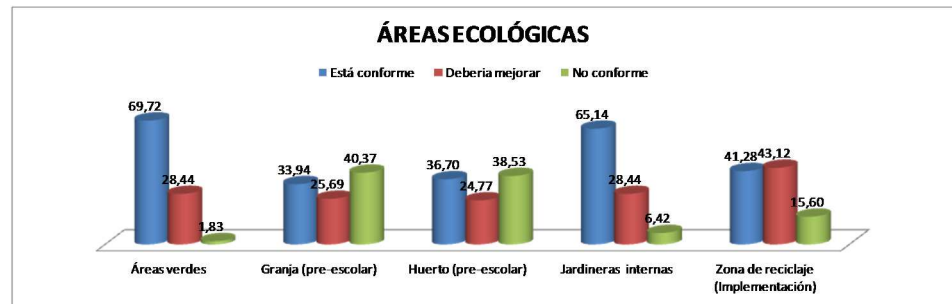
Elaborado: Alex Abril

4.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?

Dentro de las áreas Ecológicas del establecimiento educativo se encuentran el conjunto de áreas verdes de las cuales el 70% de los estudiantes se siente conforme con este espacio, mientras que el 28% considera que se debería mejorar en algunos aspectos. En el espacio destinado para la granja de pre- escolar la mayoría de los estudiantes no se sienten conformes con este espacio lo cual representa el 40% y únicamente el 33% de los estudiantes se encuentran conforme con estas instalaciones.

Pre-escolar donde se cuenta con un huerto el 36% de los estudiantes está conforme con las adecuaciones de este espacio mientras que un 38% manifiesta que no se encuentra conforme con la misma. En relación a las jardineras ubicadas dentro del colegio se obtuvo que el 65 % de los estudiantes están conformes y el 28% considera que existen aspectos en los que se podrían mejorar. La Unidad Educativa tiene como proyecto el implementar un espacio para fomentar el reciclaje, sobre el cual el 42% de los estudiantes se siente conforme con esta idea y un 6% se encuentra en desacuerdo de este proyecto.

Gráfico 11: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?

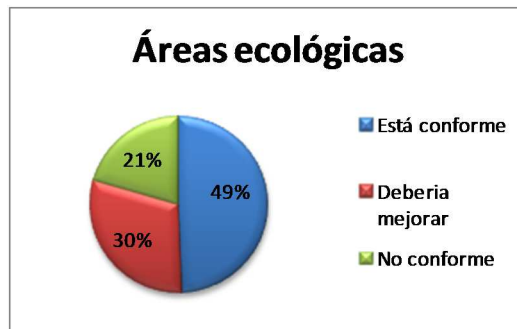


Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Finalmente la mayoría de los estudiantes opinaron que las áreas ecológicas de la Unidad Educativa cumplen con sus requerimientos y se sienten conformes con las mismas representando el 49% del total de la población encuestada, mientras que el 30% considera que estas áreas tiene aspectos en los que es posible mejorar.

Gráfico 12: Áreas ecológicas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 21: Áreas ecológicas

Áreas ecológicas	49	30	21	
Áreas verdes	70	28	2	100
Granja (pre-escolar)	34	26	40	100
Huerto (pre-escolar)	37	25	39	100
Jardineras internas	65	28	6	100
Zona de reciclaje (Implementación)	41	43	16	100

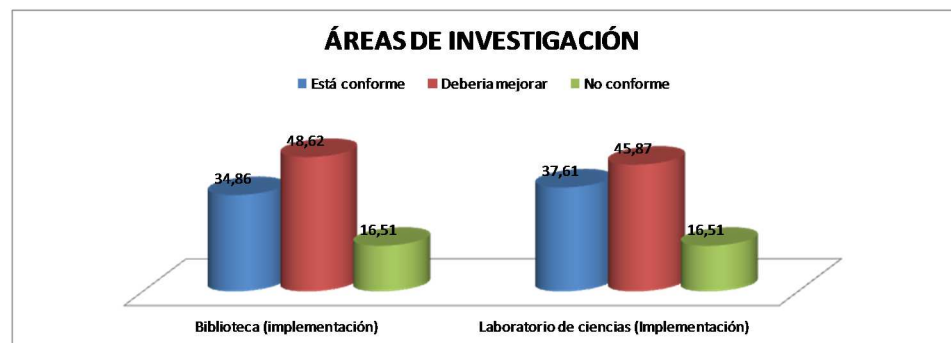
Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

5.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?

La Unidad Educativa "Surcos" se ha planteado la idea de implementar un área de investigación la misma que está compuesta por una Biblioteca y un Laboratorio de Ciencias, el mencionado proyecto ha tenido una aceptación por parte de los estudiantes con el 36% aproximadamente, el 16 % no se encuentra conforme y el 47% considera que se debería mejorar este proyecto antes de su implementación.

Gráfico 13: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Gráfico 14: Área de investigación

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 22: Área de investigación

Áreas de Investigación	36	47	17	
Biblioteca (implementación)	35	49	17	100
Laboratorio de ciencias (Implementación)	38	46	17	100

Fuente: Investigación realizada

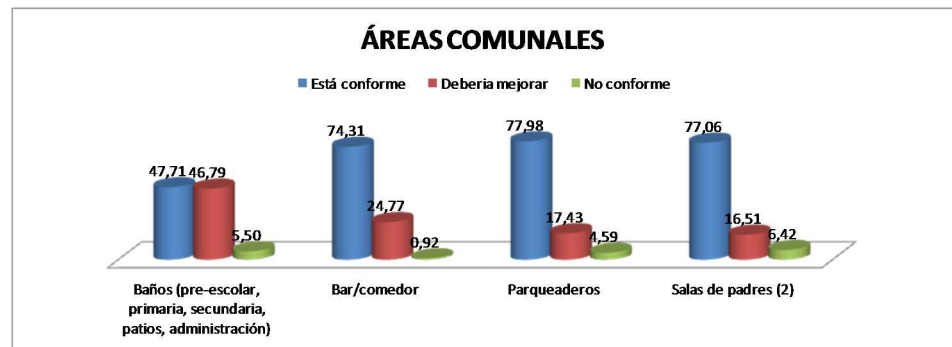
Elaborado: Alex Abril

6.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?

Analizando los resultados en las diversas áreas comunales de la Unidad Educativa el 47% de los estudiantes están conformes con las instalaciones de los baños y el 46% considera que estas áreas tiene varios aspectos en los que se deberían mejorar. Los espacios del bar y el comedor tienen una aceptación por parte de los estudiantes del 74 %, mientras que el 24% de los estudiantes creen que se deberían realizar algunos cambios en estos lugares. Los espacios destinados para parqueaderos el 77 % de los estudiantes se sienten conformes con estos espacios y el 5% están en desacuerdo con los mismos. En relación a las 2 salas para atención de padres de familia el 77% de los estudiantes han manifestado que están

conformes con las mismas mientras que el 16% expresaron que se las debería mejorar.

Gráfico 15: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?

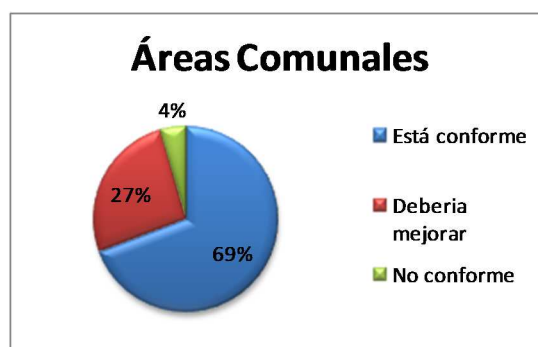


Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Del total de áreas comunales el 69% de los estudiantes expresaron su conformidad con estas áreas y una minoría del 4 % no está conforme y el 27% considera que se las debería mejorar.

Gráfico 16: Áreas comunales



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 23: Áreas comunales

Áreas Comunales	69	26	4	
Baños (pre-escolar, primaria, secundaria, patios, administraci	48	47	6	100
Bar/comedor	74	25	1	100
Parqueaderos	78	17	5	100
Salas de padres (2)	77	17	6	100

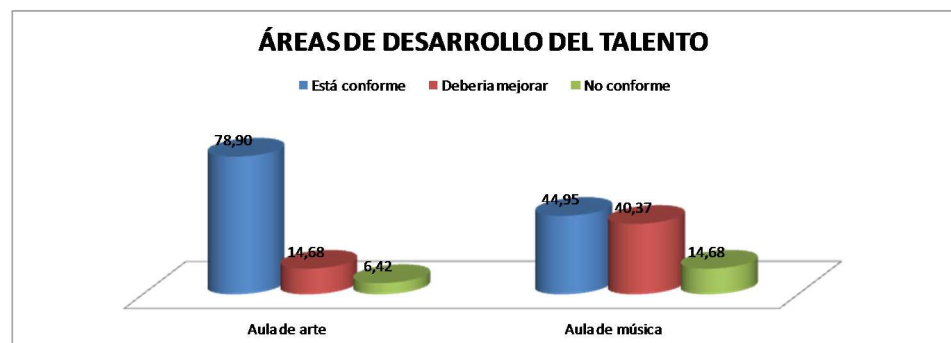
Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

7.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de desarrollo del talento?

Considerando las opiniones de los estudiantes con respecto a las áreas de desarrollo del talento, en el aula de arte los estudiantes están conformes con la infraestructura actual y únicamente el 6% no están satisfechos con la misma. En relación al aula de música existe una gran cantidad de estudiantes que consideran que este espacio se lo deberían mejorar los mismos que representa el 40% de los estudiantes encuestados, mientras que alrededor del 45% se siente conformes con esta aula.

Gráfico 17: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de desarrollo del talento?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Del total de estudiantes encuestados el 62% se sienten conformes con estas áreas, el 27% considera que existen varios aspectos que se deberían mejorar y el 11% están en total desacuerdo con las mismas.

Gráfico 18: Áreas de desarrollo de talento



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 24: Áreas de desarrollo de talento

Áreas de desarrollo de talento	62	28	11	
Aula de arte	79	15	6	100,00
Aula de música	45	40	15	100,00

Fuente: Investigación realizada

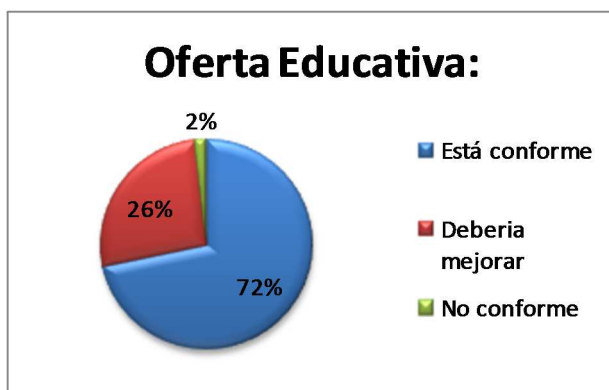
Elaborado: Alex Abril

8.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?

Los estudiantes de la institución manifestaron su conformidad con la Oferta Educativa generando mayor satisfacción: "Hablar, leer y escribir en español" con un 86% mientras que los estudiantes están conscientes que las "Enseñanzas Personalizadas" deben mejorar con un 42% aproximadamente.

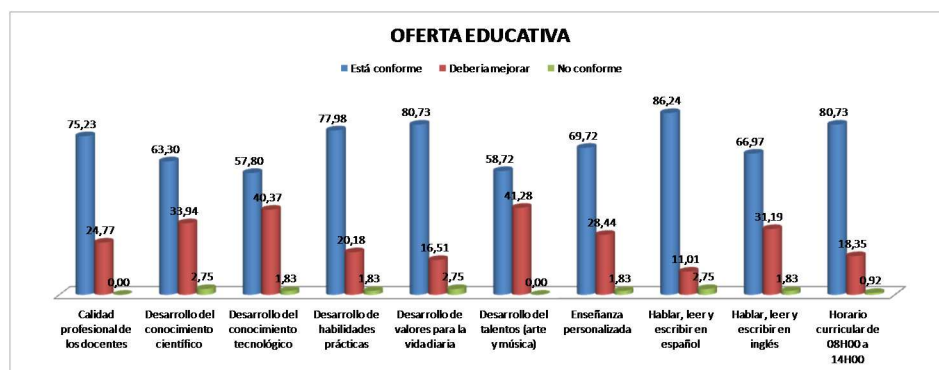
De manera global una vez analizadas las diversas ofertas que brinda esta institución se concluye que el 72% de los estudiantes están totalmente conformes mientras que el 26% señale áreas y aspectos de mejora para lograr tener un mejor conocimiento y desarrollo.

Gráfico 19: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Surcos?



Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

Gráfico 20: Oferta educativa



Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

9. ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Servicios en la Unidad Educativa "Surcos"?

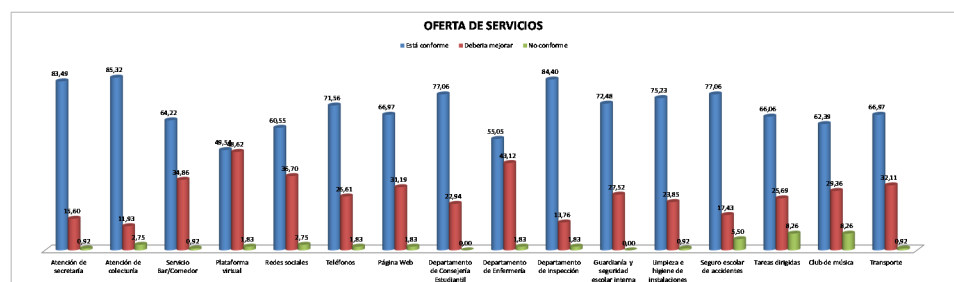
El 84% de los estudiantes se encuentran conformes con el servicio que les brinda la Inspectoría otro servicio que genera satisfacción es el brindado por la colegiatura y la secretaria respectivamente pero a su vez manifestaron su descontento con la plataforma virtual con la que trabaja la Unidad Educativa.

Gráfico 21: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Servicios en la Unidad Educativa "Surcos"?



Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

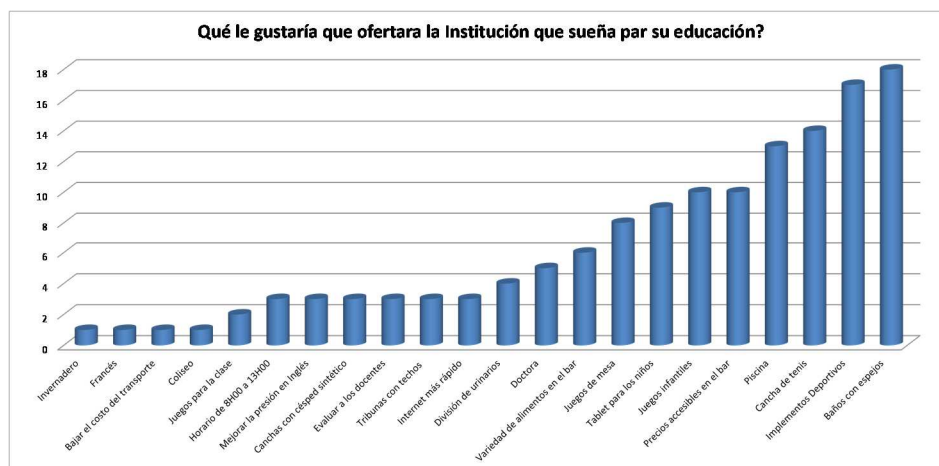
Gráfico 22: Oferta de servicios



Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

Al analizar los resultados se obtuvo algunos puntos importantes los cuales los estudiantes encuestados creen que se deben mejorar dentro de la institución.

Gráfico 23: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de Servicios en la Unidad Educativa "Surcos"?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabulación Padres de Familia

De la investigación de Mercados realizada a los padres de familia los cuales son clientes actuales de la institución se obtuvieron los siguientes resultados:

1.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura en aéreas deportivas?

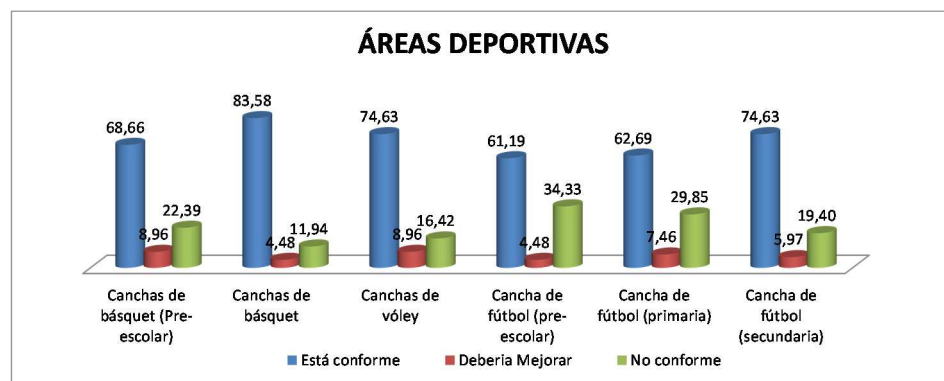
De acuerdo con la información se obtuvo que en el área de Pre-escolar el 68% de los padres de familia se encuentran conformes con las

instalaciones mientras que alrededor del 22% no se encuentra satisfechos con la misma.

Con respecto a las canchas de básquet utilizada por primaria y secundaria el 84% se encuentra conforme y el 4% aproximadamente creen que existen aspectos que se puede mejorar. La canchas de vóley tiene un porcentaje menor de aceptación alrededor del 75%, el 9% cree que se debe mejorar y un 17% no está de acuerdo con las mismas.

El 61% de los padres de familia de la sección pre-escolar piensan que el estado de las canchas de fútbol es adecuado mientras que el 5% creen que existen aspectos de mejora. Con respecto a las mismas canchas pero en el área de primaria alrededor del 29% no están de acuerdo y un 68% están satisfechos con estas instalaciones. Finalmente las canchas de fútbol de secundaria tienen un gran porcentaje de conformidad por los padres cerca del 75% y un 19% no está conforme con este espacio.

Gráfico 24: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura en áreas deportivas?

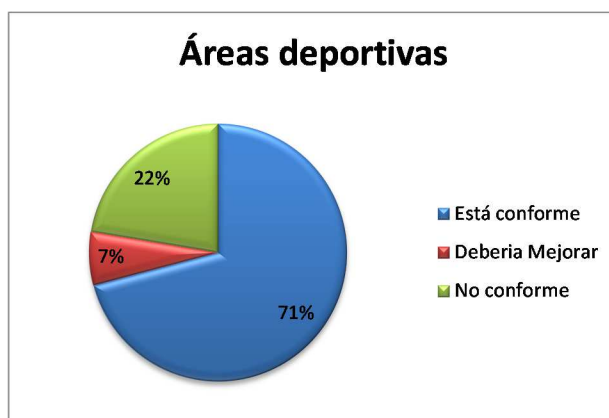


Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Como conclusión en las áreas se puede determinar que un 71% de los padres encuestados se encuentra conforme con las instalaciones, un 7% considera que se debería mejorar y el 22% restante no está conforme con las actuales instalaciones.

