PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROPUESTA DE MODELO ESTRATÉGICO DE MARKETING APLICADO A UN COLEGIO FISCAL NOCTURNO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. CASO: COLEGIO NACIONAL NOCTURNO FEDERICO GONZÁLEZ SUÁREZ

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

DANIELA BELÉN HINOJOSA GALÁRRAGA

DIRECTOR: ING. MARCELO TORRES VILLAVICENCIO

LINEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING

QUITO, JULIO 2016

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing. Marcelo Torres

LECTORES:

Ing. Rene Tola

Ing. Msc. Yaskarina Galarraga

DEDICATORIA

A Dios por ser el dador de vida, por su bendición y guía en cada uno de mis pasos.

A mi madre Gina por ser la mejor mama que pueda existir; esa amiga y persona ejemplar, que con su constante esfuerzo, dedicación y amor me ha formado como una persona íntegra llena de valores y principios.

A mi hermano Sebastián y a mi padre Iván, por ser mis protectores, esas personas que con su amor incondicional me han apoyado y acompañado en cada parte de mi vida.

A toda mi familia y amigos incondicionales que siempre me han acompañado en cada paso y que con su motivación me han dado las fuerzas necesarias para seguir consiguiendo triunfos.

Daniela

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas las personas que formaron parte de mi vida estudiantil, a cada uno de mis profesores y compañeros que han impartido sus conocimientos con amor y paciencia.

Gracias a mi Director Marcelito quien se ha comprometido con este trabajo, brindando sus conocimientos y tiempo para realizar el mismo.

A Cristian, quien con su amor y motivación ha estado presente en gran parte de mi carrera universitaria y por supuesto en este último paso, gracias por tu apoyo y cariño.

Daniela

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN, 3

1.1 ANÁLISIS EXTERNO, 3
1.1.1 Aspectos Legales, 4
1.1.2 Aspecto Políticos, 18
1.1.3 Aspectos Demográficos, 22
1.1.4 Aspectos socio-culturales, 28
1.1.5 Competencia, 31
1.2 ANÁLISIS INTERNO, 35
1.2.1 Plan Educativo Institucional (PEI), 36
1.2.1.1 Objetivos, 39
1.2.1.2 Visión, 42
1.2.1.3 Misión, 43
1.2.1.4 Principios Corporativos, 44
1.2.1.5 Valores Corporativos, 45
1.2.1.6 Procesos Institucionales, 46
1.2.2 Estructura de la organización, 47
1.2.2.1 Clima Laboral, 47
1.2.2.2 Ubicación, 48
1.2.3 Recursos, 51
1.2.3.1 Recursos Humanos, 51
1.2.3.2 Infraestructura, 58
1.3 ANÁLISIS PARA EL CLIENTE, 66
1.3.1 ¿Quiénes son nuestros clientes actuales y potenciales?, 66
1.3.1.1 Identificación de Clientes Actuales, 66
1.3.1.2 Necesidades de los Clientes Actuales, 69
1.3.1.3 Identificación de Clientes Potenciales, 71
1.3.2. ¿Qué hacen los clientes con nuestros productos?, 73
1.3.2.1. Definición del Servicio Ofrecido por la Institución, 74
1.3.3 ¿En dónde compran los clientes nuestros productos?, 76
1.3.4 ¿Cuándo compran los clientes nuestros productos?, 76
1.3.5 ¿Por qué y cómo eligen nuestros productos?, 79
1.3.6 ¿Por qué los clientes potenciales no eligen nuestro producto?, 80
1.4 MATRIZ FODA, 81

2 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING, 84

2.1 REVISIÓN Y AJUSTE DEL PLAN ESTRATÉGICO, 84
2.1.1 Matriz Cruce de FODA, 86
2.2 PERSPECTIVAS INSTITUCIONALES, 93
2.2.1 Matriz de Proyectos Institucionales, 93

2.3 DEFINICIÓN DEL PLAN DE MARKETING, 95
2.4 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS CORPORATIVA Y DE UNIDAD DE NEGOCIOS, 97
2.4.1 Tipos de Objetivos, 97
2.4.2 Objetivos Generales, 101
2.4.3 Definición de Estrategia, 104
2.4.4 Tipos de Estrategia, 105
2.4.5 Definición de la Estrategia Corporativa y de unidades de negocio, 108
2.4.6 Determinación de Objetivos Específicos, Metas y Actividades, 111

3 FORMULACIÓN DE PROGRAMAS ESTRATÉGICOS DE MARKETING, PRESUPUESTO Y METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL, 115

3.2 PRESUPUESTO, 127
3.3.1 Controles de marketing formales, 129
3.3.2 Controles formales, 130
3.3.3 Propuesta de control y seguimiento del plan de marketing, 131

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 133

4.1 CONCLUSIONES, 133
4.2 RECOMENDACIONES, 135

BIBLIOGRAFÍA, 137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cronograma plan decenal 2016 - 2025, 16
Tabla 2: Malla curricular para el subnivel básica elemental y media para PCEI, 18
Tabla 3: Razones de no asistencia de la población entre 5 y 17 años, 277
Tabla 4: Número de instituciones educativas en la provincia de Pichincha, 31
Tabla 5: Información de las Instituciones Educativas ubicadas en el Centro Histórico de Quito en la modalidad Nocturna, 32
Tabla 6: Duración de los cursos de Bachillerato Intensivo, 35
Tabla 7: Índice del PEI por parte del Ministerio de Educación, 37
Tabla 8: Índice del PEI del Colegio Nocturno Federico González Suárez, 38
Tabla 9: Distributivo del Colegio Nacional Federico González Suárez del año 2015 - 2016, 566
Tabla 10: Infraestructura del Colegio Nacional Nocturno Federico Gonzáles Suárez, 61
Tabla 11: Número de estudiantes por cada curso del Colegio Nocturno Federico Gonzáles Suárez, 67
Tabla 12: FODA del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 83
Tabla 13: Matriz Cruce FODA, 88
Tabla 14: Matriz de Cruce FODA Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 89
Tabla 15: Porcentaje de deserción por cursos, especialización y en general del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 102
Tabla 16: Porcentaje de Deserción del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 103
Tabla 17: Plan Operativo 2016-2017, 112
Tabla 18: Objetivos, Metas y Actividades 2016-2017, 113
Tabla 19: Objetivos, Metas y Actividades 2016-2017, 114
Tabla 20: Metodología de Control y Seguimiento, 132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Entradas y salidas de ecuatorianos según mes del año 2014, 23
Gráfico 2: Entradas y salidas de ecuatorianos por grupos de edad, 23
Gráfico 3: Salidas de ecuatorianos por continente de destino en el año 2014, 24
Gráfico 4: Motivos de salida de los ecuatorianos en el año 2014, 24
Gráfico 5: Población de las principales ciudades del Ecuador 2010, 25
Gráfico 6: Mapa de ubicación de las 5 instituciones educativas ubicadas en el Centro Histórico en la modalidad nocturna, 33
Gráfico 7: Mapa del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, 49
Gráfico 8: Mapa Parroquial del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito, 50
Gráfico 9: Estructura organizacional , 53
Gráfico 10: Organigrama del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 58
Gráfico 11: Plano de la distribución física del área de las instituciones educativas por parte del Ministerio de Educación, 60
Gráfico 12: Planos del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 62
Gráfico 13: Perspectivas del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, 94

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo diseña un plan de marketing dirigido al Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez que se encuentra ubicado en el sector centro del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia de San Roque; institución que brinda el servicio de educación general básica acelerada y bachillerato técnico a personas con rezago escolar de 2 o 3 años y que son mayores de 15 años; educación que la encuentran de manera gratuita dado que es una institución Fiscal y en una modalidad nocturna.

Este trabajo consta de tres partes fundamentales en donde se divide la elaboración del plan de marketing. En la primera parte figura el análisis profundo de la institución, su entorno y su competencia. Es decir encontramos cuáles son sus fortalezas y debilidades así como también sus oportunidades y amenazas, para luego también analizar los clientes del Colegio.