Gráfico 25: Áreas deportivas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 25: Áreas deportivas

1.- Cuál es su expectativa sobre la oferta actual de				%
Oferta de Infraestructura:	Está conforme	Debería Mejorar	No conform	
Áreas deportivas	71	7	22	
Canchas de básquet (Pre-escolar)	69	9	22	100
Canchas de básquet	84	4	12	100
Canchas de vóley	75	9	16	100
Cancha de fútbol (pre-escolar)	61	4	34	100
Cancha de fútbol (primaria)	63	7	30	100
Cancha de fútbol (secundaria)	75	6	19	100

Fuente: Investigación realizada

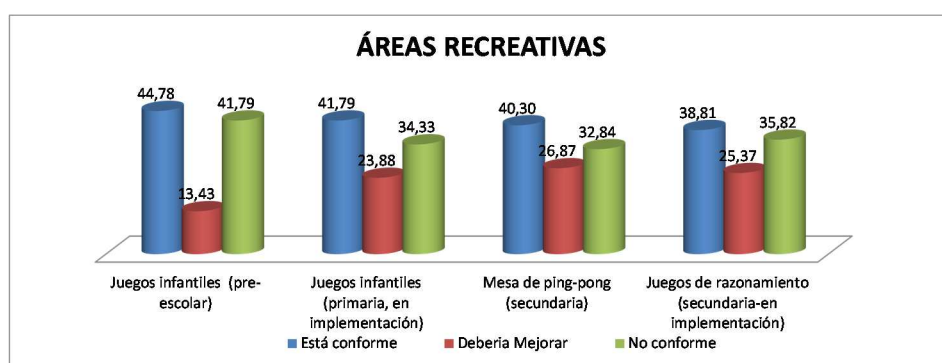
Elaborado: Alex Abril

2- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas recreativas?

Del total de padres de familia encuestados se obtuvo la siguiente información: con respecto a los juegos infantiles ubicados en el área de pre escolar el 45% está conforme y el 13% cree que existen varios aspectos de mejora. Se mantiene la misma tendencia para los juegos infantiles de la sección primaria un 42% está satisfecho y el 24% piensa que debe existir planes de mejora.

En secundaria los padres afirman que se encuentran a fin con las instalaciones de ping pong en un 40% y el 32% no se siente conforme con el mismo. Además existen juegos de razonamiento utilizados en secundaria de los cuales el 35% no está de acuerdo con este material y el 38% manifiesta estar de acuerdo con el mismo.

Gráfico 26: Áreas recreativas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Según la información obtenida en las áreas recreativas de las diversas secciones de la Unidad Educativa se determinó que el 42% de los padres

se encuentran conformes mientras que un 22% cree que se deben establecer planes de mejora y 36% no está satisfecho con las mismas.

Gráfico 27: Áreas recreativas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 26: Áreas recreativas

Áreas recreativas	41	22	36	
Juegos infantiles (pre-escolar)	45	13	42	100
Juegos infantiles (primaria, en implementación)	42	24	34	100
Mesa de ping-pong (secundaria)	40	27	33	100
Juegos de razonamiento (secundaria-en implementación)	39	25	36	100

Fuente: Investigación realizada

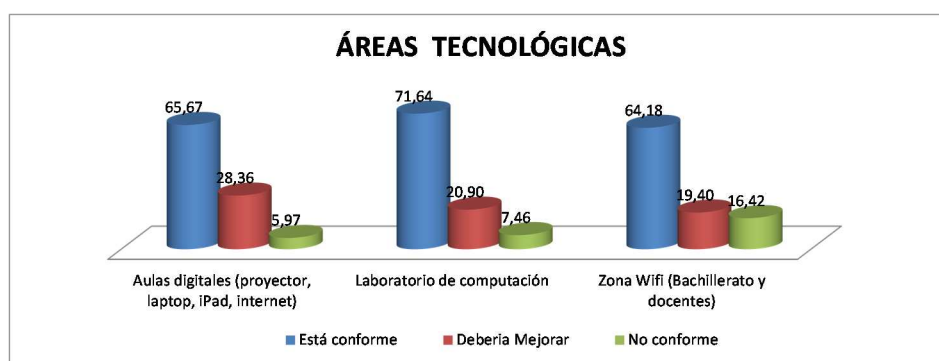
Elaborado: Alex Abril

3.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?

Actualmente la tecnología es un factor importante para el desarrollo educativo para niñas y adolescentes por lo que es necesario conocer las expectativas de los padres, los cuales el 66% de los padres se encuentra conformes con las aulas digitales con las que cuenta la institución, un 6% no se encuentra satisfecho con las mismas y un 29% considera que deberían mejorar.

En relación con los laboratorios de computación se obtuvo que del total de los padres de familia el 72% está conforme con este espacio y el 20% cree que se debería mejorar. En lugares donde existe cobertura de internet inalámbrico (wi-fi) el 64% de los padres de familia se encuentran a fin con este servicio mientras que el 19% considera que existen aspectos de mejora.

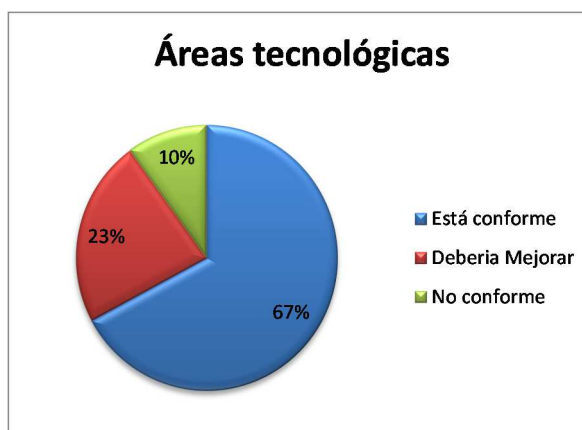
Gráfico 28: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

El 67% de los padres familia se encuentran satisfechos con los servicios y avances tecnológicos que ha tenido la Unidad Educativa en los últimos años mientras que el 10% asegura que no está de acuerdo con los mismos mientras que el 23% sugiere planes de mejora.

Gráfico 29: Áreas tecnológicas

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 27: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas tecnológicas?

Áreas tecnológicas	67,16	22,89	9,95	
Aulas digitales (proyector, laptop, iPad, internet)	65,67	28,36	5,97	100
Laboratorio de computación	71,64	20,90	7,46	100
Zona Wifi (Bachillerato y docentes)	64,18	19,40	16,42	100

Fuente: Investigación realizada

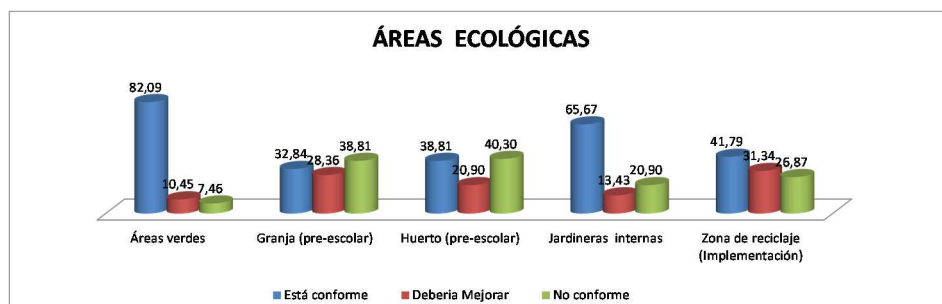
Elaborado: Alex Abril

4.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?

Las áreas verdes de la Unidad Educativa tiene un porcentaje de conformidad de alrededor del 82%. Los padres de familia de pre-escolar manifiestan que el 38% no está conforme con estas instalaciones mientras que el 32% si lo está. El huerto ubicado en el mismo sector tiene aún menor aceptación con un 40.30% aproximadamente y el 21% cree que debería mejorar. Las jardineras internas ubicadas en la institución tienen una aceptación del 66% aproximadamente. Además se desea implantar

una zona de reciclaje del cual el 42% están totalmente de acuerdo con este proyecto.

Gráfico 30: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?

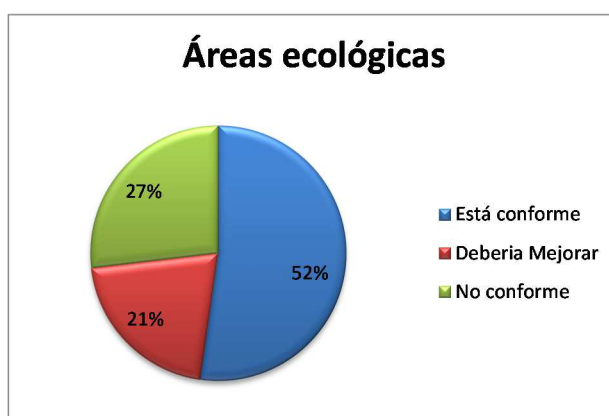


Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

El 67% de los padres familia se encuentran satisfechos con los servicios y avances tecnológicos que ha tenido la Unidad Educativa en los últimos años mientras que el 10% asegura que no está de acuerdo con los mismos mientras que el 23% sugiere planes de mejora.

Gráfico 31: Áreas ecológicas



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 28: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas ecológicas?

Áreas ecológicas	52	21	27	
Áreas verdes	82	10	7	100
Granja (pre-escolar)	33	28	39	100
Huerto (pre-escolar)	39	21	40	100
Jardineras internas	66	13	21	100
Zona de reciclaje (Implementación)	42	31	27	100

Fuente: Investigación realizada

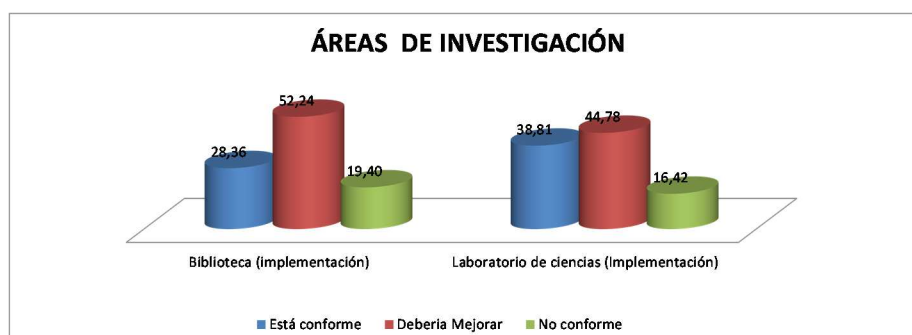
Elaborado: Alex Abril

5.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?

El 28% de los padres de familia encuestados se encuentran conformes con el idea implementar una biblioteca dentro de la institución, mientras que el 52% considera que se debería mejorar el este proyecto antes de su implementación.

Con respecto a la implementación del laboratorio alrededor del 39% se encuentran conformes y mientras que el 45% manifestaron que se deberían mejorar aspectos del mismo.

Gráfico 32: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Como conclusión el 18% de los padres se encuentran desconformes con las instalaciones y los proyectos de implementación de un laboratorio de ciencias y una biblioteca dentro de la institución, mientras que el 48% del total de la población encuestada consideran que se deberían mejorar estos proyectos y el 34% restante está de acuerdo con los mismos.

Gráfico 33: Áreas de investigación



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 29: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas de investigación?

Áreas de Investigación	34	49	18	
Biblioteca (implementación)	28	52	19	100
Laboratorio de ciencias (Implementación)	39	45	16	100

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

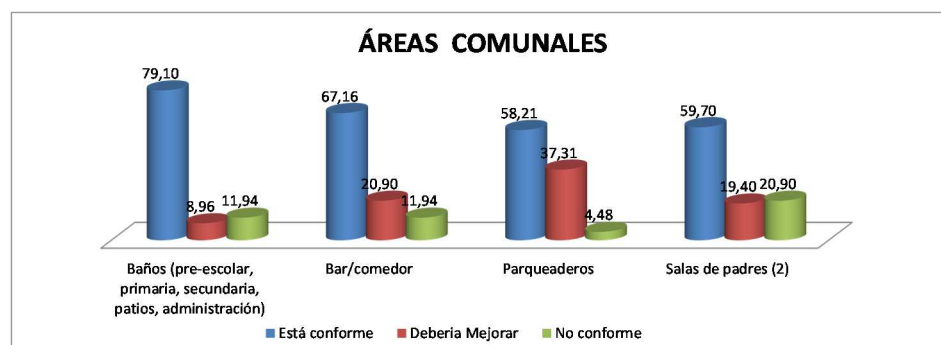
6.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?

Con respecto a las áreas comunales que posee la Unidad Educativa los padres de familia están conformes alrededor del 79% con los baños de las

secciones de pre escolar, primaria, secundaria, patios y administración mientras el 9% cree que se debe proponer puntos de mejora.

Las áreas destinadas para Bar/Comedor el 67% de los padres se encuentran satisfechos mientras que el 12% no está de acuerdo con las mismas. Los parqueaderos tienen un porcentaje menor de aceptación con un porcentaje de aceptación de alrededor del 58% mientras que el 38% no están conformes con los mismos. En las salas destinadas a la atención de padres de familia el 69% se encuentran a fin con estas instalaciones mientras que el 20% cree que se debe realizar mejoras en la misma.

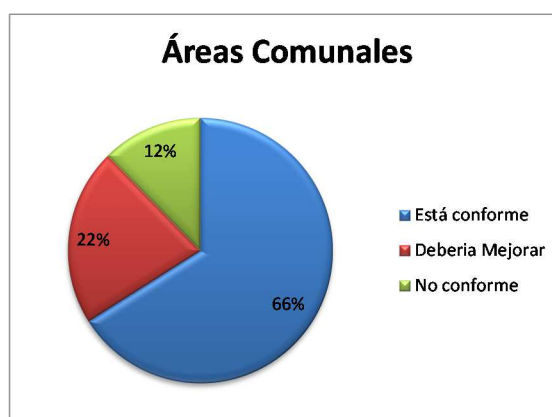
Gráfico 34: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

En general en las áreas comunales los padres de familia encuestados el 66% se encuentra conforme con las actuales instalaciones mientras que un 22% no se encuentra conforme con las mismas.

Gráfico 35: Áreas comunales

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 30: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en infraestructura de las áreas comunales?

Áreas Comunales	66	22	12	
Baños (pre-escolar, primaria, secundaria, patios, administraci	79	9	12	100
Bar/comedor	67	21	12	100
Parqueaderos	58	37	4	100
Salas de padres (2)	60	19	21	100

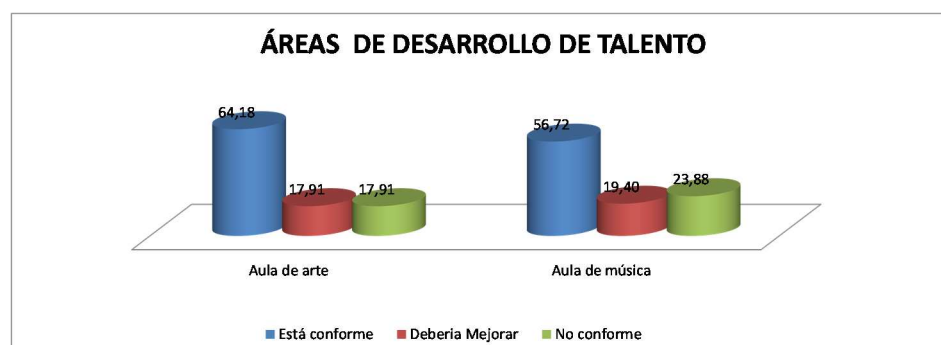
Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

7.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en las áreas del desarrollo de talento humano?

Alrededor del 64% de padres de familia se encuentran satisfechos con las aulas de arte mientras que existe una tendencia similar del 17% que no se encuentran conformes y de la misma manera de aquellos que creen que se debe mejorar en estas instalaciones. Con respecto a las aulas de música existe menor aceptación con el 57% aproximadamente además un 24% no están conforme con las mismas.

Gráfico 36: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en las áreas del desarrollo de talento humano?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

En relación a las áreas destinadas para el desarrollo del talento para los estudiantes el 60% de los padres se encuentra conforme con estas áreas, mientras que un 19% no se encuentra descontentos con estas áreas.

Gráfico 37: Áreas de desarrollo y talento



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Tabla 31: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta actual en las áreas del desarrollo de talento humano?

Áreas de desarrollo de talento	60	19	21	
Aula de arte	64	18	18	100
Aula de música	57	19	24	100

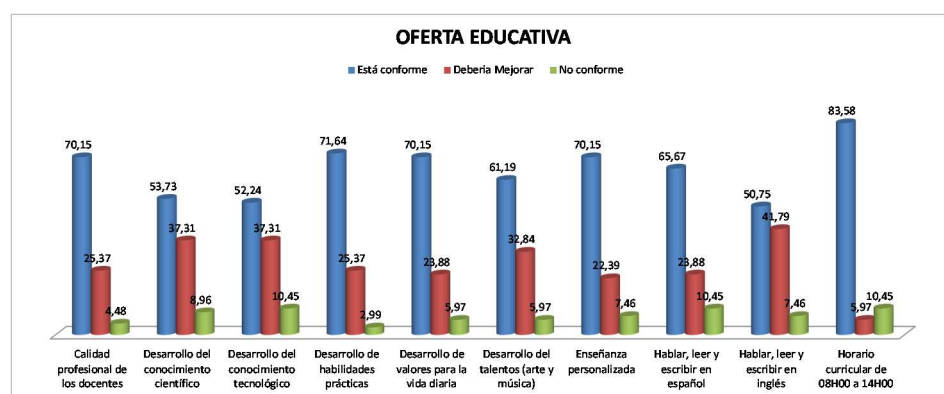
Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

8.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta educativa actual de Surcos?

Según la información obtenida el 65% de los padres de familia encuestados se encuentra conforme con la oferta educativa de la unidad educativa, teniendo como uno de sus puntos principales el horario curricular y el desarrollo de habilidades prácticas.

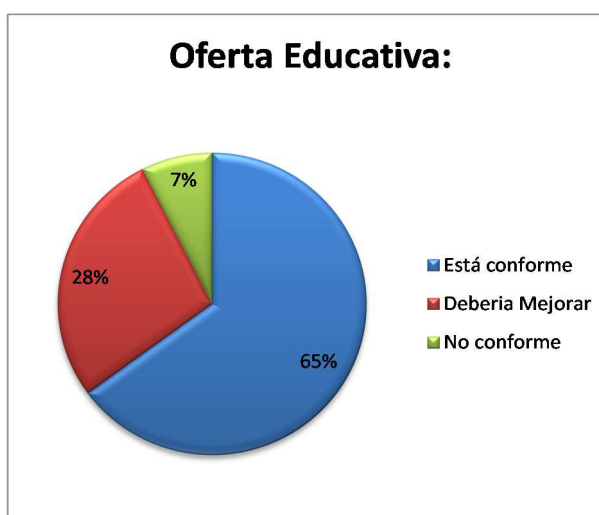
Gráfico 38: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta educativa actual de Surcos?