Es entonces que en la segunda parte se analizó y ajustó el Plan Educativo Institucional PEI para poder así llegar a las perspectivas de la institución y así poder trabajar sobre dos de ellas por medio del marketing. Dadas estas dos perspectivas se definió objetivos generales, específicos, metas y actividades que se realizarán a través de las estrategias de diferenciación que se planteó para el Colegio.

En la tercera parte se plasmó los programas estratégicos de marketing, es decir se desarrolló las conocidas “4Ps”, estrategias que nos ayudaron para determinar con exactitud el

presupuesto necesario para la ejecución del plan y por último la metodología de control y seguimiento del plan de marketing planteado.

Es así, que después de todo el análisis y planteamiento de estrategias de acuerdo a las fortalezas de la institución, se formuló un plan de marketing viable y bajo todos los aspectos legales en que se maneja el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez.

INTRODUCCIÓN

La educación es la base con la que se construye una sociedad productiva e innovadora y al vivir en sociedad, es obligación del Estado garantizar que ésta se cumpla, que sea inclusiva y de calidad.

El actual Gobierno ha hecho énfasis en que su prioridad es la parte social del país, por ende ha hecho muchos cambios en el sistema educativo que han servido como peldaños para poder llegar a la educación de excelencia que todos deseamos.

El sector educativo, los docentes y los estudiantes muchas veces han sido dejados en el olvido o en el último lugar, sin embargo hay que entender que son, en mi parecer, la parte más fundamental de una sociedad.

Es importante entonces que más y nuevas instituciones educativas brinden un servicio de calidad a la disponibilidad de todos. Los Colegios Nocturnos siempre han sido tachados como de poca eficacia en la educación, pero son estas instituciones quienes realizan el trabajo duro en la parte más vulnerable de la sociedad, aquellas personas que por razones de trabajo, familiar o por condición étnica, cultural o la edad, han dejado de estudiar o lo tienen que hacer en un horario poco habitual. De allí surge la necesidad de que estas instituciones sean mejor vistas y reconocidas por las autoridades y por las personas.

Un plan estratégico de marketing busca exactamente eso, es una herramienta fundamental para cualquier institución pues su implementación permite posicionar mejor a la entidad en la comunidad y le permite ser exitoso.

El plan de marketing o las estrategias del mismo no son únicas y aplicables para todas las entidades y para ello se realiza un análisis exhaustivo del entorno y de la situación actual de la entidad para saber qué es lo más conveniente y cuál es el camino al que se debe dirigir.

El presente trabajo define un plan estratégico de marketing que sea aplicable para el Colegio Nacional Nocturno "Federico González Suárez", el cual es una institución fiscal que acoge a estudiantes que viven en la parte céntrica del Distrito Metropolitano de Quito y que por una u otra razón, a más de 15 años de su vida, no han podido terminar la educación de bachillerato.

Este plan de marketing se lo realiza con el fin de que los estudiantes en este instituto aumenten, tengan una gran tasa de asistencia y no existan retiros de los estudiantes en el Colegio, es decir, se quiere que los estudiantes sepan que la educación es la base fundamental para poder triunfar y lo tomen como una oportunidad.

1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El análisis de la situación para cualquier entidad significa examinar los factores que pueden afectar o favorecer de manera interna o externa la operación de la empresa en su entorno.

Según (Ferrell & Hartline, 2012), el análisis de situación es valioso solo al grado en que mejora la calidad del plan de marketing. Por ende éste análisis es de suma importancia para el presente trabajo y lo dividiremos en análisis externo, análisis interno de la institución y análisis del cliente para poder así realizar un buen trabajo a la hora de la creación de estrategias y planes.

1.1 ANÁLISIS EXTERNO

Según (Fred, 2013) el análisis de situación externa busca identificar y evaluar las tendencias y los eventos que rebasan el control de una institución además de que revela las oportunidades y amenazas.

(Ferrell & Hartline, 2012) También dice que el análisis externo es un aspecto bastante amplio ya que analiza algunas variables que ejercen presiones directas e indirectas sobra las actividades de marketing. Es por ello que primero se realizará un análisis externo con las variables de aspectos legales, aspectos políticos, aspectos demográficos, aspectos socio-culturales y de la competencia, con el fin de poder

realizar la propuesta del modelo estratégico de marketing de la mejor manera y alineado al mercado.

1.1.1 Aspectos Legales

Los aspectos legales nos proporcionan las bases sobre las cuales la institución trabaja y ofrece su servicio educativo.

Estos aspectos legales de educación se encuentran en las Metas 2021, la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el Plan Decenal y los distintos acuerdos y reglamentos emitidos por el Ministerio de Educación acerca del sistema educativo del país.

En la ciudad del Salvador, en el año del 2008 se reunieron los Ministros de Educación de los países iberoamericanos para recordar y conmemorar 200 años de independencia. En la Conferencia Iberoamericana aprobaron "Acoger la propuesta Metas Educativas 2021; la educación que queremos para la generación de los Bicentenarios", comprometiéndonos a avanzar en la elaboración de sus objetivos, metas y mecanismos de evaluación regional, en armonía con los planes nacionales, y a iniciar un proceso de reflexión para dotarle de un fondo estructural y solidario." Gracias a esto, se pudo estructurar este plan que tiene carácter social y participativo.

En el año 2000, se acordó un Marco de Acción para cumplir las seis metas de la Educación para Todos que son:

- Extender y mejorar la protección y educación integrales de la primera infancia, especialmente para los niños más vulnerables y desfavorecidos.

- Velar para que antes del 2015 todos los niños y niñas, sobre todo aquellos que se encuentran en situaciones difíciles así como los que pertenecen a minorías étnicas, tengan acceso a una enseñanza primaria gratuita y obligatoria de buena calidad y la terminen.

- Velar para que sean atendidas las necesidades de aprendizajes de todos los jóvenes y adultos mediante un acceso equitativo a un aprendizaje adecuado y a programas de preparación para la vida activa.

- Aumentar hasta el año 2015 el número de jóvenes y adultos alfabetizados en un 50% con especial hincapié en las mujeres y facilitar a todos los adultos y acceso equitativo a la educación básica y a la educación permanente.

- Suprimir las disparidades entre géneros en la Educación primaria y secundaria antes de 1055 y lograr antes de 2015 la igualdad entre los géneros en relación a la educación, con especial cuidado a los progresos educativos de las niñas.

- Mejorar los aspectos cualitativos de la educación para lograr mejores resultados de aprendizaje, especialmente en lecto-escritura, aritmética y competencia prácticas básicas.

El marco de acción que se implementó en el Ecuador fue el Programa Nacional de Educación Básica para Jóvenes y Adultos que buscaba en el periodo de 2006-2015 reducir el analfabetismo en un 3%.lo cual se logró en el año 2010, logrando bajar de un 9% en 2001 a un 6% en 2010 la población analfabeta en el Ecuador. (Ministerio de Educación, s.f.)

Las metas que se concuerdan en estos congresos, deben ser realizadas y abordadas en cada país, por planes o proyectos o por la modificación en las leyes y acuerdos del ministerio de educación.

Como se puede observar, estas metas fueron planteadas hasta el año 2015, de ahí la necesidad de abordar nuevos desafíos. De 2015 a 2021, es una etapa término que sirve para tomar impulso, para redoblar el esfuerzo para lograr los objetivos antes planteados. Por otra parte se pretende precisarlos y complementarlos en función de desarrollos y exigencias de los últimos años.

Globalmente, mientras el 90% de los niños latinoamericanos en edad de asistir al primario concurren efectivamente a ese nivel, éste porcentaje desciende al 68% en el caso del nivel secundario, además que se evidencia dificultades en terminar la secundaria. (Metas 2015-2021, 2015)

Entonces, las metas 2021 se orientan en las siguientes pautas:

- Comprometer a la sociedad con la educación.
- Educar en la diversidad.
- Extender la educación temprana.
- Universalizar la educación básica y mejorar su calidad.
- Asegurar que todos los alumnos alcancen las competencias básicas.
- Incrementar el acceso de los jóvenes a la enseñanza postobligatoria (Educación Secundaria Superior, educación Técnico-Profesional y Universidad).
- Conectar educación y empleo a través de la educación Técnico-Profesional.
- Educar a lo largo de toda la vida.
- Cuidar el desarrollo profesional de los docentes.
- Contribuir a la configuración del espacio iberoamericano del conocimiento y a la investigación científica.