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

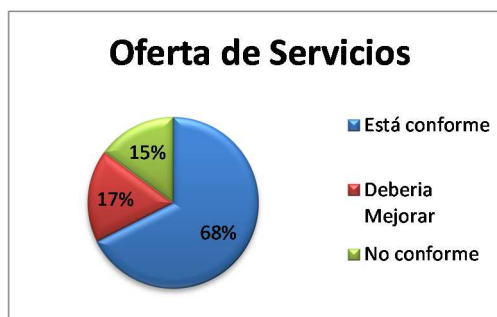
Mientras que 28% de los encuestados no están conformes con lo que oferta actualmente. Finalmente el 7% restante considera que la institución debería mejorar en algunos aspectos.

Gráfico 39: Oferta educativa

Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

9.- ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta de servicio actual de Surcos?

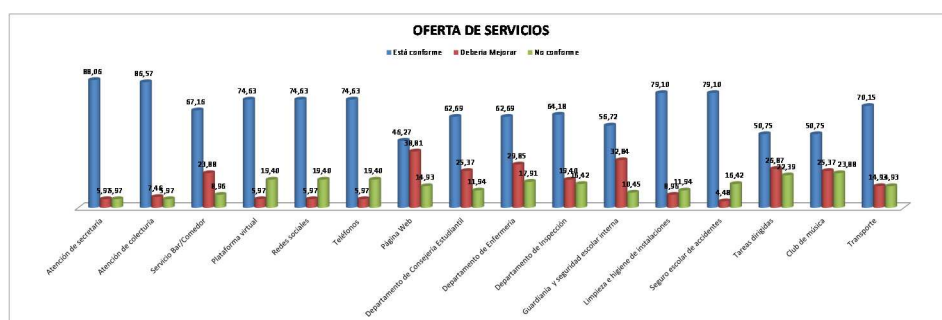
En cuanto a los servicios que se encuentra ofertando actualmente Surcos encontramos que 68% de los padres está conforme con estos servicios un 17% considera que se debería mejorar. Y el 15% restante no se encuentra conforme.

Gráfico 40: ¿Cuál es su expectativa sobre la oferta de servicio actual de Surcos?

Fuente: Investigación realizada
Elaborado: Alex Abril

Los servicios que generan mayor satisfacción hacia los padres de familia son la atención que se brinda en secretaria con alrededor del 88% de aceptación y en colecturía 86%. El servicio que genera mayor inconformidad es el club de música con un 24% debido a los constantes cambios del docente en esta área y así mismo el área con mayor puntos de mejora y observaciones dentro de la Unidad Educativa es el servicio que se brinda a los estudiantes con respecto a tareas dirigidas.

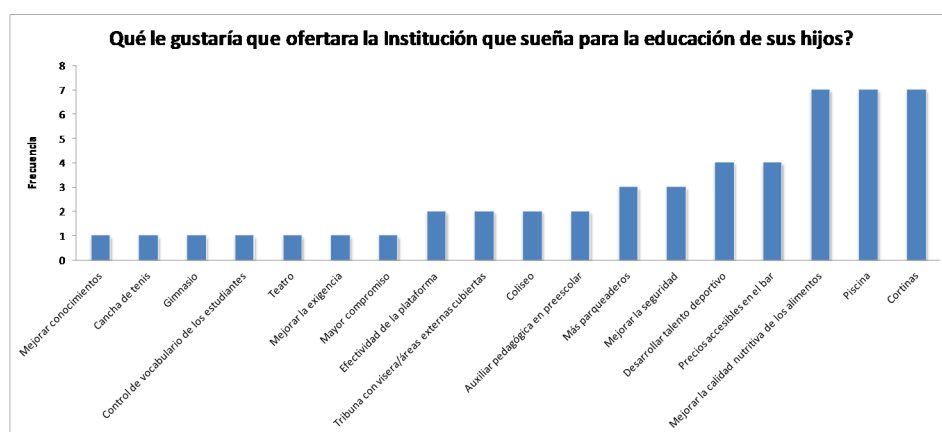
Gráfico 41: Oferta de servicios



Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

Finalmente después de analizar los resultados se obtuvo algunos puntos importantes los cuales los padres de familia encuestados creen que se deben mejorar dentro de la institución.

Gráfico 42: Oferta Educativa

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

2.1.3.4 Planificación de grupos focales

Grupos focales o Focus Group es una técnica que centra su atención en la diversidad de respuestas que se puede obtener de un grupo de personas, teniendo como principal objetivo la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes, las experiencias y las aptitudes de un grupo de personas.

Para el presente proyecto se realizó Focus Group el cual tenía como objetivo principal:

- Establecer y definir estrategias - objetivos de la Unidad Educativa para los próximos años.
- Identificar las necesidades que tienen los clientes potenciales.

FOCUS GROUP #1

Grupo Objetivo

El grupo objetivo del estudio está compuesto por:

- Mujeres y Hombres que laboran en la Unidad Educativa “Surcos”.

Número y Composición de Focus Group

De acuerdo a las características del grupo objetivo, se llevo a cabo el Focus Group integrados de la siguiente manera:

Tabla 32: Focus Group

Segmento	Cargo	Nombre	Total
Directivo	Rectora	Ruby Morillo	1
Directivo	Financiera	Elizabeth Secaira	1
Docente	Docente	Mónica	1
Docente	Docente	Teresa Gotaire	1
Docente	Docente	Valeria	1
Capacitador	Capacitador	Marcelo Torres	1
TOTAL			6

Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Elaborado: Alex Abril

Período de Evaluación

El Focus Group del estudio se llevó a cabo los días 4 y 5 de junio del año 2014.

Estrategia

El Focus Group se realizó en 2 sesiones con dos moderadores, los cuales tenían como principales funciones

- Moderador Principal: Dirige y controla al grupo.
- Moderador 2: apoya al moderador principal a mantener un control del tiempo y el objetivo de la reunión.

Conclusiones del Focus Group

Como conclusión del Focus Group se logró recopilar información necesaria para poder plantear los objetivos de la institución para el año lectivo 2014-2015 los mismos que fueron revisados por la comisión de la institución.

2.1.3.5 Entrevista a profundidad con líderes de opinión

En las entrevistas realizadas a las autoridades de diferentes Instituciones Educativas de alto prestigio dentro del Distrito Metropolitano de Quito y que se encuentran enfocados a nichos de mercado que cuentan con características similares a la Unidad Educativa “Surcos”.

Las entrevistas fueron realizadas al Colegio Letort a la Dra. Verónica Valdivieso y en la Unidad Educativa Hontanar a la Lic. Guadalupe

Carrillo quienes supieron manifestar su conformidad en con gran parte de los cambios que se están realizando dentro del sistema de educación a nivel nacional, de igual manera comentaron que cada vez existe más presión para las Unidades Educativas particulares; siendo una de las principales dificultades el control en el valor de los rubros de pensión y matrícula los mismo que están actualmente regulados por el Ministerio de Educación, volviéndose un limitante para poder realizar inversiones en las Instituciones que ayuden al desarrollo de los estudiantes.

De igual manera las 2 personas entrevistadas coinciden en que las principales fortalezas de las Unidades Educativas particulares son las buenas instalaciones, el pensum de estudio y en especial el excelente nivel de inglés que se ofrece en estas instituciones desde los primeros niveles de educación.

Como conclusión las 2 Instituciones se han concentrado en mantener una buena comunicación dentro de sus niveles educativos, con padres de familia utilizando varios métodos de comunicación, con el constante manejo de las redes sociales y la participación en varios eventos nacionales ayudando al crecimiento del posicionamiento en el mercado.

Para la Unidad Educativa Letort el adoptar una visión empresarial ayudo a descentralizar sus funciones facilitando tener un desarrollo y control en sus actividades.

2.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercados se puede definir como:

Es el proceso de dividir un mercado en varios grupos de compradores homogéneos con base a sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir un producto o servicio. Teniendo como objetivo el maximizar los esfuerzos de marketing en relación al segmento escogido. (De Garcilla Lopez & Rivera Camino, 2012)

2.2.1 Macro segmentación

La Macro segmentación consiste en definir el mercado de referencia desde la perspectiva del comprador y no desde el enfoque del producto. Dividiendo el mercado de referencia en 3 dimensiones: (De Garcilla Lopez & Rivera Camino, 2012)

- Grupo de clientes.
- Funciones o necesidades.
- Tecnologías

Para conceptualizar el mercado de referencia fundamentándose esta dimensiones.

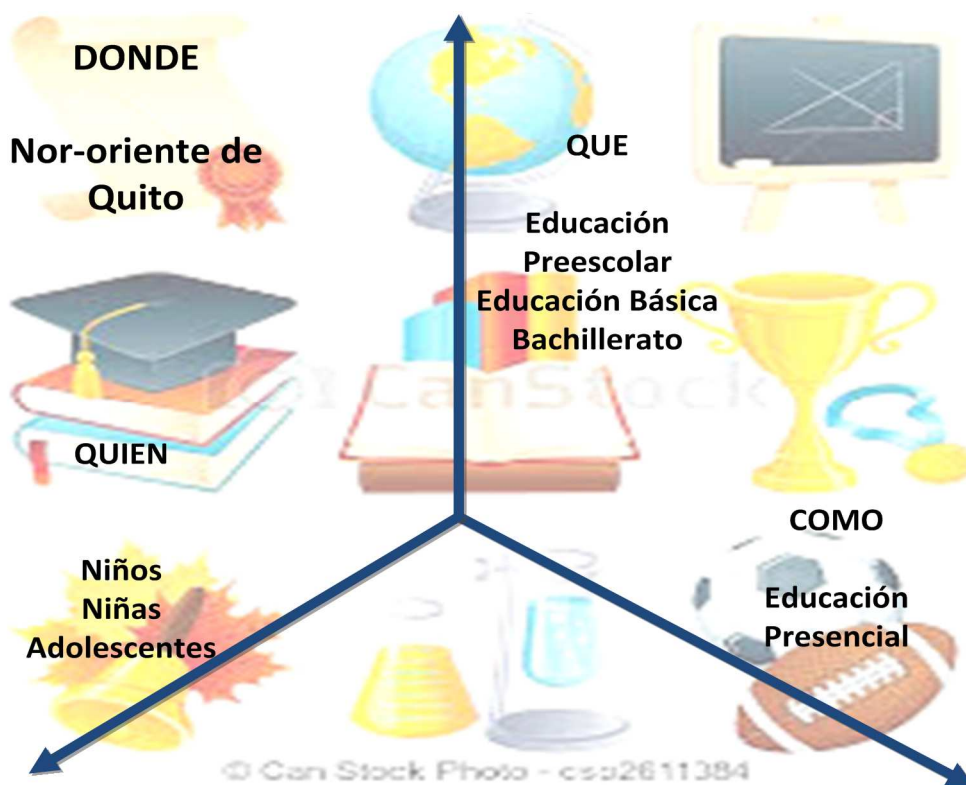
Necesidad/Función: contar con una Unidad Educativa en el Norte de la ciudad de Quito que brinde una educación personalizada, mantenga servicios de

excelencia y adecuadas instilaciones para el desarrollo educativo de niños, niñas y adolescentes en los niveles de Educación Inicial, Básica y Bachillerato.

Grupo de clientes: familias conformadas con niños, niñas y adolescente entre los 3 años hasta los 18 años de edad.

Tecnologías: Educación Escolarizada

Gráfico 43: Dimensiones Macro segmentación



Fuente: Unidad Educativa Surcos

Elaborado: Alex Abril

La Unidad Educativa Surcos brindará sus servicios en los diferentes niveles de Educación Inicial, Básica y Bachillerato en la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, enfocándose en las familias conformadas con niños, niñas y adolescentes entre los 3 hasta los 18 años de edad, estableciendo

diferentes estrategias de marketing basadas en la calidad de educación, servicio e infraestructura.

2.2.2 Micro segmentación

La Micro segmentación se define como la subdivisión del producto-mercado en subconjuntos de compradores con características comunes de compra/consumo. (De Garcilla Lopez & Rivera Camino, 2012)

La Micro segmentación se realizó conjuntamente con los directivos de la Unidad Educativa debido a la experiencia con la que cuentan dentro de este sector. El sector educativo tiene ciertas características particulares dentro de su manejo por tal motivo los expertos en el tema sugieren trabajar con las siguientes variables ya que muestran una visión completa del mercado.

Variable Demográfica

En una de las variables más comunes al momento de analizar características del cliente como es sexo, edad, antecedente étnicos, profesión, ingresos y ciclo de vida familiar.

Los factores demográficos que se tomaron en cuenta para analizar este proyecto son:

- Edad: Familias que tengan niños, niñas o adolescentes entre 3 y 18 años.
- Sexo: Hombres y Mujeres

Variable Geográfica

Los factores que se analizarán en la variable geográfica para segmentar de una mejor manera el mercado:

Para el presente proyecto se determinó segmentar geográficamente a las personas que se encuentran ubicadas en el nor-oriental de la ciudad de Quito, con un área de influencia en diferentes barrios de la ciudad como: Calderón, Carcelén, El Condado, Cotocollao, La Concepción y sus alrededores reconocidos en los últimos años por su alto crecimiento económico, financiero y poblacional dentro de la ciudad.

Variable Psicográfica

La segmentación psicográfica es una variable determinante dentro del presente proyecto debido a la orientación de la Unidad Educativa.

Conforme la tendencia de la investigación la variable psicográfica utilizada en este proyecto es la Clase Económica Media Alta, debido a que al ser una institución particular los ingresos de los representantes de hogar es un componente fundamental.

2.3 DETERMINACIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Concluida la segmentación de mercado, se procede a determinar el mercado objetivo del presente proyecto el cual se define:

Como un proceso para identificar los segmentos del mercado, seleccionar uno o más de ellos, y crear productos y mezclas de marketing a la medida a la medida de cada uno. De este modo la compañía puede crear el producto correcto para su mercado meta y ajustar sus precios, canales de distribución y publicidad de una manera eficaz. (Kotler & Armstrong, 2001)

2.3.1 Características homogéneas de los consumidores objetivos

El presente proyecto va a contar con dos usuarios: los clientes actuales y potenciales del servicio de educación. Los clientes actuales se encuentran con dos grupos: padres de familia y estudiantes de la Unidad Educativa “Surcos” a los mismos que se realizarán encuestas que ayuden a identificar las necesidades y exigencias para este grupo de clientes. Para el segundo grupo de usuarios se realizarán encuestas para conocer las necesidades de los clientes potenciales.

Los objetivos planteados dentro del plan de crecimiento de la Unidad Educativa “Surcos” están diseñados para cinco años, sin embargo las actividades y estrategias desarrolladas dentro de este proyecto abarcan únicamente el primer año. Por lo expuesto anteriormente el mercado objetivo de este estudio está conformado en su mayoría por las características de los usuarios actuales. Con esta acción se logra conocer las necesidades y expectativas que se mantienen de la institución con el fin de mejorar los servicios educativos convirtiéndolas en fortalezas a futuro. Esta información será de vital importancia para las acciones en las que se trabajará en los próximos 4 años. Teniendo así a nuestro mercado objetivo:

Habitantes que residan en el nor-oriente de la ciudad de Quito, que se encuentren dentro del área de influencia en diferentes barrios de la ciudad como: Calderón, Carcelén, El Condado, Cotocollao, La Concepción y sus alrededores, hombres y mujeres que tengan una edad de 23 años en adelante con niños, niñas y adolescentes de 3 años a 18 años de edad, pertenecientes a la clase media-alta.

Tabla 33: Segmentación

Variables	Características
Demográfica - edad	Familias con niños , niñas y adolescentes entre e y 18 años
Demográfica - sexo	Hombres y mujeres
Geográfica	Nor- oriente de Quito
Psicogénica	Familias de clase media-alta

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

2.4 POSICIONAMIENTO

Para determinar el posicionamiento de la institución educativa, es necesario entender que es el posicionamiento.

Posicionamiento de un producto y servicio es la forma como los consumidores lo definen, de acuerdo con atributos importantes. Es el lugar que el producto o servicio ocupa en la mente del consumidor, en relación en relación a su competencia. (Kotle & Armstrong, 2011)

En el año 1993 la Unidad Educativa “Surcos” ofrecía únicamente el Servicio Educativo de Jardín de Infantes a niños entre 4-5 años. Durante sus 21 años de funcionamiento esta institución ha incrementado paulatinamente su participación y posicionamiento en el mercado.

Sus primeras instalaciones se encontraban ubicadas en el Sector del Condado al Norte de la ciudad donde fue aumentando su número de estudiantes conforme se incrementaba los diversos niveles educativos. Una herramienta importante que ayudo en el crecimiento de esta institución fue el boca a boca que se practicaba entre estudiantes, padres de familia y maestros logrando de esta manera incrementar notablemente el número de alumnos.

Este factor fue uno de los que motivos para que la institución realice el cambio de instalaciones donde se encuentra ubicada actualmente. La misma que cuenta con áreas mucho más grandes y mejor dotadas. Por consecuencia su portafolio de servicios que brinda se va incrementando año tras año. Además debido al posicionamiento y la buena relación logró mantener y atraer a nuevos clientes del sector donde se encuentran ubicadas las nuevas instalaciones.

Por este motivo la Unidad Educativa “Surcos” busca posicionarse como una institución donde los estudiantes recibirán una educación de calidad y calidez, siguiendo los estándares educativos, fomentando valores; mientras se desarrollan dentro de un ambiente familiar y confiable.

3 MARKETING MIX

3.1 OBJETIVOS DE MARKETING

Para el presente proyecto el objetivo se encuentra enfocado en la línea de acción del presupuesto, para poder así mejorar su rentabilidad y a su vez incrementar el número de estudiantes paulatinamente. Por esta razón el objetivo principal de marketing se define como:

INCREMENTAR EL NÚMERO DE MATRICULADOS EN UN 32% EN PROMEDIO ANUALMENTE HASTA EL 2018, LOGRANDO MATRICULAR A 600 ESTUDIANTES EN SEPTIEMBRE DEL 2018 OBTENIENDO UNA RENTABILIDAD DEL 14%.

3.2 MARKETING MIX

Es la combinación de variables del marketing las cuales serán analizadas para lograr alcanzar metas anteriormente fijadas, estas 4 variables o también llamadas las 4 Ps del marketing por sus siglas en ingles

- Product - Producto
- Price – Precio

- Place – Plaza
- Promotion – Promoción

3.3 PRODUCTO

Es todo lo que una empresa puede ofrecer al mercado para su uso o su consumo, por lo tanto este producto puede ser tangible o intangible en el caso de servicio, los mismo que buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

3.3.1 Características y beneficio

La Unidad Educativa Surcos cuenta con un proceso de enseñanza dinámica y participativa en la que los estudiantes, padres y profesores interactúan dentro del proceso, el mismo que está basado en los siguientes valores: responsabilidad, honestidad y respeto.

Con la oferta educativa actual la institución está en la capacidad de cubrir todas las necesidades de la sociedad brindando una educación en sus 3 diferentes niveles Inicial, Básica y Bachillerato donde ofrece educación personalizada desarrollando en los estudiantes conocimientos mediante técnicas de análisis y reflexión contando con paralelos con un máximo de 20 estudiantes logrando así obtener un mayor control e incentivar la participación académica, deportiva y social. En la actualidad el dominio del idioma Inglés se ha convertido en una necesidad para el desarrollo de estudiantes y profesionales en el país. Es por esto que la Unidad Educativa cuenta con convenios y asesoría de Centros

Especializados en el Idioma combinados con diversas herramientas informáticas actuales. Con esta alianza se podrá entregar certificaciones que ayuden a incentivar y desarrollar el conocimiento de la misma.

Existen características fundamentales que complementan y ayudan al proceso educativo como:

Infraestructura & Tecnología

La nueva y moderna infraestructura con la que cuenta la Institución Educativa está conformada por aulas inteligentes, talleres, aulas-laboratorios adecuadamente equipados. La tecnología es otro factor importante dentro del desarrollo educativo por lo que la institución está trabajando en la implementación y utilización de plataformas virtuales facilitando así el proceso educativo. Además cuenta con espacios óptimos para el desarrollo de actividades extra curriculares que permiten la interacción de la Comunidad Educativa.

Ambiente

El Colegio “Surcos” se encuentra ubicado en las afueras de la Ciudad de Quito en el sector Uraba, el cual ofrece un ambiente libre de todo tipo de contaminación y ayuda al correcto desarrollo del aprendizaje de los estudiantes además cuenta con amplios espacios verdes. Debido a su ubicación brinda servicios de

transporte puerta a puerta lo que hace más seguro el traslado de los alumnos a las diferentes partes de la ciudad.

Cuerpo Docente

Actualmente y cumpliendo con las políticas con las que cuenta la institución el cuerpo de docentes está conformado por 27 profesores los cuales están divididos en áreas por cada una de sus asignatura y por el nivel al que imparte sus clases. Teniendo así tres docentes en el nivel de preescolar, 8 docentes en la educación Básica y 16 docentes en el Bachillerato con la posibilidad de extender este número según a la cantidad de paralelos que se incremente.

Actividades extracurriculares

La Unidad Educativa “Surcos” se encuentra ofertando a sus estudiantes diferentes actividades extracurriculares dentro de sus instalaciones, las mismas que son desarrolladas de lunes a jueves en el horario de 14:30 a 16:30. Las actividades y los clubs con las que cuenta la institución son:

- Actividades: Tareas dirigidas.
- Clubs: Futbol, básquet, volley, tennis, natación, artes marciales, arte, cocina, entre otras

3.4 PRECIO

El precio es uno de los elementos más importantes al momento de condicionar la parte del mercado de una empresa, siendo el precio la única variable del Marketing Mix la cual proporciona ingresos para la institución.

3.4.1 Determinación del punto de equilibrio

El análisis de Punto de Equilibrio es una técnica muy usada por los gerentes para proyectar las utilidades. Para el cálculo del mismo se debe conocer la tentativa de precio unitario, adicionalmente los costos variables, fijos y gastos. Se entiende como Punto de Equilibrio aquel nivel de producción y ventas que un negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. (Robbins & Decenzo, 2002).

La Unidad Educativa realizó el presupuesto de Costos de Venta y Gastos en base al número de estudiantes proyectados así mismo tomando en cuenta los costos que se van a incurrir para brindar el servicios educativo.

Tabla 34: Costos de venta

UNIDAD EDUCATIVA "SURCOS" INFORMACIÓN RELATIVA AL PUNTO DE EQUILIBRIO (En unidades monetarias)	
Concepto	Proyectado
	2014
Costos fijos	
Costo de Producción	296.639,48
Gasto de Ventas	2.688,00
Total	299.327,48
Costos variables	
Costo de Producción	34.287,20
Gasto de Ventas	500,00
Total	34.787,20
Producción	
En unidades	2.600
Costos variables	
Por unidad	13,38
Precio de venta	
Por unidad	\$ 1.848,66

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

El punto de equilibrio para la Unidad Educativa está calculado por cada estudiante inscrito para el año lectivo 2014-2015, de igual manera el punto de equilibrio está calculado por unidades monetarias para establecer el cobro por cada estudiante.

Para realizar el cálculo se tomaron en cuenta los dos tipos de ingresos que tiene la Unidad Educativa el primero son todos los rubros considerados como matrículas y pensiones en los diferentes niveles de educación, adicional a estos la institución brinda servicios de transporte, club de natación, uniformes, inscripciones entre otros.

Aplicando la fórmula del Punto de Equilibrio se determina lo siguiente:

Tabla 35: Punto de Equilibrio

UNIDAD EDUCATIVA "SURCOS" PUNTO DE EQUILIBRIO (En cantidades y unidades monetarias)	
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	
PE (Q)=	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$
Proyectado	
2014	
PE (Q)	163
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS	
PE (UM)=	$\frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - (\text{Costo Var Unit} / \text{Precio Venta Unit})}$
Proyectado	
2014	
PE (Q)	299.327

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Una vez realizado los cálculos se concluyó que es necesario contar con 163 estudiantes matriculados para el inicio del año lectivo 2014-2015, con este rubro la institución podrá cubrir todos sus costos y gastos obteniendo una rentabilidad de 0. Analizando el Punto de Equilibrio en unidades monetarios indicó que es necesario obtener 299.327 dólares en ventas brutas. (Ortiz, 2001).

3.4.2 Estrategia de precio

En la actualidad según las regulaciones que está implementando el Ministerio de Educación para las instituciones educativas el precio se ha convertido en una variable no muy controlada por el establecimiento, de acuerdo al Acuerdo Ministerial No. 0387-13, el que trata sobre el cobro de matrículas y pensiones, es conveniente mencionar los siguientes factores para un correcto análisis para la estrategia de precios.

“Artículo 4.- Componentes del costo de la educación y su cálculo.- El costo de la educación se constituirá de la suma de los siguientes componentes, sin que pueda generarse ninguno adicional a los descritos a continuación:

- Gestión educativa.
- Costo administrativo.
- Costo consejería estudiantil.
- Costos financieros.
- Provisión para reservas y excedentes.

Las instituciones educativas particulares, establecerán el costo de la educación a través de la suma de los componentes, contabilizados desde el primer día del año lectivo hasta el día inmediato interior al inicio del año lectivo siguiente”.

Artículo 11.- De los parámetros aplicables a los componentes del costo de la educación.- Con fundamento a los principios del Sistema Nacional de

Educación, las instituciones educativas aplicaran los porcentajes mínimos y máximos determinado a continuación:

- El costo de gestión educativa correspondiente al menos al 50% del valor del costo total de la educación; observando que el rubro de pago a docentes represente al menos al 70% del costo referido de gestión educativa.
- Los costos administrativos corresponderán a un máximo del 35% en relación al costo de la educación.
- Los costos de la provisión para reservas no podrán exceder el 5% del costo de la educación.
- El monto acumulado de la provisión para reservas no podrá exceder al presupuesto total anual de la institución educativa del año inmediato anterior al periodo de determinación.
- El excedente, de existir, no podrá ser mayor al 10% del costo de la educación.
- Para el año lectivo 2014-2015 la Unidad presentó su documentación para obtener su ubicación y rango en el cobro de pensiones y matriculas, obteniendo el siguiente resultado.

Tabla 36: Precios aprobado por el Ministerio de Educación

INSTITUCIONES EDUCATIVAS PARTICULARES Y FISCOMISIONALES QUE PODRÁN INCREMENTAR EL VALOR DE LA PENSIÓN DE ACUERDO AL RANGO RÉGIMEN SIERRA 2014 - 2015						
RANGO 3: Las Instituciones Educativas que se ubiquen en este rango, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo total de 10% en relación al cobro efectivamente realizado en el período lectivo anterior (2013-2014).						
RANGO 2: Las Instituciones Educativas que se ubiquen en este rango, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo total de 8% en relación al cobro efectivamente realizado en el período lectivo anterior (2013-2014).						
RANGO 1: Las Instituciones Educativas que se ubiquen en este rango, podrán subir el valor de su pensión hasta un máximo total de 5% en relación al cobro efectivamente realizado en el período lectivo anterior (2013-2014). El valor de la matrícula deberá ser hasta el 75% de la pensión.						
ZONA	DISTRITO	PROVINCIA	CIUDAD	INSTITUCIÓN	DIRECCIÓN	RANGO
	917D03	PICHINCHA	QUITO	UNIDAD EDUCATIVA SURCOS	SANTO DOMINGO DE CARRETAS LOTE 7-21B	3

Fuente: Ministerio Educación

Elaborado: Alex Abril

Después de haber realizado un análisis entre los costos y según las normativas del Ministerio de Educación, la Unidad Educativa maneja los siguientes precios:

Tabla 37: Pensión y Matrícula

	MATRICULA	PENSION
PREESCOLAR	\$ 170,00	\$ 189,00
BASICA	\$ 137,03	\$ 219,24
BACHILLERATO	\$ 143,33	\$ 229,32

Fuente: Investigación realizada

Elaborado: Alex Abril

3.5 PLAZA

La variable plaza o distribución tiene como misión poner el producto a disposición del mercado de tal manera que facilite la adquisición por parte el cliente.

3.5.1 Determinación del canal de distribución

Canal de distribución

Es el camino que sigue el producto a través de los intermediarios desde el productor al consumidor. Incluye la selección del tipo del canal e intermediarios a utilizar. (Practica, 2006).

En el sector educativo se utiliza un canal de distribución directo debido a que en este tipo de negocio no se necesita intermediarios ya que el objetivo es mantener una relación directa con los estudiantes. Es por este motivo que la Unidad Educativa “Surcos” utilizando este método de distribución puede tener un relación más cercana con sus estudiantes.

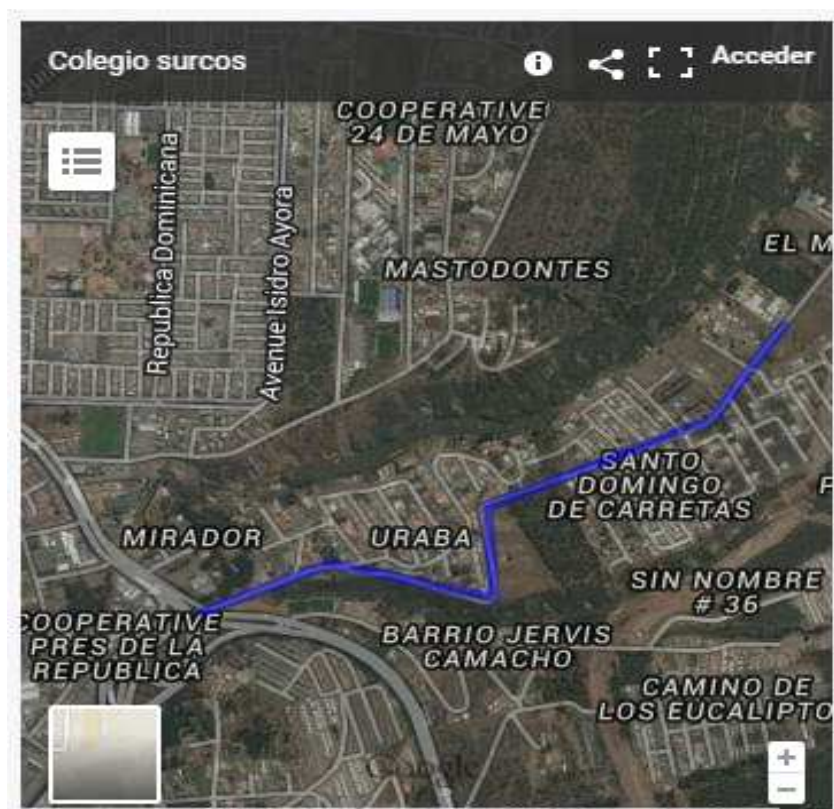
Gráfico 44: Canal de Distribución



Fuente: Alex Abril
Elaborado: Alex Abril

Ubicación

La Unidad Educativa Surcos se encuentra ubicada en el nor-orienté de la ciudad de Quito, en el sector de Carcelén en la Av. Perimetral L7-21B, Santo Domingo de Carretas.

Gráfico 45: Ubicación

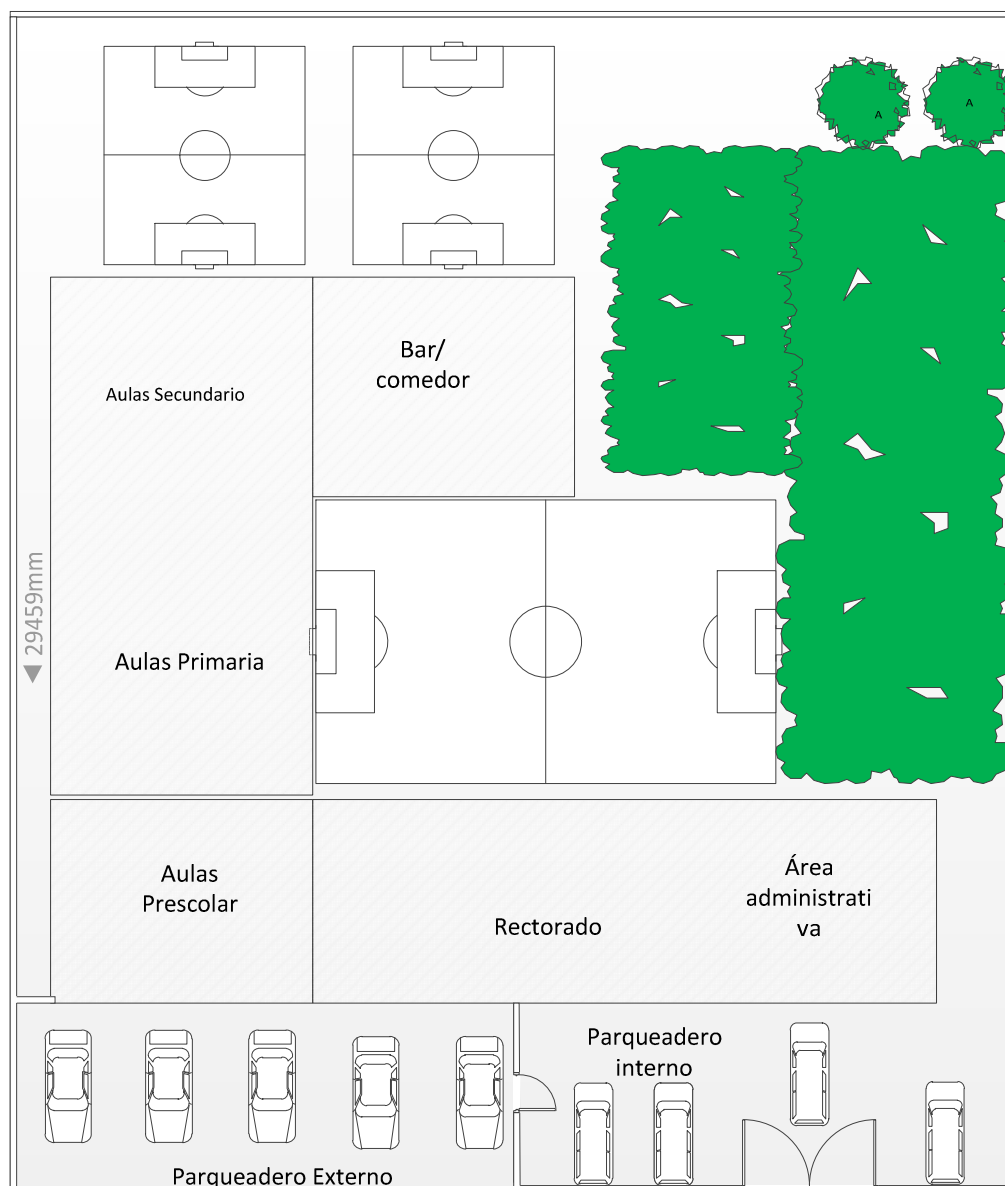
Fuente: Google Maps

Elaborado: Alex Abril

Instalaciones

El colegio actualmente cuenta con un nuevo campus el mismo que cuenta con moderna infraestructura y amplias verdes. La extensión del terreno donde se encuentra ubicada la institución es de 100 000 m².

La Unidad Educativa está construida con los estándares modernos en cuanto a infraestructura y tecnología en educación. Está diseñado especialmente para ser un centro educativo en el que sus estudiantes se encuentren en un ambiente confortable y con todas las adecuaciones necesarias para el desarrollo de sus actividades educativas.

Gráfico 46: Plano de la Institución

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

3.6 PROMOCIÓN

La promoción es una serie de técnicas integradas en el plan de Marketing las mismas que ayudan alcanzar diversos objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas al mercado objetivo. Para obtener y alcanzar el éxito de nuestra promoción es necesario partir de:

- **Originalidad.** Es preciso aportar dosis de novedad e innovación a nuestras promociones, ya que de lo contrario nos hará pasar totalmente desapercibidos.
- **Identificación plena del target.** De esta forma la promoción tendrá una mayor ratio de respuesta positiva.
- **Temporal.** ¿Cuándo lo realizamos? ¿Cuándo se vende más o menos? Dar respuesta a estos interrogantes es parte del éxito y es una decisión estratégica, lo que sí hay que tener en cuenta es que no debe perdurar en el tiempo.
- **Mix promocional.** En el planning promocional debemos incluir una variedad de incentivos y estrategias.
- **Ser proactivo.** Saber aprovechar las posibles oportunidades que surjan.
(Muñiz).

Para obtener un segundo concepto se define a la promoción del producto aquella que analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc. (E-conomic).

En la actualidad el marketing incluye más factores que desarrollar un buen producto, colocar un precio y ubicarlo de manera asequible a los consumidores objetivos al que va dirigido este producto.

Ahora se debe el producto o servicio lograr transmitir a sus clientes actuales asumiendo y logrando obtener un papel de buenos comunicadores y promotores del producto.

3.6.1 Comunicación masiva

La técnica del Marketing Mix y sus 4 P es muy utilizada dentro de varias empresas alrededor del mundo pero en ciertas ocasiones el análisis de las 4Cs ayuda a complementar el mismo que se definen como:

- Cliente.
- Coste.
- Conveniencia.
- Comunicación.

En este punto es de vital necesidad analizar la comunicación la misma que tiene como objetivo el persuadir y convencer. También se puede entender mejor como conversación, debido a que al comunicar se ofrece información, pero desde la conversación se obtiene un feedback. (Parada, 2013)

Se puede definir a la comunicación masiva como aquella que llega a las masas para influenciar en las mismas en muchas ocasiones de forma positiva y negativa. Los medios de comunicación masivos tienen como función ser un canal transmisor los principales medios son: teléfono fijo o móvil, televisión, mails, chat, radio, internet.