- Conseguir más recursos para la educación e invertir mejor.

Gracias a estos acuerdos y compromisos por parte de todos los ministros de educación de los países de Iberoamericanos, se garantiza que dentro de la estructura legal del país se encuentren establecidas, leyes y reglamentos que sirvan para el alcance de las metas.

Es entonces que, en el artículo 26 de la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) se establece que "se reconoce a la educación como un derecho que las personas lo ejercen a largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo".

Por lo tanto el estado debe garantizar la educación para todas las personas y es por ello que se creó (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011), LOEI, publicada en el año del 2011, que tiene como objetivo avalar y determinar los parámetros para la educación sin importar la cultura, raza, genero, edad, etc.

El artículo 2 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) establece los principios generales de la educación, donde vamos a tomar en cuenta los siguientes:

- Universalidad: La educación es un derecho humano fundamental y es deber del Estado garantizar el acceso, permanencia y calidad de la educación para toda la población sin ningún tipo de discriminación.

- Libertad: La educación forma a las personas para la emancipación, autonomía y el pleno ejercicio de sus libertades. El Estado garantizará la pluralidad en la oferta educativa

- Desarrollo de procesos.- Los niveles educativos deben adecuarse a ciclos de vida de las personas, a su desarrollo cognitivo, afectivo y psicomotriz, capacidades, ámbito cultural y lingüístico, sus necesidades y las del país.

- Motivación.- Se promueve el esfuerzo individual y la motivación a las personas para el aprendizaje, así como el reconocimiento y valoración del profesorado.

- Flexibilidad.- La educación tendrá una flexibilidad que le permita adecuarse a las diversidades y realidades locales y globales, preservando la identidad nacional y la diversidad cultural, para asumirlas e integrarlas en el concierto educativo nacional, tanto en sus conceptos como en sus contenidos, base científica - tecnológica y modelos de gestión

- Equidad e inclusión.- La equidad e inclusión aseguran a todas las personas el acceso, permanencia y culminación en el Sistema Educativo. Garantiza la igualdad de oportunidades a comunidades, pueblos, nacionalidades y grupos con necesidades educativas especiales y desarrolla una ética de la inclusión con medidas de acción afirmativa y una cultura escolar incluyente en la teoría y la práctica en base a la equidad, erradicando toda forma de discriminación.

- Acceso y permanencia.- Se garantiza el derecho a la educación en cualquier etapa o ciclo de la vida de las personas, así como su acceso, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

En base a estos principios básicos de educación, en especial el principio de flexibilidad, equidad e inclusión y acceso y permanencia, el gobierno ha definido varios niveles, tipos y modalidades para la educación a través del Sistema Nacional de Educación. En el Art 37 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) se definen dos tipos de educación escolarizada y no escolarizada con pertinencia en cultural y lingüística. La educación escolarizada es acumulativa y progresiva, además de que conlleva a la obtención de un título o certificado y tiene un año lectivo cuya duración se definirá técnicamente respondiendo a estándares y currículos específicos.

Además el artículo dice que, la educación no escolarizada brinda la oportunidad de formación y desarrollo de los ciudadanos a lo largo de la vida

y no está relacionada con los currículos determinados para los niveles educativos.

Asimismo, se especifica que las personas mayores de 15 años con escolaridad inconclusa recibirán educación general básica, que incluye alfabetización y bachillerato escolarizados o no escolarizados.

Dentro de la educación escolarizada, se encuentran 3 niveles que son la educación inicial, educación básica, y educación de bachillerato. El artículo 50 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) tiene que ver con la educación para personas con escolaridad inconclusa, donde se dice que la educación para jóvenes y adultos con escolaridad inconclusa es un servicio para quienes no hayan podido acceder a la educación escolarizada obligatoria en la edad correspondiente privilegiando los intereses y objetivos de esta. El Estado, para garantizar el acceso universal a la educación, impulsará políticas y programas especiales y dotará de los recursos necesarios que faciliten la escolarización regular de las niñas, niños y adolescentes que, por distintas particularidades o circunstancias de inequidad social, presenten dificultades de inserción educativa, desfase escolar significativo.

En base a este artículo, que garantiza la educación a personas mayores de 15 años con escolaridad inconclusa y de manera gratuita, así lo especifica el Art 53 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) al clasificar las instituciones educativas en públicas, municipales, fiscomisionales y particulares. Y en el Art 54 de la LOEI se garantiza que la educación

impartida por las instituciones educativas fiscales o municipales, de fuerzas armadas o policiales, son gratuitas y que por lo tanto no tiene costo para los beneficiarios, su educación es laica y gratuita.

El Art 43 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011), establece que el bachillerato general unificado comprende tres años de educación obligatoria a continuación de la educación general básica y tiene como propósito brindar a las personas una formación general y una preparación interdisciplinaria que las guíe para la elaboración de proyectos de vida y para integrarse a la sociedad como seres humanos responsables, críticos y solidarios. Además, los estudiantes de bachillerato cursarán un tronco común de asignaturas generales y podrán optar por una de las siguientes opciones:

- Bachillerato en ciencias: además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas científico-humanísticas.

- Bachillerato técnico: además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas que permitan a las y los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social o económico. Las instituciones educativas que ofrezcan este tipo de bachillerato podrán constituirse en unidades educativas de producción, donde tanto las y los docentes como las y los estudiantes

puedan recibir una bonificación por la actividad productiva de su establecimiento.

La Constitución de la República del Ecuador y la LOEI, tienen reglamentos y leyes que permiten una educación de calidad e incluyente, sin embargo no es suficiente estos documentos para tener una mejor aplicación y control de las metas educativas. Para esto también se tiene el plan decenal, los acuerdos y reglamentos ministeriales.

El plan decenal, como bien lo dice su nombre, es un plan educativo para 10 años. El último del Ecuador se realizó en el año 2006 y tiene 8 políticas educativas que son:

1. Universalización de la Educación Inicial de 0 a 5 años.

2. Universalización de la Educación General Básica de primero a décimo.

3. Incremento de la población estudiantil del Bachillerato hasta alcanzar al menos al 75% de los jóvenes en la edad correspondiente.

4. Erradicación del analfabetismo y fortalecimiento de la educación de adultos.

5. Mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento de las Instituciones Educativas.

6. Mejoramiento de la calidad y equidad de la educación e implementación de un sistema nacional de evaluación y rendición social de cuentas del sistema educativo.

7. Revalorización de la profesión docente y mejoramiento de la formación inicial, capacitación permanente, condiciones de trabajo y calidad de vida.

8. Aumento del 0,5% anual en la participación del sector educativo en el PIB hasta el año 2012, o hasta alcanzar al menos el 6% del PIB.

Como se puede observar, estas metas se las plantearon en momentos diferentes a la situación actual, sin embargo también podemos darnos cuenta que las políticas son muy parecidas y van alineadas con las metas de la Educación para Todos.

El nuevo plan Decenal que va desde el año 2016 hasta el 2025, fue ya realizado a partir del 12 de Agosto del 2015, donde más de 3000 profesores fueron reunidos en una institución con el fin de construir proactivamente este nuevo plan de educación. Según el Ministro de Educación, Augusto Espinoza, "Lo fundamental es el aporte de la comunidad educativa. Los maestros, en cada plantel, deberán integrar a los padres de familia, estudiantes y a las

propias autoridades". En este evento los profesores acudieron a talleres para aprender cómo aplicarlo en cada una de sus instituciones.

El Ministro también afirmo que un déficit del plan decenal anterior fue que se enfocó más en la cobertura, ahora la nueva obligación de este nuevo periodo es dar acceso a una educación de calidad. Esto ayudara a la meta planteada que es llegar a ser uno de los mejores sistemas educativos en América Latina.