Para el presente proyecto los medios de comunicación masivos que se utilizarán son:

- Cuñas radiales en los meses de mayo a julio debido a que en este época se encuentran en periodo de matriculación la misma que se realizara en las principales emisoras de la Ciudad: La Red, Sonorama, Los 40 principales, EXA.
- Vallas Publicitarias en el sector de Urabà logrando de esta manera captar en primera instancia la curiosidad de los moradores y poder posicionar la Unidad Educativa en el sector y posteriormente en la ciudad.
- Redes Sociales (Twitter, Facebook, Correos electrónicos) con estos medio la institución logrará enviar información de las actividades curriculares y extracurriculares a su vez se mantendrá informado a padres de familia y estudiantes acerca de los principales acontecimientos del país y del mundo llegando así a brindar un servicio adicional.

3.6.2 Comunicación personalizada

La comunicación directa y personalizada consiste en todas las formas de comunicación sin intermediarios que la empresa tiene con su mercado. Esta forma de comunicarse puede ser realizada personalmente, por teléfono o por correo directo, lo que implica proveer información particularizada a grupos con intereses o características en común. Aquí se pueden adaptar los mensajes de acuerdo a intereses y perfiles de los consumidores.

Una mala comunicación o una comunicación deficiente puede afectar directamente en el crecimiento o en el fracaso de un proyecto, no depende en que una comunicación sea costosa o sofisticada esta debe ser eficiente y personalizada para cada uno de los requerimientos de los clientes. Los beneficios que se logran con esta comunicación:

- Lograr una buena comunicación y obtener una retroalimentación de ideas y opiniones que ayuden a la organización.
- Se fomenta un dialogo eficiente con cada uno de los integrantes y demostrando el deseo de establecer un trato cercano y abierto.
- Se puede reducir los problemas que se obtiene y establecer estrategias para cada uno de los grupos que integran la organización.
- En el presente proyecto se desarrollarán diversas técnicas de comunicación personalizada:
- Reuniones mensuales en cada uno de los diversos ciclos fomentando e incentivando la participación de los padres de familia y docentes en la formación y desarrollo de cada uno de los estudiantes.
- Actividades de integración logrando establecer un ambiente familiar para el desarrollo de los estudiantes con el fin de sociabilizar nuevas actividades, proyectos y de más noticias que ocurren dentro y fuera de la Unidad Educativa.

- Mantener una comunicación telefónica constante con los padres de familia para dar a conocer y lograr comunicar las fechas importantes como: matriculas o actividades de alto interés. Por otro lado es importante mantener informado a clientes potenciales de próximas fechas de los proceso de matriculación.
- Correo electrónico que vincule a docentes y padres de familia con esta actividad se pretende ofrecer una comunicación más personalizada. Además lograr que los padres de familia mantengan una comunicación frecuente con los tutores de curso (Docentes) logrando comunicar el desarrollo de cada uno de los estudiantes a lo largo del año lectivo y de igual manera contar con un canal de comunicación en el que los padres pueden contactarse con los docentes sin ser necesario acudir a la Unidad Educativa y poder aclarar cualquier interrogante.

3.6.3 Uso de tecnología en la comunicación

Al vivir en una época donde la ciencia y tecnología han ido modernizando nuestra forma de vida y con ellos los medios de comunicación, se han desarrollado varias formas de comunicación las cuales han facilitado significativamente la forma de comunicarse con herramientas como los Smartphone, Tablets, Internet móvil, entre otros. Todas estas herramientas nos permiten enviar y recibir información a cualquier hora y en cualquier lugar logrando una mayor eficiencia al momento de difundir un mensaje.

Es por esta razón que la Unidad Educativa “Surcos” actualmente cuenta con una página web que contiene toda la información necesaria y útil para padres de familia, estudiantes y clientes potenciales. Además realiza actividades y actualizaciones dentro de las redes sociales y plataformas virtuales los cuales permiten una interacción e interrelación constante con los estudiantes y padres de familia.

Grafico N° 1: Pagina Web



Fuente: Unidad Educativa “Surcos”

Autor: Alex Abril

3.7 SERVICIO

Se define a servicio al cliente como la relación existente entre proveedor de Productos y/o Servicios. También se lo puede definir como la suma total de todo lo que hace una organización para satisfacer las necesidades del cliente y producir su satisfacción. El servicio al cliente se refiere a la comprensión tanto de la naturaleza de los clientes, en el pasado, presente y futuro de la organización, de las características y beneficios de los productos o servicios que presta y el proceso transaccional completo, desde el

conocimiento inicial de un cliente potencial hasta la satisfacción post compra. (Bown-Wilson).

3.7.1 Creación de cultura de servicio

Siguiendo el enfoque de Kaizen basado en comprender las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas. Estas actividades deben conducir al lograr una mayor satisfacción del cliente. (Estanislao Osmar Beas, 2004)

Esta técnica ayudará a convertir al servicio al cliente en un proceso natural y continuo dentro de la Institución Educativa.

Para poder estructurar de una correcta manera la estrategia de servicio es importante conocer sobre la cultura de servicio: “la experiencia de ser cliente”. Esta cultura se basa en que los negocios para llegar hacer sustentable en el tiempo, deben existir variables que se deben tomar en cuenta como: (Jaramilo)

Productividad, Satisfacción de los Clientes y sobre todo empleados identificados que aporten valor a los procesos. Todas estas variables deben mantener una relación entre sí.

La cultura de servicio es aquella que pone a los clientes en los más alto, se empiezan a analizar las variables mencionas como objetivos de la institución. A continuación se mencionan 10 puntos importantes para lograr tener un cliente satisfecho:

1. El cliente está por encima de todo.
2. No hay nada imposible cuando se quiere.
3. Cumple todo lo que prometas.
4. Sólo hay una forma de satisfacer al cliente: darle más de lo que espera.
5. Para el cliente, tú marcas la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo.
7. Un empleado insatisfecho, genera clientes insatisfechos.
8. El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar.
10. Cuando se trata de satisfacer a un cliente, todos somos un equipo.

La Unidad Educativa “Surcos” brinda un servicio de calidad a sus clientes en las áreas de Secretaría y Colecturía que son áreas con alta frecuencia de padres de familia. Este punto fue destacado dentro de las fortalezas (FODA) de la institución.

De igual manera y siguiendo el enfoque Kaizen se pretende lograr que la atención brindada a los estudiantes y padres de familia se convierta en una actividad que se vaya mejorando continuamente manteniendo la satisfacción diaria del cliente.

La educación al ser un servicio brindado durante mucho tiempo, da la oportunidad a que todas las personas en alguna ocasión se hayan situado como clientes. Por este mismo motivo la Unidad Educativa Surcos tiene como pilar fundamental brindar servicio de calidad para el desarrollo de niños y jóvenes

4 ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

4.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para poder lograr el desarrollo óptimo del actual plan de Marketing se utilizará la Estrategia Competitiva del Especialista con el fin de cumplir paulatinamente el objetivo planteado por la Unidad Educativa “Surcos” para el año 2018, descrito a continuación:

Objetivo de Marketing

INCREMENTAR EL NÚMERO DE MATRICULADOS EN UN 32% EN PROMEDIO ANUALMENTE HASTA EL 2018, LOGRANDO MATRICULAR A 600 ESTUDIANTES EN SEPTIEMBRE DEL 2018 OBTENIENDO UNA RENTABILIDAD DEL 14%.

El Objetivo General está compuesto por diversos objetivos específicos que se desarrollarán durante el año lectivo 2014-2015 los mismos que ayudarán al cumplimiento del mismo.

Líneas de Acción

1. Para septiembre del 2015 contará con 263 alumnos matriculados. Garantizando de esta manera el punto de equilibrio en este período.

Metas

- El 15 de septiembre del 2014 se contará con 200 alumnos matriculados.
 - En septiembre del 2015 se abrirán dos paralelos en preparatoria y octavo de básica respectivamente.
 - Se matricularán el 90% de los alumnos matriculados en el año lectivo 2014-2015 en el Mes de Septiembre.
 - Alrededor de 15 de marzo del 2015 se deberán inscribir 100 alumnos nuevos en los diferentes ciclos de la Institución.
 - En el mes de Junio del 2015 se planea inscribir 50 alumnos nuevos.
 - Monitorear mensualmente los gastos incurridos y poder alcanzar el punto de equilibrio.
2. Mantener un máximo de 15 estudiantes por aula en educación inicial y preparatoria, 25 en educación general básica y bachillerato. Mantener las características y

dimensiones de los espacios verdes (cancha de futbol bachillerato, área de gimnasia, cancha de futbol básica, juegos infantiles básica, juegos infantiles preescolar, granja y huerto) y recreativos (cancha de uso múltiple, patio central, área central de preescolar, patio lateral, pista atlética) generando comodidad y seguridad para los estudiantes. Implementar un plan de acción anual para impulsar la responsabilidad ecológica y social dentro de la comunidad educativa.

Metas

- Socializar en una reunión al personal docente y administrativo sobre los procesos de admisión y de inscripciones.
 - Conseguir el compromiso de los accionistas para lograr mantener las características y dimensiones de los espacios verdes y recreativos de la Institución.
 - Elaborar e implementar un plan institucional para impulsar la responsabilidad ecológica y social.
- 3.** Asistir al taller de introducción al Programa de Escuela Primaria dictado por el Bachillerato Internacional.

Metas

- Asistir al taller de introducción al PEP.

4. Para junio del 2015 el 50 % de estudiantes de séptimo, décimo de básica y tercero de bachillerato obtendrán un puntaje garantizado de aproximadamente el 60 % o más en los simulacros de la prueba: PET, KET y First Certificate respectivamente.

Metas

- Para julio del 2014 se habrá seleccionado el material bibliográfico para los estudiantes, con los cuales se preparará al estudiantado hacia la consecución de certificaciones internacionales.
- Desarrollar 4 jornadas de conversación con nativos anglohablantes.
- Para abril del 2015 se necesita planificar y ejecutar el intercolegial de Spelling Bee y el concurso interno Poem Contest
- Organizar tres jornadas de capacitación a los docentes que aplicarán las pruebas para la certificación.
- Aplicar 4 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Séptimo, Décimo de Básica y Tercero de Bachillerato.
- Aplicar 2 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Sexto, Noveno de Básica y Segundo de Bachillerato

5. Organizar 2 concursos académicos y 2 campeonato intercolegiales y participar en 4 concursos externos. Además lograr ganar una nominación entre los tres primeros puestos para junio del 2015.

Metas

- Elaborar un manual de participación de concursos.
- Organizar y ejecutar 1 intercolegial de Declamación en Abril del 2015.
- Organizar y ejecutar 1 intercolegial de Cálculo Mental en Enero del 2015.
- Organizar y ejecutar 1 campeonato intercolegial de Juegos Tradicionales en Noviembre del 2014.
- Organizar y ejecutar 1 campeonato intercolegial de Futbol en Marzo del 2015.
- Participar en 1 concurso intercolegial de Libro Leído en el mes de Mayo del 2015.
- Participar en 1 concurso intercolegial de Oratoria en el mes Febrero del 2015.
- Participar en un concurso intercolegial de Inglés en el mes de Marzo del 2015.

- Participar en un campeonato intercolegial de deportes en el mes Abril del 2015
 - Organizar y Ejecutar un concurso intercolegial de Cultura General en el mes de octubre del 2015
 - Participar en el concurso municipal de remediación ambiental.
6. Implementar la lectura de 6 libros, producir y narrar un texto literario por cada estudiante y publicar una compilación de los mejores trabajos en abril del 2015.

Metas

- Todos los estudiantes deben leer una obra literaria cada mes y medio hasta alcanzar seis en junio del 2015.
- Hasta marzo del 2015 revisar los textos literarios creados por todos los estudiantes.
- Hasta junio del 2015 escucharemos los momentos cívicos las narraciones de los textos literarios creados los estudiantes, utilizando técnicas de expresión oral.
- En la semana cultural Publicar una compilación de los mejores textos literarios.

7. Establecer e implementar un manual de evaluación y reconocimiento de talento humano y ejecutar el plan anual de capacitación de 40 horas mínimo hasta julio del 2015.

Metas

- Elaborar y ejecutar un manual de evaluación y reconocimiento institucional de talento humano hasta enero del 2015.
- Elaborar, ejecutar y evaluar el plan de capacitación para el año lectivo 2014-2105

Continuando con el objetivo principal de la Institución Educativa, se utilizara una de las estrategias competitiva- Del especialista. Este tipo de estrategia es recomendable usarla cuando el nicho de mercado es rentable y duradero debido a que la competencia no lo toma en cuenta como un nicho rentable donde se deben enfocar.

Con el planteamiento de esta estrategia la institución busca aprovechar y sacar ventaja en trabajar y enfocarse en un nicho de mercado totalmente nuevo. Logrando de esta manera incrementar su posicionamiento dentro del mismo. El nicho de mercado al que se está enfocando la estrategia está conformado por las familias que se encuentren integradas con niños, niñas y adolescentes entre 2 y 18 años que tengan su residencia en el norte del Distrito Metropolitano de Quito y que mantengan una relación directa con los servicios que ofrece la institución como: una educación personalizada, certificados internacionales y amplias instalaciones.

La Institución Educativa con su afán de alcanzar sus objetivos para el año lectivo 2014-2015, formulo cada una de las líneas de acción las mismas que cuenta cada uno con diferentes metas para lo cual se plantean realizar las siguientes actividades:

- Elaborar y actualizar una base de datos de las personas interesadas en la institución, ser realizados volantes por sectores aledaños y en el sector del Centro Comercial “El Condado” debido a que es un lugar donde existe gran afluencia de gente la cual se encuentra dentro de la segmentación demográfica antes mencionada.
- Se realizará convenios con guarderías del sector para poder garantizar estudiantes en los primeros ciclos (primaria) y así fomentar alianzas estratégicas con centros educativos del sector.
- Por otra parte la Institución Educativa está planteando la opción de contratar a una persona encargada de realizar exposiciones dentro de empresas donde se puedan indicar las diversas cualidades de la institución y finalmente ser realizadas actividades de emalng y publicidad mediante redes sociales con las que actualmente trabaja la institución.
- La Institución contará con el programa de “Referidos” el cual consiste en brindar incentivos y descuentos a personas que presenten a nuevos estudiantes. De esta manera se desea manejar un programa que logre agilizar el proceso de matrículas el que tendrá como propósito asegurar el cupo de cada estudiante para el siguiente año y disminuir el tiempo que le toma al padre de familia en el proceso de inscripción para el siguiente año.

- Con la intención de que los estudiantes y padres de familia se sientan satisfechos con la educación que se imparte en la Unidad Educativa, se han programado realizar 2 encuestas de satisfacción a lo largo del año y de esta manera lograr conocer las necesidades y expectativas actuales.
- La Institución con el objetivo de mantener su ideal de ofrecer una educación personalizada y poder aprovechar al máximo sus instalaciones, se ha planteado contar con una comisión para el cumplimiento de las normas para los espacios de recreación conjuntamente con las aulas de clase, laboratorios y demás espacios utilizados por los estudiantes y además respetar el espacio por alumno dentro de toda la Unidad Educativa.
- Durante el año lectivo 2014-2015 la Institución desea plantear y ejecutar proyectos que ayuden al cuidado y protección del medio ambiente, realizando proyectos que sean innovadores que ayuden a la integración de la comunidad educativa.
- Con el propósito de brindar un mejoramiento continuo en el proceso de educación la institución se encuentra en el desarrollo de la certificación para la obtención del Programa de Educación Primaria y Bachillerato Internacional con lo que se garantiza una educación al más alto nivel.
- Para lograr un aprendizaje óptimo del nivel de inglés que actualmente manejan los estudiantes se está analizando la Malla Curricular Actual conjuntamente con la carga horaria, material didáctico, libros del idioma

inglés logrando de esta manera identificar las falencias existentes en esta área de estudio. Esta revisión se la realiza conjuntamente con el Instituto Educativo que se encarga de brindar asesoramiento para la obtención de las diferentes certificaciones que se está ofreciendo en este idioma.

- Para garantizar el nivel de Inglés que poseen los estudiantes de la Unidad Educativa se están realizando debates entre los estudiantes del Ciclo Bachillerato, los mismos que serán evaluados por los docentes. Adicional se realizará anualmente el concurso Spelling Bee el mismo que contará con la presencia de instituciones ubicadas en el sector y de jurado miembros del Cambridge University Press.
- Con el fin de dar a conocer a la Unidad Educativa se están organizando concursos académicos para lo cual es necesario diseñar, aprobar y socializar el plan con el que se llevará a cabo esta actividad.
- El primer concurso a realizarse es el de Declamación donde los estudiantes deberán preparar un poema con el que participan en un concurso interno, los mejores puntajes podrán concursar directamente en el Intercolegial. Para generar valor agregado al concurso el jurado no pertenecerá a la institución el mismo que será altamente calificado. Con esta actividad se fomenta áreas como Literatura, Expresión Oral-Escrita.
- El segundo concurso Intercolegial que se desarrollará será el de Cálculo Mental el mismo que contará con la participación de Instituciones Educativas

del Sector fomentando de esta manera áreas de estudio como Física y Matemática.

- El Intercolegial de Juegos Tradicionales tiene como objetivo principal rescatar las tradiciones de la ciudad, socializar con estudiantes e invitados. Adicional a esto se va a realizar el Campeonato de Futbol, Libro Leído, Oratoria y Deportes. Para fomentar la responsabilidad social que se debe inculcar a los estudiantes, docentes y personal administrativo por lo que la Institución participará en el concurso municipal de remediación ambiental.
- Impulsar la lectura en los estudiantes desde los primeros niveles de educación básica, mediante grupos de lectura que abarquen temas de interés actual. De igual manera se realizarán talleres para que los estudiantes mejoren sus habilidades de escritura organizando concurso de escrita en diferentes niveles de educación, logran al final del año lectivo que se publique la mejor obra literaria escrita por un estudiante de la institución.
- La institución educativa brindará varias capacitaciones a su personal docente y administrativo, con lo que se han planificado realizar cursos con ayuda de empresas externas buscando ofrecer mayor calidad en la educación.
- Se implementará un proceso de evaluación para el personal logrando un mejor control de su personal.

Para el mejor desarrollo de esta estrategia es necesario que la Unidad Educativa cuente con un alto servicio al cliente. Además es vital brindar a sus estudiantes,

padres de familia y maestros instalaciones adecuadas para el correcto desarrollo y formación académica, contando con instalaciones que cuenten con amplios espacios verdes e instalaciones con alta tecnología. Contar con una serie de actividades extracurriculares que ayuden al desarrollo de los estudiantes.