Algunas de los procesos que se deben incluir en este nuevo Plan Decenal son la formación inicial y continua de todo el profesorado, la reforma integral de las universidades, la educación a distancia, alfabetización digital, la investigación educativa, la educación ciudadana y ambiental, los textos escolares de calidad, la interculturalidad en la educación, la educación familiar (paternidad y maternidad responsable) y la educación para la paz y convivencia.

La misión que tiene este nuevo plan según el (Ministerio de Educación, s.f.) es "Transformar a la escuela en una comunidad de aprendizaje que fortalezca la identidad de los estudiantes, desarrolle integralmente sus capacidades y su compromiso social".

Como se dijo, el Plan Decenal se empezó a trabajar desde el mes de agosto del 2015, sin embargo tiene varias fases y a enero del 2016 todavía no se ha publicado en el Ministerio el nuevo Plan Decenal.

Tabla 1: Cronograma plan decenal 2016 - 2025

Fase	Hito/Acción	Fecha	Ámbito	Estado
I	Lanzamiento del proceso	Agosto 2015	Nacional	✓
I	Diálogos territoriales con docentes	Ago - Nov 2015	Capitales de provincia	✓
I	Socialización y empoderamiento a Instituciones Educativas (IE)	Sep - Oct 2015	Distritos y circuitos	✓
II	Talleres de mesas temáticas con comunidad educativa de IE fiscales	Octubre 2015	Distritos	✓
II	Talleres de mesas temáticas con IE particulares, municipales, fiscomisionales	Noviembre 2015	Capitales de provincia	✓
II	Taller con Consejo Ciudadano Sectorial de Educación	Noviembre 2015	Nacional	✓
III	Presentación de aportes de comunidad educativa	Diciembre 2015	Nacional	✓
III	Socialización de la propuesta del PDE 2016-2025 entregada por la comunidad educativa	Enero 2016	Distrital	
III	Aportes escritos de diferentes actores sociales e institucionales, expertos en educación (Ex ministros de educación, académicos, entre otros)	Enero 2016	Nacional	
III	Elaboración de Presupuesto Decenal y Planes Operativos Bianuales propuestos para implementación zonal	Enero 2016	Nacional	
IV	Entrega de la propuesta del PDE al Consejo Nacional de Planificación	Febrero 2016	Nacional	
V	Formulación de Planificación Zonal	Feb – Mar 2016	Zonal	
V	Formulación de Planificación Distrital	Mar – Abr 2016	Distrital	
V	Formulación de proyectos educativos institucionales	Abr – May 2016	IE fiscales	
	Implementación, seguimiento y evaluación	2016 - 2025	Nacional y territorial	

Fuente: Ministerio de Educación

Como se puede ver en el cronograma, las fases de construcción del plan ya fueron hechas, sin embargo la socialización del nuevo plan se la realizará el día 13 de febrero en la ciudad de Guayaquil.

Es necesario también citar, que, según el (ACUERDO 307-11, 2011), se dispone a colegios que ofrecen bachillerato técnico, aplique estándares de calidad en las distintas figuras profesionales del bachillerato técnico que son:

- Bachilleratos Técnicos Agropecuarios
- Bachilleratos Técnicos Industriales
- Bachilleratos Técnicos de Servicios
- Bachilleratos Técnicos Artísticos
- Bachilleratos Técnicos Polivalentes

En base a este artículo de la Ley y el acuerdo antes mencionado, en el año 2014, se registró un acuerdo ministerial, (ACUERDO MINISTERIAL 00065-A, 2014), donde se aprueba las mallas curriculares flexibles para personas con escolaridad inconclusa para los niveles de educación general básica y de bachillerato en educación escolarizada extraordinaria.

Además según el (ACUERDO MINISTERIAL 00065-A, 2014), el nivel de educación general básica será ofertado a personas mayores de 15 años que no han concluido los estudios obligatorios del nivel ordinario de educación general básica. Las instituciones educativas que tengan esta oferta funcionarán únicamente en modalidad presencial, la duración de cada módulo será de 24 semanas, con una hora pedagógica de 60 minutos; y se regirán por la siguiente malla:

Tabla 2: Malla curricular para el subnivel básica elemental y media para PCEI.

Malla curricular para el Subnivel Básica Elemental y Media para PCEI Modalidad Presencial				
ASIGNATURAS	*Elemental (Alfabetización)*	*Media (Post-alfabetización)*		
	2do EGB	*3er y 4to EGB*	*5to y 6to EGB*	*7mo EGB*
	Módulo 1	*Módulo 2*	*Módulo 3*	*Módulo 4*
Lengua y Literatura	*6*	*6*	*5*	*5*
Matemáticas	*4*	*4*	*5*	*5*
Ciencias Naturales	*0*	*0*	*3*	*3*
Estudios Sociales	*0*	*0*	*3*	*3*
Total horas semanales	*10*	*10*	*16*	*16*

Fuente: (ACUERDO MINISTERIAL 00065-A, 2014)

Lo que quiere decir, que bajo todos estos aspectos legales, el Colegio Nacional Nocturno González Suárez, maneja la educación básica como una educación básica superior flexible, es decir que los estudiantes aprueban cada módulo en 20 semanas; entonces en un año lectivo regular, el básico flexible logra que se aprueben dos módulos en vez de uno solo, permitiendo que todos los derechos y obligaciones que tienen los centros educativos para con las personas se realicen gracias a esta modalidad.

1.1.2 Aspecto Políticos

Los aspectos políticos son aquellos que competen a un sistema social o se puede definir como el conjunto de procesos de decisión que conciernen a la comunidad en general ya que son llevados por las personas que están en el

poder (en el Gobierno). Tienen que ver con la gestión e interrelación del Gobierno con la ciudadanía.

Rafael Correa Delgado guayaquileño nacido el 6 de abril de 1963 es un economista y político ecuatoriano, que ha sido presidente de la República del Ecuador desde el año 2007 y que ha sido reelecto en 2 ocasiones más. Su ideología política se podría decir que es un neo-socialismo o como lo llama él "Revolución ciudadana" o el "Socialismo del siglo XXI". Por ende todo su mandato se ha visto reflejado en un fuerte gasto social para realizar obras para la ciudadanía.

En la actualidad, el modelo educativo del gobierno busca garantizar el acceso y calidad de la educación en todos los niveles de una manera integral e inclusiva para toda la población del país. El Bachillerato General Unificado (BGU) es un nuevo programa de estudios que ha sido implementada por el gobierno desde el año 2011, para que todos los estudiantes puedan completar el mínimo requerido en el nivel de educación y que esto se pueda lograr a través de lineamientos curriculares, teniendo un mismo pensum sin especialización y generando una estandarización en todos los establecimientos. Lo que se busca es que todos los estudiantes desarrollen las mismas destrezas, tengan el mismo conocimiento de cualquier asignatura y así su campo de especialización sea más amplio para poder elegir cualquier carrera universitaria que ellos deseen.

Los resultados que se esperan de este nuevo programa según lo que se indica en la página web del (Ministerio de Educación, s.f.), es que los estudiantes bachilleres desarrollen su pensamiento lógico, crítico y creativo, la comunicación, el razonamiento numérico, el uso de herramientas tecnológicas, que comprendan y conozcan de su historia y realidad sociocultural para poder crear personas emprendedoras, responsables con su ciudad y país.

A finales del año 2015, se comenzó a sentir una crisis en el país, por la sobrevaloración del dólar, la caída del precio del petróleo, y la devaluación de la moneda de nuestros países fronterizos (Colombia y Perú). Todos estos factores y la falta de liquidez en el gobierno, hicieron que se tomaran medidas para afrontar estos factores, por ejemplo las salvaguardas.

Es por eso y porque el propio Presidente Rafael Correa dijo que el 2016 sería un año bastante duro; la popularidad y credibilidad del presidente bajo considerablemente. Según una encuesta realizada por CEDATOS, a diciembre del 2015, el 41% de los ecuatorianos aprueban la gestión del presidente y un 51% lo desaprueba.