Debido al crecimiento que ha presentado el sector donde se encuentra actualmente ubicada la institución y a la mejora continua que ha venido registrando la Unidad Educativa durante desde sus inicios en el año 1993 se puede abarcar todo el nicho de mercado en el que se está enfocando el desarrollo de esta estrategia.

Por la estructura del mercado en la Ciudad de Quito y al considerarse una Unidad Educativa pequeña dentro del mismo es necesario que la institución se especialice dentro de un nicho de mercado y así poder lograr ser rentables dentro de este. Dentro de un mercado los nichos tienen a debilitarse por lo que es importante que se desarrollen continuamente nuevos nichos de mercado que influyan directamente logrando así las posibilidades de supervivencia dentro del mismo.

Para proyecto se puede determinar que existe un nicho múltiple ya que se puede abarcar diferentes rangos de edad, sexo y diversos sectores aledaños a la Unidad Educativa. Al adoptar esta estrategia la institución está desarrollando ofertas que satisfacen plenamente las necesidades.

5 ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS AÑOS ANTERIORES

La Unidad Educativa “Surcos” es una compañía limitada legalmente constituida. En el año 2013 la institución mostró una pérdida debido a las varias inversiones que está realizando para poder brindar a sus estudiantes mejores instalaciones con amplios espacios verdes, plataformas virtuales y demás.

Al analizar el Balance General del ejercicio fiscal, se concluye que la institución tiene un activo de \$1,177,134.85, dentro del cual el rubro de Propiedad Planta y Equipo representa el 72%. con un rubro en USD de \$851,929.58. Los pasivos de la compañía mantienen rubros similares a los del activo por lo que podemos decir que tiene un apalancamiento considerable. Adicional a esto debido a las pérdidas que se presentaron en los 2 últimos años la institución presenta un patrimonio en negativo.

Ver Anexo 9

Tabla 38: Balance General
SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVOS	Parcial	Total
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		
Disponible:		-1.630,35
Caja-Bancos	-1.630,35	
Exigible:		25.045,78
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES:		23.415,43
<u>ACTIVOS NO CORRIENTES</u>		
FIJOS TANGIBLES		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS		851.929,58
(-) Dep. Acumulada	-1.560,00	-1.560,00
FIJOS INTANGIBLES		
Software	-	-
ACTIVO FIJO NETO		850.369,58
OTROS ACTIVOS		303.349,84
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		303.349,84
TOTAL ACTIVOS		1.177.134,85
PASIVOS Y PATRIMONIO	Parcial	Total
PASIVOS CORRIENTES		1.189.599,97
TOTAL PASIVOS:		1.189.599,97
<u>PATRIMONIO</u>		-12.465,12
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		1.177.134,85

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

El Estado de Resultados del año 2013 muestra ventas de \$311,596.77, pero a la vez gastos operacionales, generales y financieros. De esta manera se obtiene al final del ejercicio una pérdida de 17063.24. Ver Anexo 10.

Tabla 39: Estados de Resultados
SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

INGRESOS		311.596,77
Ganancia Bruta Vtas		311.596,77
Utilidad en Operación:	-	16.879,14
Pérdida Neta	-	17.063,24

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

5.2 IMPACTO FINANCIERO

Una vez establecidas todas las estrategias de Marketing necesarias para el cumplimiento de los objetivos del Actual Plan de Marketing planteados por la Institución. Es necesario establecer el impacto económico financiero que este proyecto va a generar dentro de la Unidad Educativa "Surcos". Para evaluar el comportamiento de las estrategias y su relación directa con la rentabilidad y a la vez con los gastos que estos representan.

Presupuesto de Costos de Estrategias

Con el análisis de las estrategias que conforman el Plan de Marketing las mismas que serán implementadas en el año lectivo 2014-2015 es conveniente realizar el presupuesto de Costos de Estrategias.

Tabla 40: Presupuesto de Ingresos**PRESUPUESTO DE INGRESOS**

NIVEL	MATRICULA	PENSION	TOTAL
PRE-ESCOLAR	\$ 8.017,20	\$ 89.132,40	\$ 97.149,60
BASICA	\$ 18.668,97	\$ 298.692,58	\$ 317.361,54
BACHILLERATO	\$ 11.265,74	\$ 180.245,52	\$ 191.511,26
TOTAL	\$ 37.951,91	\$ 568.070,50	\$ 606.022,40

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Tabla 41: Costo de Mejora

UNIDAD EDUCATIVA "SURCOS" COSTOS Y GASTOS DE ESTRATEGIAS (Dólares americanos)

Concepto	Unidades	Costo		Años V. Util	Depreciación Anual
		Unitario	Total		
A. Activos Intangibles					
Sistema Gastos	1,00	1.300,00	1.300,00	3	433,333
Subtotal		1.300,00	1.300,00	3	433,33
Total		1.300,00	1.300,00	3,00	433,33

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Tabla 42: Gastos de Mejora

GASTOS			
Concepto	Unidades	Costo	
		Unitario	Total
A. Gastos de Marketing			
Flyers	7000	\$ 0,05	\$ 315,00
Personal de Apoyo Publicidad	2	\$ 287,50	\$ 575,00
Rotulos de Señalización	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Botones Publicitarios	300	\$ 1,30	\$ 390,00
Premios Campaña Referidos	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Campaña Emailing	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Stands Ferias	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00
Invitaciones Colegios	7	\$ 7,14	\$ 50,00
Premios/Refrigerios Institución			\$ 380,00
Uniformes estudiantes	25	\$ 23,00	\$ 575,00
Campeonato Intercolegial Deportes	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Total G. Marketing	7352	\$ 1.249,99	\$ 4.220,00
B. Gastos Personal			
Vendedor/Fuerza Ventas	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total G. Personal	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
C. Gastos Varios			
Papelería	170	\$ 0,20	\$ 34,00
G. Telefónico	12	\$ 8,00	\$ 96,00
G. Forestación	100	\$ 10,00	\$ 1.000,00
Total G. Varios	282	\$ 18,20	\$ 1.130,00
D. Gastos Educación			
Programa PEP	1	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00
Capacitaciones Docentes	1	\$ 3.960,00	\$ 3.960,00
Total G. Educación	2	\$ 9.160,00	\$ 9.160,00
Total		\$ 11.628,19	\$ 15.710,00

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

Las estrategias generan un gasto de 15,580 conformado por gastos de publicidad con un total de \$ 4220, gasto personal 1,200, Gastos Varios \$1,000 y gastos de Educación \$9,160. Adicionalmente se invertirá en un Activo Intangible que ayudará a mejorar el control de los gastos y presupuestos que genera la Unidad Educativa que asciende a un valor de \$1300.

5.3 ESTADOS PROYECTADOS CON ESTRATEGIAS

Para poder evaluar la proyección y la efectividad financiera de las estrategias se necesita determinar los valores de las ventas los mismos que se encuentran directamente relacionados con el objetivo principal del Plan de Marketing y sus estrategias.

5.3.1 Estado de Resultados Integral Proyectado

Para la realización del Estado de Resultados Integral con estrategias, se realizó en base al Presupuesto de Ingresos.

La Institución presupuestó los ingresos en base a los 262 estudiantes que tiene planificado para el siguiente año lectivo. Los mismos que están ponderados paralelamente según la tendencia de la Unidad Educativa.

Para la realización del Estados de Resultado se obtuvo en base al análisis de los ingresos y de sus costos con relación a los ingresos que se van a generar, adicionalmente se incluyeron los gastos generados por la aplicación de las estrategias. El Estado de Resultados se detalla de manera explícita en el Anexo

11

Con el incremento de estudiantes de casi el 65%, además analizando históricamente los rubros de costos variables los cuales tienen una tendencia de crecimiento paralela y añadiendo los rubros en los que se incurriría por la

aplicación de las estrategias. Para la proyección se toma en cuenta la inflación de anual proyectada por el Banco Central. Incrementando de esta manera la Unidad Educativa podrá cubrir sus rubros de obligaciones bancarias.

5.3.2 Balance General

El Balance General ayuda a tener una idea de la situación actual de la Unidad Educativa. Debido al incremento de estudiantes la institución logro cubrir varios de los rubros de pasivos a corto plazo que tenía principalmente en sueldos y salarios, IESS. Cabe recalcar que las principales obligaciones que tienen es con los accionistas que se están cancelando de manera paulatina después de cancelar las deudas que más interés genera a la empresa.

Los activos disminuyeron debido a que gastos anticipados que teníamos se empezaron a cubrir. La liquidez de la Institución mejoró debido a que se implementaron mejores políticas de cobro tanto para clientes como para cuentas que tenían vencidas otras empresas. Como parte de las estrategias que se deben implementar se invirtió en un Activo Intangible, programa Software que ayuda al control del presupuesto de Gastos e Inversiones. Ver Anexo 12

Tabla 43: Balance con Estrategias
SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
BALANCE GENERAL
PROYECTADO

ACTIVOS	Parcial	Total
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		
Disponible:		17.559,84
Exigible:		30.877,72
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES:		48.437,56
<u>ACTIVOS NO CORRIENTES</u>		
FIJOS TANGIBLES		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS		851.929,58
(-) Dep. Acumulada	-1.560,00	-2.793,33
FIJOS INTANGIBLES		1.300,00
ACTIVO FIJO NETO		850.436,25
<u>OTROS ACTIVOS</u>		293.075,16
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		293.075,16
TOTAL ACTIVOS		1.191.948,97
PASIVOS Y PATRIMONIO	Parcial	Total
<u>PASIVOS CORRIENTES</u>		1.142.140,53
TOTAL PASIVOS:		1.142.140,53
<u>PATRIMONIO</u>		48.608,44
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		1.190.748,97

Fuente: Unidad Educativa "Surcos"

Elaborado: Alex Abril

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Para el desarrollo del plan de Marketing de una Institución Educativa, es necesario partir de la creación del plan estratégico el mismo que es la base para el desarrollo de este proyecto.
- La creación de un plan Estratégico y un plan de Marketing ayudará a La Unidad Educativa Surcos a adoptar una visión empresarial logrando adaptarse con mayor versatilidad a los cambios que se vienen realizando dentro del sector educativo.
- Con la aplicación del plan de Marketing la Unidad Educativa pasara de tener una pérdida en años anterior a generar utilidad para el año 2015, con el incremento de sus ingresos por conceptos de matrículas y pensiones.
- Las exigencias y controles por parte del Ministerio de Educación han ayudado significativamente a reducir el número de Instituciones Educativas que no contaban con los mínimos requerimiento de funcionamiento, lo cual se convirtió en una oportunidad para la Unidad Educativa Surcos.

- Actualmente dentro del Distrito Metropolitano de Quito las Instituciones Educativas particulares están enfocadas en potencializar sus fortalezas, desarrollar actividades extracurriculares y brindar beneficios a sus estudiantes y padres de familia logrando tener diferenciación dentro del sector de la educación.
- A pesar que la Unidad Educativa Surcos tiene pocos años dentro del sector de la educación ha tenido un crecimiento significativo desde sus inicios en el año 1993.
- Las estrategias planteadas van a permitir que la Unidad Educativa Surcos sea más conocida dentro del sector y se muestre como una de las principales opciones para la educación de niños, niñas y adolescentes que residen en el sector.
- La Institución Educativa con la aplicación de las estrategias va lograr mantener su rentabilidad incrementando notablemente el número de estudiantes cumpliendo con los objetivos planteados obteniendo una utilidad al cierre del período.

6.2 RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente proyecto se recomienda:

- Ejecutar el plan de Marketing propuesto ya que con su aplicación la Unidad Educativa alcanzará con un crecimiento significativo en el número de

estudiantes con las que pasaran del tener matriculados 198 estudiantes a 263 estudiantes al término de este año lectivo

- Aprovechar el conocimiento que se obtuvo de las necesidades de la población y específicamente del nicho de mercado para lograr abarcar una mayor parte del mismo.
- Dar a conocer a padres de familia, estudiantes y público en general el contenido de la malla curricular con la que se trabaja, las instalaciones con la que cuenta y todos los beneficios extras que brinda la Institución
- Debido a los cambios que se están dando en el Sector Educativo es necesario que la Unidad Educativa mantenga una cultura de mejora continua y que se realicen constantes capacitaciones al personal docente como administrativo.
- Contar con un grupo de docentes y directivos los mismos que estarán encargados de realizar un seguimiento a las metas y actividades planteadas para el año lectivo 2014-2015, para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados
- Realizar varias campañas de socialización de todos los objetivos planteados para el año lectivo 2014-2015 y el progreso de cada uno de ellos en los eventos familiares que se realizan con la comunidad educativa.
- Lograr que toda la comunidad educativa se sienta comprometida con los cambios y nuevos objetivos de la Institución, disminuyendo los tiempos de cada actividad

y así obtener una visión global con la participación de personas que se encuentren en las diferentes áreas de la institución.

- Realizar un presupuesto y asignar un responsable de cada una de las metas. De esta manera se obtendrá un correcto seguimiento durante el año lectivo y un adecuado control que ayude a mantener la rentabilidad esperada por medio de un sistema de semaforización.
- Realizar encuestas a los clientes con el propósito de medir el nivel de satisfacción, así mismo se recomienda realizar una encuesta a los clientes potenciales en la que se ataque el nicho de mercado que se estableció en el presente proyecto.


REFERENCIAS

1. Acuerdo Ministerial 97-13 (16 de Abril de 2013).
2. Bown-Wilson, D. (s.f.). *e How*. Recuperado el 9 de Septiembre de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/concepto-servicio-cliente-sobre_84222/
3. De Garcilla Lopez, M., & Rivera Camino, J. (2012). *Dirección de Marketing*. Madrid: ESIC.
4. E-conomic. (s.f.). *E-conomic*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2014, de <http://www.economic.es/programa/glosario/definicion-marketing-mix>
5. Estanislao Osmar Beas. (01 de 2004). *GestioPolis*. Recuperado el 9 de Septiembre de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/kaicamstani.htm>
6. Estévez, I. E. (2010). *Indicadores Zonales y Parroquiales*. Recuperado el 24 de Febrero de 2014, de Quito Distrito Metropolitano: <http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/parroquia/Demografia.htm>
7. Ferrell, O. C. (2006). *Estrategia de Marketing*. Thomson Internacional.
8. *Informacion Censal*. (2012). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
9. *Informacion Censal*. (2012). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
10. *Ingresos y Gastos por hogares*. (2012). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>
11. Jaramilo, C. (s.f.). *Anda*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2014, de http://www.anda.cl/not_experiencia_ser_cliente.asp
12. Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principios de Marketing*. Pearson.
13. Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico : Pearson.
14. Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing*. Pearson.
15. Ley Orgánica de Educación Intercultural, Art. 31 (31 de Marzo de 2011).
16. Ley Orgánica de Educación Intercultural, Capitulo Cinco (31 de Marzo de 2011).

17. Malhotra, N. (2008). *Investigacion de Mercados* . Mexico : Pearson .
18. Ministerio de Educación. (2012). *Estándares de Calidad Educativo*.
19. *Ministerio de Educacion*. (2013). Recuperado el 24 de Febrero de 2014, de Zonas distritos y circuitos : <http://educacion.gob.ec/zonas-distritos-y-circuitos/>
20. Muñiz, R. (s.f.). *Marketing XXI* . Recuperado el 7 de Septiembre de 2014, de <http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>
21. *Noticias Quito* . (14 de Septiembre de 2011). Recuperado el 24 de Febrero de 2014, de http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/inec_entrego_resultados_del_censo_2010_al_municipio_de_quito--4406
22. Orozco, A. (1999). *Investigación de Mercados Concepto y Práctica*. Bogota: Norma .
23. Ortiz, G. (2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 06 de 2014, de <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/30/epe.htm>
24. Parada, P. (6 de Noviembre de 2013). *Pascual Parada*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2014, de www.pascualparada.com
25. PEI, M. d. (2013). *Guía Metodológica para la construcción participativa del Proyecto Educativo Institucional*. Quito.
26. Practica, D. M. (2006). *Ana Casado; Ricardo Sellers*. Alicante : Club Universitario .
27. Reglamento Ley Orgánica de Educación Intercultural (26 de Julio de 2012).
28. *Reportes de registro educativo* . (2013). Obtenido de <http://reportes.educacion.gob.ec:8085/reportesPlantilla.aspx?rep=4>
29. Ries, A., & Trout, J. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. McGraw-Hill.
30. Robbins, S., & Decenzo, D. (2002). *Fundamento Administración*. Mexico: Pearson .
31. *Sistema Uno - Grupo Santillana*. (2011). Obtenido de <http://www.santillana.com.ec/index.php/sistema-uno>

ANEXOS

Anexo 1


		PLAN OPERATIVO PARA EL 2014 - 2015				ACTUALIZADO AL: 15 10 14			
		2014							
PERSPECTIVA	OBJETIVOS AGOSTO 2014 - JULIO 2015	No.	METAS	Responsable de la maniobra	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE	
RENTABILIDAD Y PRESUPUESTO BASADO EN NÚMERO DE ESTUDIANTES	PARA SEPTIEMBRE DEL 2015 TENDREMOS 263 ALUMNOS MATRICULADOS. SE GARANTIZA EL PUNTO DE EQUILIBRIO EN ESTE PERÍODO.	1.1	Para el 15 de septiembre del 2014 tendremos 200 alumnos matriculados.	Gerente Financiera	X				
		1.2	Para septiembre del 2015 abrir dos paralelos en preparatoria y octavo de básica	Gerente Financiera		X	X	X	
		1.3	Para septiembre de 2015 se matricularán el 90% de los alumnos matriculados en el año lectivo 2014-2015.	Gerente Financiera	X	X	X	X	
		1.4	Para el 15 de marzo del 2015, inscribir 100 alumnos nuevos	Gerente Financiera		X			
		1.5	Para el 30 de junio del 2015 inscribir 50 alumnos nuevos	Gerente Financiera			X	X	
		1.6	Monitorear mensualmente los gastos para alcanzar el punto de equilibrio.	Gerente Financiera	X	X	X	X	
DESARROLLO DEL ENTORNO	MANTENER UN MÁXIMO DE 15 ESTUDIANTES POR AULA EN EDUCACIÓN INICIAL Y PREPARATORIA, 25 EN EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA Y BACHILLERATO. MANTENER LAS CARACTERÍSTICAS Y DIMENSIONES DE LOS ESPACIOS VERDES (CANCHA DE FUTBOL BACHILLERATO, ÁREA DE GIMNASIA, CANCHA DE FUTBOL BÁSICA, JUEGOS INFANTILES BÁSICA, JUEGOS INFANTILES PRESCOLAR, GRANJA Y HUERTO) Y RECREATIVOS (CANCHA DE USO MÚLTIPLE, PATIO CENTRAL, ÁREA CENTRAL DE PRESCOLAR, PATIO LATERAL, PISTA ATLÉTICA) GENERANDO COMODIDAD Y SEGURIDAD PARA LOS ESTUDIANTES. IMPLEMENTAR UN PLAN DE ACCIÓN ANUAL PARA IMPULSAR LA RESPONSABILIDAD ECOLÓGICA Y SOCIAL DENTRO DE LA COMUNIDAD EDUCATIVA.	2.1	Socializar en una reunión al personal docente y administrativo sobre los procesos de admisión y de inscripciones	Gerente Financiera	X				
		2.2	Conseguir el compromiso de los accionistas de mantener las características y dimensiones de los espacios verdes y recreativos.	Gerente Financiera	X				
		2.3	Elaborar e implementar un plan institucional para impulsar la responsabilidad ecológica y social.	Vicerrectora	X	X	X	X	

PROCESOS QUE POSIBILITEN SELLOS INTERNACIONALES	ASISTIR AL TALLER DE INTRODUCCIÓN AL PEP DICTADO POR EL BI.	3.1	Asistir al taller de introducción al PEP	Gerente Financiera			X	
DESARROLLO DE LENGUA EXTRANJERA	PARA JUNIO DEL 2015 EL 50 % DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO, DÉCIMO DE BÁSICA Y TERCERO DE BACHILLERATO OBTENDRÁN EL 60 % O MÁS EN LOS SIMULACROS DE LA PUREBA: PET, KET Y FIRST CERTIFICATE RESPECTIVAMENTE	4.1	Para julio del 2014 se habrá seleccionado el material bibliográfico para los estudiantes, con los cuales se preparará al estudiantado hacia la consecución de certificaciones internacionales.	Jefe de Area de Inglés	X			
		4.2	Desarrollar 4 jornadas de conversación con nativos anglohablantes.	Jefe de Area de Inglés		X		X
		4.3	Para abril del 2015 planificar y ejecutar el intercolegial de Spelling Bee y el concurso interno Poem Contest	Jefe de Area de Inglés			X	
		4.4	Organizar tres jornadas de capacitación a los docentes que aplicarán las pruebas para la certificación	Jefe de Area de Inglés	X			
		4.5	Aplicar 4 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Séptimo, Décimo de Básica y Tercero de Bachillerato	Jefe de Area de Inglés	X	X	X	X
		4.6	Aplicar 2 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Sexto, Noveno de Básica y Segundo de Bachillerato	Jefe de Area de Inglés			X	X

RECONOCIMIENTOS ACADÉMICOS, CULTURALES Y DEPORTIVOS	ORGANIZAR 2 CONCURSOS ACADÉMICOS Y 2 CAMPEONATO INTERCOLEGALES Y PARTICIPAR EN 4 CONCURSOS EXTERNOS. GANANDO UNA NOMINACIÓN ENTRE LOS TRES PRIMEROS PUESTOS PARA JUNIO DEL 2015	5.1	Elaborar un manual de participación de concursos	Vicerrectora	X			
		5.2	Organizar y ejecutar 1 intercolegial de Declamación en Abril del 2015	Jefe de Area de Lengua			X	
		5.3	Organizar y ejecutar 1 intercolegial de Cálculo Mental en Enero del 2015	Jefe de Area de Matemática		X		
		5.4	Organizar y ejecutar 1 campeonato intercolegial de Juegos Tradicionales en Noviembre del 2014	Jefe de Area de cultura Estética y Cultura Física	X			
		5.5	Organizar y ejecutar 1 campeonato intercolegial de Futbol en Marzo del 2015	Jefe de Area de cultura Estética y Cultura Física			X	
		5.6	Participar en 1 concurso intercolegial de Libro Leído en el mes de Mayo del 2015	Jefe de área de Lengua y Literatura				X
		5.7	Participar en 1 concurso intercolegial de Oratoria en el mes Febrero de del 2015	Jefe de área de Lengua y Literatura			X	
		5.8	Participar en un concurso intercolegial de Inglés en el mes de Marzo del 2015	Jefe de área de Inglés			X	
		5.9	Participar en un campeonato intercolegial de deportes en el mes Abril del 2015	Jefe del Área de Cultura Estetica y Física			X	
		5.10	Organizar y Ejecutar un concurso intercolegial de Cultura General en el mes de octubre del 2015	Jefe del Área de Estudios Sociales				
		5.11	Participar en el concurso municipal de remediación ambiental	Gerente General				X

PUBLICACIÓN DE OBRAS LITERARIAS	IMPLEMENTAR LA LECTURA DE 6 LIBROS, PRODUCIR Y NARRAR UN TEXTO LITERARIO POR CADA ESTUDIANTE Y PUBLICAR UNA COMPILACIÓN DE LOS MEJORES TRABAJOS EN ABRIL DEL 2015 .	6.1	Todos los estudiantes deben leer una obra literaria cada mes y medio hasta alcanzar seis en junio del 2015.	Jefe del Área de Lengua y Literatura	X	X	X	X
		6.2	Hasta marzo del 2015 revisar los textos literarios creados por todos los estudiantes	Jefe del Área de Lengua y Literatura				X
		6.3	Hasta junio del 2015 escucharen los momentos cívicos las narraciones de los textos literarios creados los estudiantes, utilizando técnicas de expresión oral	Jefe del Área de Lengua y Literatura	X	X	X	X
		6.4	En la semana cultural Publicar una compilación de los mejores textos literarios.	Jefe del Área de Lengua y Literatura			X	
TALENTO HUMANO	ESTABLECER E IMPLEMENTAR UN MANUAL DE EVALUACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE TALENTO HUMANO Y EJECUTAR EL PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN DE 40 HORAS MÍNIMO HASTA JULIO DEL 2015.	7.1	Elaborar y ejecutar un manual de evaluación y reconocimiento institucional de talento humano hasta enero del 2015.	Gerente General	X	X	X	X
		7.2	Elaborar, ejecutar y evaluar el plan de capacitación para el año lectivo 2014-2105	Vicerrectora	X	X	X	X

Anexo 2


		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015				ACTUALIZADO A: 03 11 14	
PLAN EN LA PERSPECTIVA RENTABILIDAD Y PRESUPUESTO BASADO EN NÚMERO DE ESTUDIANTES							
OBJETIVO 1		PARA SEPTIEMBRE DEL 2015 TENDREMOS 263 ALUMNOS MATRICULADOS. SE GARANTIZA EL PUNTO DE EQUILIBRIO EN ESTE PERÍODO.					
META 1.1		Para el 15 de septiembre del 2014 tendremos 200 alumnos matriculados.					
INDICADOR:		Número de alumnos matriculados/número de alumnos proyectados					
ACTIVIDADES	DURACION (DÍAS)	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Elaborar la base de datos de los interesados	2	17/06/2014	19/06/2014	Bibliotecario	Hojas de inducción, hojas de ferias	0,00	
Llamar a los padres de familia que han solicitado información	5	23/06/2014	28/06/2014	Gerencia Financiera	Bases de datos	0,00	
Volantear en los condominios del sector	14	23/06/2014	07/07/2014	Gerencia Financiera	Volantes existentes	350,00	
Volantear en el CC Condado y semáforos	4	28/06/2014	02/07/2014	Gerencia General	Volantes nuevos	450,00	
Colocar señalética	5	15/07/2014	20/07/2014	Gerencia Financiera	Arte, rotulos	75,00	
Informarse de los colegios del sector que están cerrando y hacer alianzas	8	14/07/2014	22/07/2014	Vendedor EATA, y abogado	Llamadas, contactos	0,00	
Convenios con 2 guarderías del sector que tienen amistad los dueños	4	01/01/2015	05/01/2015	Gerencia General	Porcentaje de matricula	0,00	
Publicidad en consultorios ginecológicos y pediátricos	5	23/06/2014	28/06/2014	Ger Gnral (acercamiento consultorios) y Ger Financiera (volantes)	Volantes y acercamientos	0,00	
Emailing	20	01/07/2014	21/07/2014	Gerencia Financiera	Arte y base de datos	0,00	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						875,00	

META 1.2		Para septiembre del 2015 abrir dos paralelos en preparatoria y octavo de básica				
INDICADOR:		Número de paralelos abiertos en preparatoria y octavo de básica/Número de paralelos proyectados en preparatoria y octavo de básica				
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Determinar los espacios físicos donde estarán ubicados los dos paralelos nuevos.	1	31/10/2014	01/11/2014	Gerente Financiero	Manual de uso de espacios físicos	0,00
Hacer 5 convenios con guarderías cercanas	90	04/11/2014	02/02/2015	Gerente Financiero	Convenios, bases de datos Guarderías	350,00
Hacer 5 convenios con pediatras y ginecólogos	90	04/11/2014	02/02/2015	Gerente Financiero	Convenios, bases de datos médicos	0,00
Contratar una persona que haga ventas con comisión	8	15/11/2014	23/11/2014	Gerente Financiero	Contrato, comisión	40,00
Hacer dos campaña de referidos	160	04/11/2014	13/04/2015	Gerente Financiero	Campaña de referidos, arte y slogan	60,00
Ejecutar la campaña de referidos	300	08/11/2014	04/09/2015	Gerente Financiero	Plan de referidos, medios electrónicos	0,00
Hacer 10 presentaciones en empresas del sector	180	04/11/2014	03/05/2015	Gerente Financiero	Speech de venta, stand	550,00
Emailing	90	15/11/2014	13/02/2015	Gerente Financiero	Arte, redes sociales	60,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						1060,00
META 1.3		Para septiembre de 2015 se matricularán el 90% de los alumnos matriculados en el año lectivo 2014-2015				
INDICADOR:		Número de alumnos inscritos/número de alumnos programados				
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Hacer y aplicar dos encuestas de satisfacción de servicios a estudiantes y padres	170	05/01/2015	24/06/2015	Rectorado	Encuesta de seguimiento	20,00
Enviar comunicado de confirmación de cupo para el próximo año escolar	2	02/03/2015	04/03/2015	Gerente Ginanciero	Comunicado	-
Llamar a padres de familia que no han confirmado el cupo	8	16/03/2015	24/03/2015	Gerente Ginanciero	Telefono, base de datos	10,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						30,00

META 1.4		Para el 15 de marzo del 2015, inscribir 100 alumnos nuevos				
INDICADOR:		Número de alumnos inscritos/número de alumnos programados				
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Realizar volanteo en condominios del sector	15	04/11/2014	19/11/2014	Gerencia Financiera	Volantes y recurso humano	50,00
Realizar 4 volanteos en El Condado Shopping en los meses de noviembre, enero, marzo y junio	234	08/11/2014	30/06/2015	Gerencia Financiera	Volantes y recurso humano	50,00
Actualizar base de datos de los contactos obtenidos	2	05/01/2015	07/01/2015	Gerencia Financiera	Base de datos, hojas de inducción, recurso humano	sin costo
Realizar seguimiento de la base de datos de contactos	15	08/01/2015	23/01/2015	Gerencia Financiera	Base de datos, telefono, recurso humano	sin costo
Realizar un campamento vacacional del 06 al 20 de febrero	15	06/02/2015	21/02/2015	Gerencia Financiera		-
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						100,00
META 1.5		Para el 30 de junio del 2015 inscribir 50 alumnos nuevos				
INDICADOR:		Número de alumnos inscritos/número de alumnos programados				
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Realizar llamadas de confirmación a alumnos inscritos que aún no han reservado el cupo	30	01/06/2015	01/07/2015	Secretaria	Telefono, recurso humano, base de datos de inscritos	10,00
Participar en feria de guarderías	2	25/04/2015	27/04/2015	Rectorado, Gerencia Financiera, docentes inicial	Recursos humanos y financieros, materiales, volantes,	400,00
Participar en feria de colegios	1	09/05/2015	10/05/2015	Rectorado, Gerencia Financiera, docentes primaria y secundaria	Recursos humanos y financieros, materiales, volantes,	400,00
Invitar a los Colegios del sector a dos actividades de la U. E. Surcos	120	01/03/2015	29/06/2015	Secretaria	Invitaciones	50,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						860,00


META 1.6	Monitorear mensualmente los gastos para alcanzar el punto de equilibrio.					
INDICADOR:	Gastos realizados / gastos presupuestados					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Realizar un presupuesto anual de gastos	5	03/08/2014	08/08/2014	Gerencia Financiera	Balances, detalle de gastos anteriores, detalle de gastos proyectados	-
Realizar un plan de optimización de gastos	5	04/11/2014	09/11/2014	Gerencia Financiera	Cotizaciones de proveedores, plan de comparación	-
Crear un sistema de aprobación del gasto en base al presupuesto	10	10/11/2014	20/11/2014	Gerencia Financiera	Sistema de aprobación del gasto	500,00
Realizar un informe mensual de gastos vs presupuesto	5	01/10/2014	06/10/2014	Gerencia Financiera	informe, computadora	-
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						500,00

Anexo 3


		PLAN OPERATIVO 2014				ACTUALIZADO A: 05 06 14
PLAN EN LA PERSPECTIVA DESARROLLO DEL ENTORNO						
OBJETIVO 2	MANTENER UN MÁXIMO DE 15 ESTUDIANTES POR AULA EN EDUCACIÓN INICIAL Y PREPARATORIA, 25 EN EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA Y BACHILLERATO. MANTENER LAS CARACTERÍSTICAS Y DIMENSIONES DE LOS ESPACIOS VERDES (CANCHA DE FUTBOL BACHILLERATO, ÁREA DE GIMNASIA, CANCHA DE FUTBOL BÁSICA, JUEGOS INFANTILES BÁSICA, JUEGOS INFANTILES PRESCOLAR, GRANJA Y HUERTO) Y RECREATIVOS (CANCHA DE USO MÚLTIPLE, PATIO CENTRAL, ÁREA CENTRAL DE PRESCOLAR, PATIO LATERAL, PISTA ATLÉTICA) GENERANDO COMODIDAD Y SEGURIDAD PARA LOS ESTUDIANTES. IMPLEMENTAR UN PLAN DE ACCIÓN ANUAL PARA IMPULSAR LA RESPONSABILIDAD					
META 2.1	Socializar en una reunión al personal docente y administrativo sobre los procesos de admisión y de inscripciones					
INDICADOR:	Cantidad de estudiantes matriculados para cada grado o curso/ Aforo (capacidad de estudiantes proyectada)					
ACTIVIDADES	DURACION (DÍAS)	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Realizar un análisis del cumplimiento de las normas de uso de espacios físicos (Aula)	1	06/09/2014	07/09/2014	Gerente Administrativa Rectora	Planos y normas	
Verificar el cumplimiento de las normas establecidas	300	01/09/2014	15/07/2015	Departamento de admisiones Rectora	Normas	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-
META 2.2	Conseguir el compromiso de los accionistas de mantener las características y dimensiones de los espacios verdes y recreativos.					
INDICADOR:	Carta de compromiso firmada /Carta de compromiso programada					
ACTIVIDADES	DURACION (DÍAS)	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Socializar el proceso de admisiones durante la temporada de inscripciones.	1	01/09/2014	30/11/2014	Gerente Administrativa	Procesos de admisiones	
Ejecutar adecuadamente el proceso	150	01/03/2014	31/12/2014	Departamento de admisiones Rectora	Documentos de admisión	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-

META 2.3	Elaborar e implementar un plan institucional para impulsar la responsabilidad ecológica y social.					
INDICADOR:	Número de PRES ejecutado /número de PRES proyectado.					
ACTIVIDADES	DURACION (DÍAS)	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Reunión de responsables para la elaboración del PRES	15	30/10/2014	14/11/2014	Vicerrectora	Humano	-
Socialización de las actividades del PRES	2	17/11/2014	19/11/2014	Comisión Ecológica	Humano	-
Ejecución de las actividades del PRES	120	17/11/2014	17/03/2015	Comisión Ecológica	Implementos y materiales	1.000,00
Evaluación del PRES	5	08/06/2015	13/06/2015	Vicerrectora	Humano	-
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						1.000,00
META 2.4	Sensibilizar e incentivar a la comunidad educativa, durante el año lectivo, el cuidado y protección del medio ambiente con la campaña de reciclaje y proyectos innovadores.					
INDICADOR:	El número de planes aprobados y cumplidos/ planes propuestos					
ACTIVIDADES	DURACION (DÍAS)	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Elaborar un plan anual de acciones ecológicas y sociales como: periódico mural, charlas y conferencias, reciclaje, rotulaciones de espacios verdes.	1	06/10/2014	10/10/2014	Comisión ecológica	Recurso Económico	Autogestión
Manual de manejo de huerto	5	06/10/2014	10/10/2014	Preescolar	Guía de siembra y cosecha Recurso Económico Tiempo	
Seguimiento al cumplimiento de los planes y manuales	200	01/09/2014	20/03/2015	Comisión ecológica Preescolar	Planes y manuales	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-

Anexo 4


		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015					ACTUALIZADO A: 05 11 14
PLAN EN LA PERSPECTIVA PROCESOS QUE POSIBILITEN SELLOS INTERNACIONALES							
OBJETIVO 3		ASISTIR AL TALLER DE INTRODUCCIÓN AL PEP DICTADO POR EL BL					
META 3.1		Asistir al taller de introducción al PEP					
INDICADOR:		Solicitud aceptada /solicitud programada					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Remitir el Formulario de información sobre el colegio en línea	15	15/11/2014	30/11/2014	Vicerrectorado	Humanos	-	
Investigar acerca de la filosofía ib	30	30/11/2014	30/12/2014	Vicerrectorado	Humanos		
Analizar los requisitos del programa que se detallan en la Guía para la autorización del colegio	15	30/12/2014	14/01/2015	Vicerrectorado	Humanos		
Obtener el apoyo de profesores, directores, consejo y alumnos	30	14/01/2015	13/02/2015	Rectorado	Humanos	-	
Adquirir el paquete de introducción al PEP	1	13/02/2015	14/02/2015	Vicerrectorado	Humanos y Financieros	200,00	
Designar un coordinador	1	14/02/2015	15/02/2015	Rectorado	Humanos		
Elaborar un plan de acción para asegurar la implementación exitosa del programa	8	15/02/2015	23/02/2015	Vicerrectorado	Humanos		
Asistir a un taller categoría 1	1			Gerencia Financiera	Humanos y Financieros	500,00	
Preparar la solicitud de categoría del colegio	30	23/02/2015	25/03/2015	Vicerrectorado	Humanos		
Enviar a las autoridades escolares y líderes pedagógicos a un seminario de orientación	8	25/03/2015	02/04/2015	Rectorado	Humanos y Financieros	500,00	
Contactar o visitar otros colegios BI	15	02/04/2015	17/04/2015	Rectorado	Humanos		
Remitir la solicitud de categoría solicitante	30	17/04/2015	17/04/2015	Vicerrectorado	Humanos y Financieros	4.000,00	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						5.200,00	