En el mes de enero del 2016 se cumplieron 9 años de mandato del presidente Correa, en medio de crisis por un lado y de celebraciones por otro, muchos ecuatorianos se cuestionan la situación política del país dado que en el 2017 se llevaran elecciones.

El presidente ha dicho que no buscará un nuevo mandato, sin embargo su partido político Alianza País, es el partido, en mi opinión, con más poder en el medio. La oposición (derecha e izquierda) están buscando una manera de poder hacerle frente con un candidato sólido para las elecciones presidenciales sin embargo no tienen un candidato en común para poder ser unidos y cambiar el modelo del país.

El gobierno de Rafael Correa, en mi opinión, ha tenido bastantes aciertos, sobretodo en el tema de educación. Los entes que regulan el sistema educativo, el apoyo con becas y créditos para los estudiantes, un nuevo sistema de calificación para entrar a la universidad, el nuevo tronco común de asignaturas, el apoyo a los docentes con la re categorización y ayuda de estudios, la distribución de unidades educativas por sector y el gasto en infraestructura en las escuelas del milenio o remodelación de instituciones, son algunas de las actividades sobresalientes que ha tenido este gobierno para la educación, si bien es cierto son con una visión buena, muchas veces a la hora de ejecutar es donde fallan estos planes.

El 24 de mayo del 2014, el presidente Rafael Correa dijo que en educación se han invertido 4.3 veces más que en los anteriores gobiernos, se han hecho alrededor de 900 escuelas nuevas y reconstruidas, además de certificar a 198 instituciones educativas con el bachillerato internacional.

Es notable que para el gobierno actual, la educación es una de sus mayores prioridades y por ende merece el gasto que sea necesario para poder llegar a

la excelencia. En una ocasión el presidente dijo “Juntos vamos a hacer un país no solo de 16 millones de emprendedores, sino de 16 millones de innovadores, debemos adoptar la cultura de la excelencia, esa es la clave del desarrollo”.

Es entonces que se debe plantear una pregunta interna, ¿se quiere o no seguir con este modelo educativo?; ¿qué pasaría si la oposición ganarían las elecciones presidenciales? Tal vez y por tantos comentarios emitidos y con el ejemplo de algunos países de Latinoamérica que han cambiado de modelo político, esta visión en la educación podría cambiar, lo que no sería productivo para el país ya que la educación es la base para una sociedad.

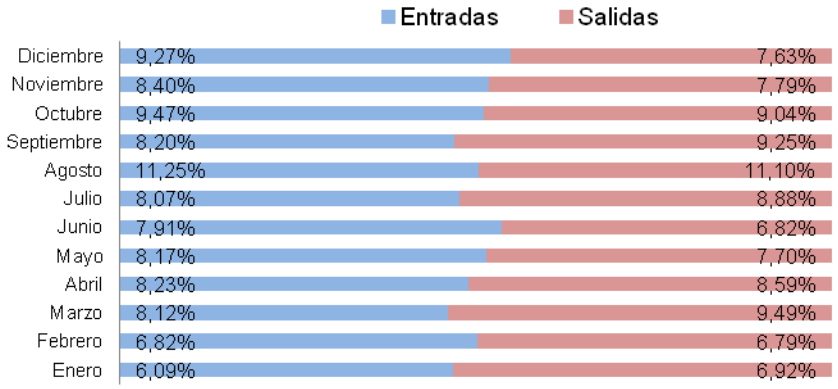
1.1.3 Aspectos Demográficos

Los aspectos demográficos tienen que ver con el estudio y análisis de la población, estructura y características generales de los mismos. Básicamente estudia la dinámica que tiene la población.

En la crisis que tuvo el país en el año 2000, muchos ecuatorianos optaron o simplemente les tocó emigrar a otro país para poder salir adelante, sin embargo en los últimos años esta realidad ha cambiado. Los migrantes han retornado a casa y muchos ya no quieren salir del Ecuador para buscar otras oportunidades.

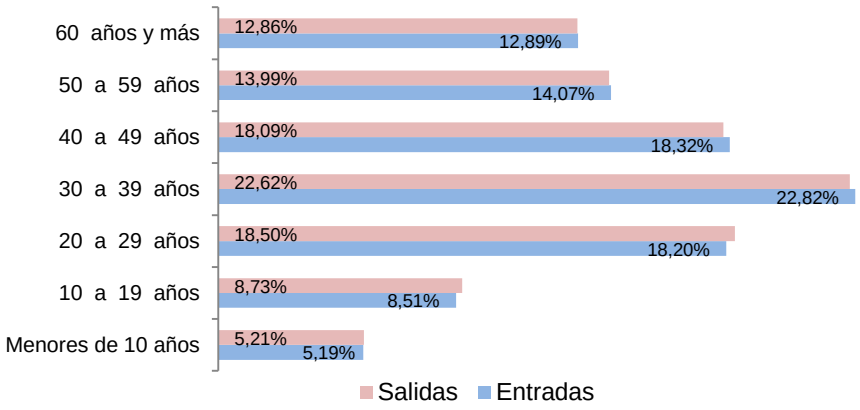
Los últimos datos que tienen el INEC acerca de la migración en el año 2014, muestran lo anterior dicho.

Gráfico 1: Entradas y salidas de ecuatorianos según mes del año 2014



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Gráfico 2: Entradas y salidas de ecuatorianos por grupos de edad

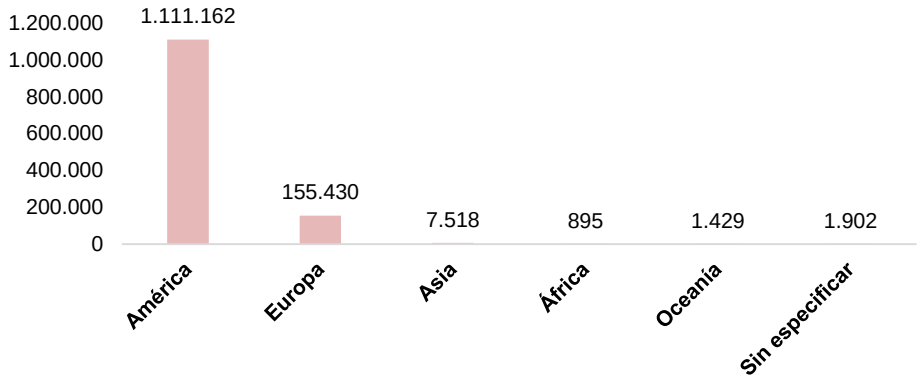


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Como se puede ver en el gráfico, en la mayoría de meses del 2014, fue más el porcentaje de ingreso al país que de salida, además de esto, la mayoría de personas que migran, oscilan entre 30y 39 años, esto se puede justificar ya que a esta edad asumen obligaciones en familia.

Según el (INEC, s.f.), las personas que salen del país, lo hacen con mayor frecuencia hacia Lima, Miami, Madrid y Panamá, es decir viajan al mismo continente o hacia Europa específicamente en España.

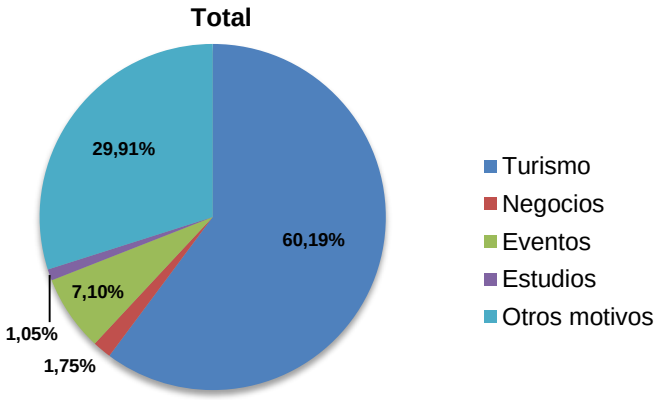
Gráfico 3: Salidas de ecuatorianos por continente de destino en el año 2014



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Sin embargo, mayoritariamente los ecuatorianos salen por turismo, siguiéndole otros motivos ajenos a educación, negocios y eventos, como lo muestra el siguiente gráfico.