Anexo 5


		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015				ACTUALIZADO A: 05 11 14	
PLAN EN LA PERSPECTIVA DESARROLLO DE LENGUA EXTRANJERA							
OBJETIVO 4		PARA JUNIO DEL 2015 EL 50 % DE ESTUDIANTES DE SÉPTIMO, DÉCIMO DE BÁSICA Y TERCERO DE BACHILLERATO OBTENDRÁN EL 60 % O MÁS EN LOS SIMULACROS DE LA PUREBA: PET, KET Y FIRST CERTIFICATE RESPECTIVAMENTE					
META 4.1 :		Para julio del 2014 se habrá seleccionado el material bibliográfico para los estudiantes, con los cuales se preparará al estudiantado hacia la consecución de certificaciones internacionales.					
INDICADOR:		100% de recurso bibliográfico solicitado y analizado / 100% de material bibliográfico seleccionado.					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Análisis de la malla curricular y carga horaria para el área de Inglés.	1	09/06/2014	10/06/2014	Rectorado			
Solicitud de libros a las casas editoriales	2	15/06/2014	17/06/2014	Jefe de área de Inglés	Internet Números telefónicos y direcciones electrónicas		
Revisión de libros y Reuniones de trabajo del área en rectorado para identificar fortalezas y debilidades de los libros	5	03/07/2014	08/07/2014	Jefe de área de Inglés	Textos entregados por la librería Informe de análisis		
Selección de libros para cada grado y curso.	1	11/07/2014	12/07/2014	Rectorado y Jefe de área de Inglés			
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	
META 4.2:		Desarrollar 4 jornadas de conversación con nativos anglohablantes.					
INDICADOR:		Nivel de inglés de los estudiantes mayor a 20%					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Invitación a estudiantes de intercambio de Youth for Understanding	4	05/02/2015	09/02/2015	Rectorado y Jefe de área de Inglés	Llamadas telefónicas, visita a Youth for Understanding	0.00	
Realización de un taller de debate entre los estudiantes de los tres años de bachillerato moderado por los docentes de Inglés con el fin de medir el nivel en el idioma	2	12/02/2015	14/02/2015	Rectorado y Jefe de área de Inglés		0.00	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						0.00	

META 4.3:	Organizar tres jornadas de capacitación a los docentes que aplicarán las pruebas para la certificación					
INDICADOR:	Los docentes estarán familiarizados con las evaluaciones que se aplicarán a los estudiantes					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Realizar capacitaciones a los docentes con el fin de que se familiaricen las temáticas de las evaluaciones	1	08/12/2014	08/12/2014	Jefe del Área de Inglés		
Realizar capacitaciones a los docentes con el fin de que se familiaricen con el sistema de las evaluaciones y su calificación	2	por concretar		Jefe del Área de Inglés, Personal de Cambridge University Press	Correo electrónico, llamadas telefónicas	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						
META 4.5	Aplicar 4 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Séptimo, Décimo de Básica y Tercero de Bachillerato					
INDICADOR:	El 50% de los estudiantes evaluados obtendrán una calificación del 60% o superior en las evaluaciones aplicadas					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Aplicar simulacros de las evaluaciones a los estudiantes de Séptimo, Décimo de Básica y Tercero de Bachillerato	4	05/01/2015	30/06/2015	Jefe del Área de Inglés, docentes de los Años de Básica y Bachillerato	Internet	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						
META 4.6	Aplicar 2 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Sexto, Noveno de Básica y Segundo de Bachillerato					
INDICADOR:	El 50% de los estudiantes evaluados obtendrán una calificación del 60% o superior en las evaluaciones aplicadas					
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS
Aplicar 2 simulacros de las pruebas para las certificaciones a todos los estudiantes de Sexto, Noveno de Básica y Segundo de Bachillerato	2	05/01/2014	15/06/2015	Jefe del Área de Inglés, docentes de los Años de Básica y Bachillerato	Internet	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						


Anexo 6

		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015					ACTUALIZADO A: 05 11 14
PLAN EN LA PERSPECTIVA RECONOCIMIENTOS ACADÉMICOS, CULTURALES Y DEPORTIVOS							
OBJETIVO 5	ORGANIZAR 2 CONCURSOS ACADÉMICOS Y 2 CAMPEONATOS INTERCOLEGALES Y PARTICIPAR EN 4 CONCURSOS EXTERNOS GANANDO UNA NOMINACIÓN ENTRE LOS TRES PRIMEROS						
META 5.1 :	Elaborar un manual de participación de concursos						
INDICADOR:	Manual de participación de concursos aprobado/número de participación en concursos solicitados.						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Diseño del manual	5	27/10/2014	01/11/2014	Vicerrectorado	Humano		
Aprobación del manual	2	01/11/2014	03/11/2014	Consejo ejecutivo	Humano		
Socialización del manual	1	04/11/2014	05/11/2014	Vicerrectorado	Humano		
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META							
META 5.2:	Organizar y ejecutar 1 intercolegial de Declamación en Abril del 2015						
INDICADOR:	Concurso ejecutado/concurso organizado						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Entrega de poemas de acuerdo a la edad y temperamento del niño.	7	13/10/2014	20/10/2014	Profesora de Lenguaje Secundaria	Recurso Humano; Recursos materiales; Poemarios, Internet, Copiadora, papel.		
Entrenar a los estudiantes en presentación, dicción y declamación.	30	20/10/2014	19/11/2014	Profesora de Lenguaje Secundaria	Recurso Humano		
Revisión de las bases del concurso.	1	28/11/2014	29/11/2014	Profesoras del área de Lenguaje	Recurso Humano		
Realizar un miniconcurso interno para elegir a los mejores estudiantes.	1	13/12/2014	14/12/2014	Profesoras de la instrucción	Recurso Humano		
Selección del jurado calificador que no pertenezcan a la institución.	60	01/01/2015	02/03/2015	Jefe de área	Recurso Humano		
Perfeccionar la actuación con los estudiantes seleccionados.	60	02/01/2015	03/03/2015	Profesora de Lenguaje Secundaria	Recurso Humano		
Realizar el concurso general de declamación.	1	17/04/2015	18/04/2015	Profesora de Lenguaje Secundaria	Recurso Humano	-	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	

Anexo 7

		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015					ACTUALIZADO A: 05 11 14
PLAN EN LA PERSPECTIVA PUBLICACIÓN DE OBRAS LITERARIAS							
OBJETIVO 6	IMPLEMENTAR LA LECTURA DE 6 LIBROS, PRODUCIR Y NARRAR UN TEXTO LITERARIO POR CADA ESTUDIANTE Y PUBLICAR UNA COMPILACIÓN DE LOS MEJORES TRABAJOS EN ABRIL DEL 2015.						
META 6.1 :	Todos los estudiantes deben leer una obra literaria cada mes y medio hasta alcanzar seis en junio del 2015.						
INDICADOR:	Nº de libros leídos/6 libros leídos proyectados.						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Conformar el Área de Lenguaje.	1	16/08/2014	16/08/2014	Rectorado	Recurso humano	Sin recurso	
Seleccionar los textos de acuerdo al nivel académico.	1	17/08/2014	17/08/2014	Área de Lenguaje	Recurso humano, tiempo	Sin recurso	
Realizar un plan de lectura por clase.	2	03/10/2014	10/10/2014	Área de Lenguaje	Plan operativo	Sin recurso	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	
META 6.2:	Hasta marzo del 2015 revisar los textos literarios creados por todos los estudiantes						
INDICADOR:	Nº de textos literarios creados/200 textos literarios creados						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Los estudiantes recibirán indicaciones sobre como crear un texto literario.	30	01/11/2014	01/12/2014	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano	Sin recursos	
Escribirán los textos literarios de acuerdo a cada nivel un tema cada semana.	90	01/11/2014	28/02/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano	Sin recursos	
Se realizará la corrección de los textos y se escogerán los mejores.	90	02/11/2014	01/03/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano	Sin recursos	
Establecer un patrón para la creación del texto.	2	21/11/2014 28/11/2011	21/11/2014 28/11/2012	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano	Sin recursos	
Una vez corregidos se imprimirán previo un patrón establecido.	7	16/02/2015	20/02/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano; Recursos materiales, Papel, impresora.		
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	
META 6.3:	En la semana cultural Publicar una compilación de los mejores textos literarios.						
INDICADOR:	1 copilación del mejor texto literario/ 1 copilación del mejor texto literario						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Escoger los mejores textos literarios creados por los estudiantes	1 semana	02/03/2015	06/03/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano		
Preparar a los estudiantes para la exposición	2 semanas	16/03/2015	27/03/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano		
Preparar un lugar en el colegio para la exposición.	1 semana	30/03/2015	03/04/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano		
Exposición de los mejores textos literarios en la semana cultural.	1 semana	20/04/2015	24/04/2015	Profesoras de Lengua y Literatura	Recurso humano		
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						-	

Anexo 8

		PLAN OPERATIVO 2014 - 2015					ACTUALIZADO A: 05 11 14
PLAN EN LA PERSPECTIVA TALENTO HUMANO							
OBJETIVO 7	ESTABLECER E IMPLEMENTAR UN MANUAL DE EVALUACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE TALENTO HUMANO Y EJECUTAR EL PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN DE 40 HORAS MÍNIMO HASTA JULIO DEL 2015.						
META 7.1 :	Elaborar y ejecutar un manual de evaluación y reconocimiento institucional de talento humano hasta enero del 2015.						
INDICADOR:	Plan elaborado y reconocimiento realizado/plan de evaluación y reconocimiento elaborado.						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Crear un modelo de evaluación de talento humano hasta noviembre del 2014	30	05/11/2014	05/12/2014	Consejería Estudiantil, Psicóloga secundaria responsable	Recursos humanos, tecnológicos y materiales	sin costo	
Conseguir la autorización de rectorado de la evaluación de talento humano hasta enero del 2015	30	14/12/2014	14/01/2015	Rectorado y consejería estudiantil (responsable)	Modelo de evaluación	sin costo	
Ejecutar la evaluación de talento humano en junio del 2015	21	05/06/2015	26/06/2015	Consejería Estudiantil	Evaluaciones	84,00	
Analizar los resultados de la evaluación de talento humano	7	27/06/2015	04/07/2015	Consejería Estudiantil	Evaluaciones, computadora, recursos humanos	sin costo	
Diseñar un plan de mejora basado en los resultados de la evaluación de talento humano	15	15/07/2015	30/07/2015	Consejería Estudiantil (responsable), rectorado y gerencia	Instrumento de evaluación del talento humano, computadora, proyector.	sin costo	
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						84,00	
META 7.2:	Elaborar, ejecutar y evaluar el plan de capacitación para el año lectivo 2014-2105						
INDICADOR:	Numero de planes elaborados/número de planes programados						
ACTIVIDADES	DURACION	FECHA DE INICIO	FECHA DE TÉRMINO	RESPONSABLE	RECURSOS	RECURSOS FINANCIEROS	
Revisión del Informe de Resultados del Plan de Capacitación 2013-2014	2	04/11/2014	06/11/2014	Rectorado	Humano		
Diseño del Plan de capacitación	15	06/11/2014	21/11/2014	Rectorado	Humano		
Aprobación del Plan de capacitación	2	21/11/2014	23/11/2014	Rectorado/Gerencia Financiera	Humano		
Socialización del Plan de capacitación	3	23/11/2014	26/11/2014	Vicerrectorado	Humano		
Ejecución del Plan de capacitación	247	26/11/2014	31/07/2015	Vicerrectorado	Convenios Institucionales	3.960,00	
Evaluación de la eficacia y eficiencia del Plan de capacitación	20	31/07/2015	20/08/2015	Vicerrectorado	Humano		
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						3.960,00	

Anexo 9

SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVOS	Parcial	Total
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible:		-1.630,35
Caja-Bancos	-1.630,35	
Exigible:		25.045,78
Cuentas por cobrar Pensiones	11.510,68	
Préstamos a Socios J.C.S.	10.000,00	
Préstamos a Socios C.S.	1.885,10	
Otras Ctas por Cobrar Bco.Machala	1.650,00	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES:		23.415,43
ACTIVOS NO CORRIENTES		
FIJOS TANGIBLES		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS		851.929,58
Edificios - Terrenos	422.920,00	
Construcción en Proceso 1	153.097,91	
Construcción en Proceso 2	177.719,67	
Construcción en Proceso 3	55.000,00	
Muebles y Enseres	21.823,00	
Equipo de Oficina	14.862,00	
Equipo de Computación	6.507,00	
(-) Dep. Acumulada	-1.560,00	-1.560,00
FIJOS INTANGIBLES		
Software	-	
ACTIVO FIJO NETO		850.369,58
OTROS ACTIVOS		303.349,84
Gastos anticipados 1	289.259,85	
Gastos anticipados 2	14.089,99	
Anticipos a Proveedores		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		303.349,84
TOTAL ACTIVOS		1.177.134,85
PASIVOS Y PATRIMONIO	Parcial	Total
PASIVOS CORRIENTES		1.189.599,97
Corto Plazo		
Cuentas por pagar	20.000,00	
Impuestos por pagar:	178,09	
I.V.A.	76,96	
Retención Fuente	101,13	
I.E.S.S.:	5.217,25	
Aportes IESS (A)	3.354,89	
Fondos Reserva (F)	307,75	
Ptmos Quirografarios (P)	1.236,84	
Ptmos Hipotecarios (PPH)	317,77	
Beneficios sociales	21.944,21	
Sueldos y Salarios	15.543,86	
Prov. 13 sueldo	1.300,35	
Prov. 14 sueldo	5.100,00	
Otras ctas. Por pagar	80.817,62	
Ptmos Ctas por pagar accionistas	1.061.442,80	
TOTAL PASIVOS:		1.189.599,97
PATRIMONIO		-12.465,12
Capital pagado	10.000,00	
Reserva Legal	-	
Reserva de Capital	-	
Reserva por Valuación Acciones	-	
Aportes Futura Capitalización	-	
Pérdidas de Ejercicios anteriores 2012	-5.401,88	
Utilidad / Pérdida del Período 2013	-17.063,24	
Utilidad no Distribuidas		
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		1.177.134,85

Anexo 10

SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

INGRESOS	311.596,77
(-) Desctos / Devoluc	
(=) Vtas Netas	311.596,77
Menos:	
Costo de la Inversión	-
Ganancia Bruta Vtas	311.596,77
Menos:	
Gastos de Operación:	230.726,11
Sueldos y Salarios	182.470,14
Aportes 12.15%	22.170,12
Decimo Tercer Sueldo	15.205,85
Decimo Cuarto Sueldo	10.880,00
Vacaciones	-
Fondos de Reserva	-
Menos Gtos Generales:	97.749,80
Gastos deducibles:	-
Gtos sin derecho a C.T.	37.036,77
Gtos Tarifa 0%	41.053,84
Gastos I.V.A.	5.503,81
Gastos RISE	8.305,62
Otros Gastos	5.849,76
Utilidad en Operación:	- 16.879,14
(-) Gtos Financieros	
Gastos Financieros	-
Servicios Bancarios	184,10
Pérdida Neta	- 17.063,24

Anexo 11

SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

	Con Estrategias
INGRESOS	606.022,40
(-) Desctos / Devoluc	
(=) Vtas Netas	\$ 606.022,40
Menos:	
Costo de la Inversión	0
Ganancia Bruta Vtas	\$ 606.022,40
Menos:	
Gastos de Operación:	367.638,98
Sueldos y Salarios	290.747,92
Aportes 12.15%	35.325,87
Decimo Tercer Sueldo	24.228,99
Decimo Cuarto Sueldo	17.336,19
Vacaciones	
Fondos de Reserva	
Menos Gtos Generales:	129.506,79
Gastos deducibles:	
Gtos sin derecho a C.T.	38.073,80
Gtos Tarifa 0%	42.203,35
Gastos I.V.A.	5.657,92
Gastos RISE	8.538,18
Otros Gastos	6.013,55
Gastos Publicidad Estrategias	4.220,00
Flyers	315,00
Personal de Apoyo Publicidad	575,00
Rotulos de Señalización	75,00
Botones Publicitarios	390,00
Premios Campaña Referidos	60,00
Campaña Emailing	100,00
Stands Ferias	1.350,00
Invitaciones Colegios	50,00
Premios/Refrigerios Institución	380,00
Uniformes estudiantes	575,00
Campeonato Intercolegial Deportes	350,00
C. Gastos Varios	1.130,00
Papelería	34,00
G. Telefónico	96,00
G. Forestación	1.000,00
D. Gastos Educación	9.160,00
Programa PEP	5.200,00
Capacitaciones Docentes	3.960,00
E. Gastos Depreciación	5.400,00
Utilidad en Operación:	88.966,63
(-) Gtos Financieros	24.780,98
Gastos Financieros	24.591,73
Servicios Bancarios	189,2548
Pérdida Neta	64.185,64

Anexo 12

SURCOS UNIDAD EDUCATIVA A.C.P.
BALANCE GENERAL
PROYECTADO

ACTIVOS	Parcial	Total
ACTIVOS CORRIENTES		
Disponible:		17.559,84
Caja	10.193,02	
Bancos	7.366,82	
Exigible:		30.877,72
Cuentas por cobrar Pensiones	18.992,62	
Préstamos a Socios J.C.S.	10.000,00	
Préstamos a Socios C.S.	1.885,10	
Otras Ctas por Cobrar Bco.Machala		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES:		48.437,56
ACTIVOS NO CORRIENTES		
FIJOS TANGIBLES		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS		851.929,58
Edificios - Terrenos	422.920,00	
Construcción en Proceso 1	153.097,91	
Construcción en Proceso 2	177.719,67	
Construcción en Proceso 3	55.000,00	
Muebles y Enseres	21.823,00	
Equipo de Oficina	14.862,00	
Equipo de Computación	6.507,00	
(-) Dep. Acumulada	-1.560,00	-2.793,33
FIJOS INTANGIBLES		1.300,00
Software	1.300,00	1.300,00
ACTIVO FIJO NETO		850.436,25
OTROS ACTIVOS		293.075,16
Gastos anticipados 1	282.985,17	
Gastos anticipados 2	10.089,99	
Anticipos a Proveedores		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		293.075,16
TOTAL ACTIVOS		1.191.948,97
PASIVOS Y PATRIMONIO	Parcial	Total
PASIVOS CORRIENTES		1.142.140,53
Corto Plazo		
Cuentas por pagar		
Impuestos por pagar:	247,09	
I.V.A.	96,96	
Retención Fuente	150,13	
Otras ctas. Por pagar	74.017,62	
Ptmos Ctas por pagar accionistas	1.067.875,82	
TOTAL PASIVOS:		1.142.140,53
PATRIMONIO		51.720,52
Capital pagado	10.000,00	
Reserva Legal	-	
Reserva de Capital	-	
Reserva por Valuación Acciones	-	
Aportes Futura Capitalización	-	
Pérdidas de Ejercicios anteriores 2012	-5.401,88	
Utilidad / Pérdida del Periodo 2013	-17.063,24	
Utilidad no Distribuidas	64.185,64	
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		1.193.861,05