Gráfico 4: Motivos de salida de los ecuatorianos en el año 2014

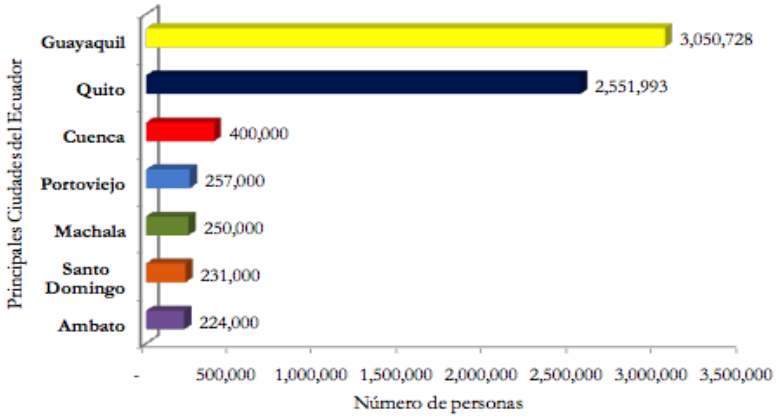


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Por lo tanto podemos concluir que la salida y la migración hacia otros países han disminuido y se puede suponer que la situación económica ha mejorado ya que la mayoría de viajes es por motivos de turismo.

Dentro del país, la situación no ha cambiado mucho ya que las personas de provincia buscan una mejor calidad de vida en las grandes ciudades. La ciudad que acoge a mayor migración interna es Guayaquil ya que según el INEC en el 2010 creció un 13%, seguido por Quito y Cuenca.

Gráfico 5: Población de las principales ciudades del Ecuador 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

A la capital del Ecuador, llegan mayoritariamente de la provincia de Cotopaxi, Imbabura y Chimborazo ya que éstas provincias son las más cercanas a la provincia del Pichincha.

Entonces, según el (INEC, s.f.), en la provincia de Pichincha, un millón y medio de personas se consideran no pobres, mientras que 659 mil si lo son. En Quito se abarca la mayor población de la provincia, por eso 412.265

personas dicen vivir en condiciones de pobreza mientras que un 1’195.113 de personas no se consideran pobres. Aun así, las personas pobres llegan a ser un 34% de la población.

Se puede también observar que en el Distrito Metropolitano de Quito, específicamente el sector céntrico de la ciudad, se acentúa la gente que migra y las personas que viven en condiciones de pobreza, ya que en este sector los precios y costos de vida son mucho menores a otro sector de la ciudad.

En la parroquia de San Roque, se concentra una gran población de ciudadanos de bajos y escasos recursos. Son familias que trabajan independientemente en los mercados o vendiendo cosas, tienen un trabajo de comercio informal, por lo que muchos o la mayoría no han terminado ni si quiera su educación primaria ni bachiller.

En Pichincha, el 71,9% de la población según el INEC son mayores de 15 años, y de la población que trabaja el 48.2% lo hacen como empleado privado, siguiéndole un 19.2% que trabajan por cuenta propia.

Según el (INEC, s.f.), el 9% de la población de más de 15 años no ha culminado la educación básica, entiéndase como ésta, a la educación desde primero de básica hasta décimo de básica.

La educación muchas veces deja de ser una prioridad cuando se tiene una familia que cuidar o cuando no se tiene recursos para el mismo. En Ecuador

el 3,36% de las madres son menores de edad, lo que hace que busquen un trabajo para tener una mejor calidad de vida, dejando así de lado a sus estudios. De igual manera, en la actualidad, en la familia trabajan la madre y el padre buscando mayores ingresos para una mejor vida.

Según el (Ministerio de Educación, s.f.), las razones por la que las personas no asisten a los centros educativos son por razones económicas, siguiéndole el motivo del trabajo y posteriormente la edad.

Tabla 3: Razones de no asistencia de la población entre 5 y 17 años

Poblacón que no asiste a clases:	537.580	447.821	286.625	242.575
Razón	2004	2007	2010	2013
Terminó sus estudios	1,5%	0,5%	0,5%	0,6%
Temor maestros	0,6%	0,9%	0,6%	0,8%
Edad	6,0%	3,7%	1,0%	1,2%
No hay establecimientos educativos	1,7%	0,7%	0,9%	2,2%
Familia no permite	1,3%	1,0%	1,0%	1,5%
Por embarazo	0,5%	1,1%	1,8%	2,3%
Por falta de cupo	-	-	2,9%	3,3%
Fracaso escolar	1,9%	2,8%	3,9%	5,0%
Otra razón	4,2%	4,7%	4,3%	7,9%
Quehaceres del hogar	2,9%	2,0%	5,7%	6,3%
Enfermedad o discapacidad	4,5%	5,7%	9,6%	12,5%
No está interesado	7,2%	7,9%	12,1%	15,5%
Por trabajo	12,9%	9,8%	13,5%	9,6%
Falta recursos económicos	54,8%	59,1%	42,2%	31,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo.

Se puede observar en el gráfico que las razones de no asistencia de la población entre 5 y 17 años como edad, trabajo y falta de recursos económicos han ido disminuyendo en los últimos años, lo que quiere decir que la educación ha ido mejorando en posibilidades. Por otro lado la falta de

intereses de asistir a una institución educativa ha sido uno de los factores que se está incrementando.

Tomando en cuenta estas estadísticas impresionantes acerca de que las personas no estudian mayoritariamente por que no cuenta con recursos económicos y creen que la edad puede ser un impedimento, y contando que el cantón de Quito existen 2.239.191 personas según el (INEC, s.f.) De las cuales, las personas que estudian, el 74,2% lo hacen en establecimientos públicos, se puede decir que existe una gran oportunidad al tener un establecimiento educativo fiscal en este sector.

1.1.4. Aspectos socio-culturales

Según (Fred, 2013) los factores sociales definen la forma de vida, de trabajo, de producción y de consumo de las personas y por ende ejercen un impacto profundo en casi todos los productos y servicios.

Estos factores tienen que ver con las relaciones humanas, la cultura, etnia, clase social y la manera de vivir de las personas que puedan influir en el objeto de estudio. Por ello vamos a tomar en cuenta datos que nos proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En el último censo llevado en el año 2010, según el (INEC, s.f.), el 77,4% de los ecuatorianos nos identificamos como mestizos, el 7.2% como afroecuatoriano y el 6.1% como blanco. De los 14 millones de ecuatoriano

que éramos en el 2010 el 49.6% son hombres y el 50.4% son mujeres. En la actualidad somos alrededor de 16.172.900 de ecuatorianos.

Según las estadísticas de diciembre del 2015, el desempleo aumento a un 4,77% por la situación que el país está atravesando en estos momentos. Los ecuatorianos mayoritariamente trabajamos como empleados públicos o privados en un 33% y en un 28.5% por cuenta propia. Lo que nos da a entender que los ecuatorianos tienen negocios propios o trabajan en comercio informal sin relación de dependencia. Este es un factor importante ya que nos da a entender la forma de vida y de trabajo que tenemos los ecuatorianos.

Además es necesario ver como se divide la sociedad en el país. En el Ecuador existen 5 estratos, el estrato A,B,C+, C- y D. según el INEC, el 83,3% se encuentra en un nivel de clase social media, es decir la suma de los estratos clasificado en B, C+ y C-. El estrato A (clase alta) solo es el 1,9% y el estrato D (clase baja), el 14.9%. Según esta clasificación podemos decir que los ecuatorianos mayoritariamente pertenecemos a una clase social media, no tenemos lujos pero tampoco nos hace falta nada, por lo que se podría decir que vivimos tranquilos.

Sin embargo siempre han existido cambios en la estructura social del país, que han hecho que los ecuatorianos nos adaptemos un poco en este aspecto estudiado.

Según todas las estadísticas señaladas, es conveniente decir que uno de los cambios sociales y culturales que más ha tomado fuerza en nuestro país, ha sido el de la educación, ya que en el actual gobierno se ha hecho cambios importantes en este tema. Por ejemplo el sistema para acceder a una universidad cambio completamente debido a que ahora se lo debe hacer mediante la rendición de pruebas comunes para todas las universidades públicas del país, dejando a bastantes estudiantes muchas veces sin un cupo.

En mi opinión este es un gran sistema, ya que la educación si bien es cierto es un derecho, al país también le cuesta recursos cada estudiante en una universidad y si el estudiante no está interesado en aprender estos recursos se desperdician. Este cambio por ejemplo, ha sido punto de grandes críticas por falta de la adaptación cultural y social que hay.

Los ecuatorianos nos podemos considerar personas bendecidas o con suerte, vivimos rodeados de una grandiosa fauna y flora con todos los frutos y vegetales a nuestro convenir, pero por esa misma razón, nunca hemos sido forzados emprender o innovar en gran manera. Sin embargo eso está cambiando en el país con las nuevas políticas y también con un nuevo pensamiento de industrialización. La gente ahora puede y quiere emprender en un negocio propio y nuevo que le ayude para vivir ya si contribuir al país. Esto también se ve reflejado en las cifras al citar que un 28.5% trabajamos en un negocio propio.

1.1.5 Competencia

La competencia en el ámbito económico implica la estructura del mercado, en la cual hay suficientes oferentes como demandantes.

En este factor analizaremos las instituciones educativas que ofrecen el mismo servicio de educación escolarizada, instituciones que pueden ser una oportunidad o una amenaza para el estudio.

El Ministerio de Educación tiene en su página web estadísticas de docentes, estudiantes e instituciones educativas. En el país existen en total 27754 centros educativos que brindan educación escolarizada, los cuales se distribuyen en las distintas provincias, teniendo Pichincha 2383 establecimientos distribuidos en los siguientes cantones:

Tabla 4: Número de instituciones educativas en la provincia de Pichincha

PICHINCHA	CAYAMBE	127
	MEJIA	99
	PEDRO MONCAYO	46
	PEDRO VICENTE MALDONADO	47
	PUERTO QUITO	89
	QUITO	**1840**
	Centro Histórico	**85**
	RUMIÑAHUI	91
	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	44

Fuente: Ministerio de Educación
Elaborado por: Daniela Hinojosa

En la distribución del Ministerio, todas las instituciones de la provincia de Pichincha se encuentran en la Zona 9, de las cuales 1840 pertenecen al cantón

Quito y de éstas, 85 instituciones pertenecen a la zona del Centro Histórico, de las cuales solo 5 instituciones brindan el servicio en jornada nocturna.

De estas 5 instituciones educativas nocturnas, solo 2 son fiscales y ofrecen educación básica y bachillerato, las cuales son:

- General Rumiñahui.

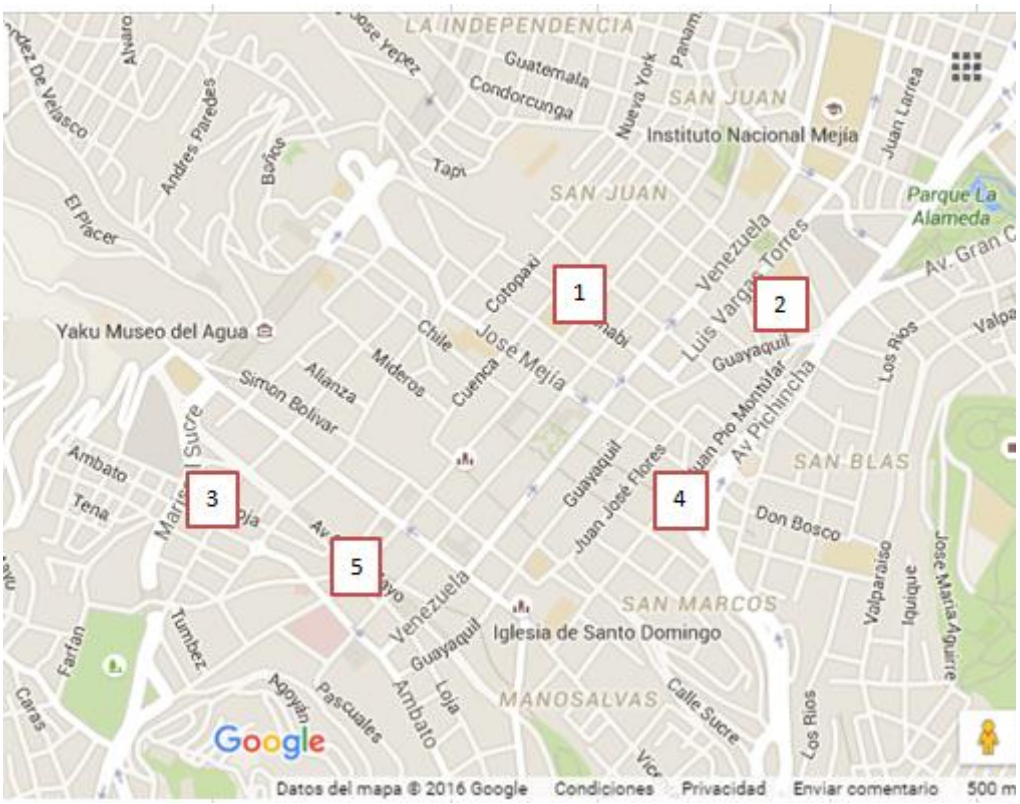
- Federico González Suárez.

Tabla 5: Información de las Instituciones Educativas ubicadas en el Centro Histórico de Quito en la modalidad Nocturna

Nombre de la Institución Educativa	Parroquia	Sostenimiento	Jornada	Nivel	Número de estudiantes	Número de docentes
GENERAL RUMIÑAHUI	CENTRO HISTORICO	Fiscal	Nocturna	Educación Básica y Bachillerato	660	42
ANTONIO ANTE	CENTRO HISTORICO	Fiscal	Nocturna	Educación Básica	80	6
PRIMARIA POPULAR CENTRO DEL MUCHACHO TRABAJADOR NUMERO 1	CENTRO HISTORICO	Particular	Nocturna	Educación Básica	85	2
SAN PEDRO PASCUAL	CENTRO HISTORICO	Particular	Nocturna	Educación Básica y Bachillerato	61	10
FEDERICO GONZALEZ SUAREZ	CENTRO HISTORICO	Fiscal	Nocturna	Educación Básica y Bachillerato	323	20

Fuente: Ministerio de Educación
Elaborado por: Daniela Hinojosa

Gráfico 6: Mapa de ubicación de las 5 instituciones educativas ubicadas en el Centro Histórico en la modalidad nocturna



1	GENERAL RUMIÑAHUI
2	SAN PEDRO PASCUAL
3	FEDERICO GONZALEZ SUAREZ
4	CENTRO DEL MUCHACHO TRABAJDOR
5	ANTONIO ANTE

Fuente: Ministerio de Educación
Elaborado por: Daniela Hinojosa

Se puede decir entonces, que la competencia directa que tiene la institución en estudio es solamente una ya que como se puede ver en el gráfico, la institución que tiene más número de estudiantes es la General Rumiñahui con 660 y que también tiene 42 profesores siguiéndole el Colegio Nacional Federico González Suárez con 323 estudiantes y 15 profesores, además estas

2 instituciones son las únicas que son fiscales y brindan el servicio de educación básica y bachillerato.

Sin embargo el Colegio General Rumiñahui brinda el servicio de educación en dos modalidades que son nocturna y semipresencial, siendo esta ultima la que posee más estudiantes ya que solo deben asistir los días sábados a clases. Por lo tanto los estudiantes nocturnos son muchos menos que los del Colegio Nacional Federico González Suárez.

Además de esto, en el 2015 el Gobierno a través del Ministerio de Educación aumento un nuevo programa llamado Bachillerato Intensivo, según el (Ministerio de Educación, n.d.) ésta oferta educativa contempla un proceso educativo presencial intensivo, ofrece la oportunidad de completar los estudios correspondientes al tercer año de Bachillerato a un grupo de la población económicamente activa a fin de mejorar su nivel y calidad de vida. Y va dirigido a personas entre 20 y 29 años de edad con un rezago educativo mínimo de 3 años y que tenga aprobado decimo de EGB, primero o segundo de bachillerato.

El título que se obtiene es el mismo que otorga la educación ordinaria y es Bachillerato en Ciencias. El horario es de 7 horas diarias, cada hora tiene una duración de 60 minutos y es de lunes a viernes de 14h00 a 21h30 y los días sábados de 07h15 a 15h00. A continuación se detalla la duración para cada curso.

Tabla 6: Duración de los cursos de Bachillerato Intensivo

Duración	Curso	Requisitos
4 meses	Tercero de Bachillerato	Aprobado Segundo de Bachillerato
7 meses	Segundo de Bachillerato	Aprobado Primero de Bachillerato
10 meses	Primero de Bachillerato	Aprobado Décimo año de EGB

Fuente: Ministerio de Educación
Elaborado por: Daniela Hinojosa

Entonces, a pesar que existe esta nueva modalidad, el Colegio ofrece mayor flexibilidad en sus horarios ya que son solo nocturnos y acepta a cualquier persona con rezago escolar mayor a 3 años a partir de los 15, es decir no importa si tiene más de 29 años, y también los estudiantes pueden aprobar todos los cursos del Colegio en un ambiente confiable y amigable. Además que el bachillerato es técnico, es decir no es general en ciencias, los estudiantes salen un con un bachillerato técnico en contabilidad y auditoría o en administración de sistemas.

Por lo tanto como se mencionó anteriormente, la competencia directa que tiene el Colegio es solo una.

1.2 ANÁLISIS INTERNO

Según (Ferrell & Hartline, 2012) el análisis interno incluye la evaluación crítica del entorno interno de la empresa en relación con sus objetivos, estrategia, desempeño, asignación de recursos, características estructurales y clima laboral.

Por ende este análisis se realizará en todos estos aspectos, iniciando con los objetivos y estrategias, los cuales están en el Plan Educativo Institucional, siguiendo la estructura de la organización, los recursos y cultura o clima.

1.2.1 Plan Educativo Institucional (PEI)

El artículo 88 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) describe al Proyecto Educativo Institucional como un documento público de planificación estratégica en el que constan acciones estratégicas a mediano y largo plazo, dirigidas a asegurar la calidad de los aprendizajes estudiantiles y una vinculación propositiva con el entorno escolar.

Según el (Ministerio de Educación, s.f.), a través de su guía para la elaboración del Proyecto Educativo Institucional (PEI), se dice que el PEI constituye un recurso orientador y dinamizador para las instituciones educativas que deben cumplir un papel primordial en la construcción de la nueva educación que propone el nuevo marco legal.

En esta dinámica se torna esencial el nuevo rol de liderazgo que cumple el director de la institución, con el acompañamiento de la asesoría educativa. En las instituciones públicas el PEI debe ser construido con la participación del Gobierno escolar.

En la Guía para realizar el PEI, se especifica que deben ser 5 los capítulos que contengan la información de la institución, en cada capítulo se plantea una pregunta para que sea más fácil de reconocer el contenido.

Tabla 7: Índice del PEI por parte del Ministerio de Educación

CAPITULO 1	¿Por qué es importante la construcción participativa del PEI?	Nuevo horizonte
		Que es el PEI
		La sensibilización
CAPITULO 2	¿Cómo queremos que sea nuestra institución educativa?	Identidad institucional
		Visión
		Misión
		El ideario
CAPITULO 3	¿Cuál es la realidad de nuestra institución educativa?	Autoevaluación institucional
		Informe de la autoevaluación institucional
CAPITULO 4	¿Cómo planificamos el cambio en nuestra institución educativa?	Que es el plan de mejora
		Como planificamos el cambio
CAPITULO 5	¿Cómo monitoreamos y evaluamos la ejecución del PEI?	El monitoreo y la evaluación del PEI

Elaborado por: Daniela Hinojosa
Fuente: Guía PEI, Ministerio de Educación

Acogiéndose a este plan, el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, ha elaborado su PEI en el año 2014, donde ha detallado cada uno de los siguientes puntos:

Tabla 8: Índice del PEI del Colegio Nocturno Federico González Suárez

Datos generales	Introducción
	Importancia de la elaboración del proyecto educativo
Componente de identidad institucional	Misión
	Visión
	Ideario
Informe de autoevaluación institucional	
Componente organizacional	Horarios
	Cronograma de actividades
	Mallas curriculares y distributivo
Plan de mejora institucional	
Componente de evaluación	Evaluación y Monitoreo del PEI
	De la evaluación , calificación y promoción de los estudiantes
Proyecto de participación estudiantil	Código de convivencia

Elaborado por: Daniela Hinojosa
Fuente: PEI Colegio Nacional Nocturno González Suárez

Además de esto, en el PEI de la institución, se detalla cada área como está dividida, por horas, profesores, materias y un plan de mejora institucional.

La guía también especifica pasos a seguir para la elaboración del PEI

1. Conformar un equipo que sea gestor o animador.

2. Sensibilizar y Establecer acuerdos con la comunidad educativa.

3. Organizar en conjunto el plan de trabajo.

Y en cada punto de todos los capítulos da pautas claras para entender que se está realizando en el PEI.

Entonces, como se puede ver y comparar el PEI elaborado por el Colegio no diferencia de la guía del Ministerio de Educación. Según las autoridades del plantel, la elaboración del PEI fue hecho con la participación de todos, se formaron comisiones y se llamaban a reuniones periódicamente para poder realizar este documento de suma importancia.

Además de toda la información dicha, también podemos encontrar los objetivos, la visión, misión, principios y valores corporativos, los cuales han sido detallados a continuación:

1.2.1.1 Objetivos

- Proporcionar al alumnado la información y asesoramiento con respecto a las diferentes opciones académicas y profesionales, facilitando así la toma de decisiones respecto al futuro escolar y socio-laboral, en función de sus propias posibilidades personales, académicas y profesionales.

- Ayudar y orientar al alumnado, desde su inicio en el Centro, sobre su rendimiento académico, colaborando en la enseñanza de habilidades de trabajo, en la adquisición de hábitos de estudio, potenciando unas actitudes positivas hacia el estudio a

través de metodologías de enseñanza aprendizaje adecuadas a cada edad que redundarán en un autocontrol progresivo.

- Reforzar el desempeño docente con talleres de perfeccionamiento y socialización de metodologías exitosas de enseñanza.

- Contribuir a la personalización de la labor educativa por medio de un clima de confianza entre el alumnado y el profesorado para poder desde ahí abordar posibles dificultades y canalizar la atención y respuesta más adecuada según los intereses, sugerencias, y necesidades de nuestro alumnado.

- Colaborar en la consecución de un mejor ambiente de trabajo, de aprovechamiento del tiempo y de estudio serio y responsable que redunde en toda la Comunidad educativa.

- Lograr un cauce de información y comunicación permanente con las familias.

- Formación integral de los estudiantes de la institución educativa.

- Favorecer la integración del alumnado en su grupo y en el Centro, generando un clima de convivencia, respeto, tolerancia

y colaboración, fomentando a su vez la participación en las actividades generales y en las de su grupo-clase.

- Eliminar barreras físicas, mentales y sociales.

- Proporcionar al alumnado la información y asesoramiento con respecto a las diferentes opciones académicas y profesionales**.**

- Facilitar los procesos de aprendizaje, diagnosticando las dificultades, orientando la metodología de trabajo , garantizando la coherencia entre los productos de evaluación de los aprendizajes y los objetivos competenciales e las asignaturas , siendo soporte académico a los trabajos de curso, facilitando la búsqueda documental y el manejo de las TICs.

- Generar un clima de clase adecuado para el aprendizaje.

- Acompañar a los estudiantes y maestros mediante la facilitación de la integración académico- social, proporcionando información y orientación curricular, usando las trayectorias estudiantiles como instrumento para la ayuda en el proyecto profesional y procesos de inserción laboral.

- Asesorar en prevención y desarrollo personal, potenciando el conocimiento de sí mismos y de los demás, que facilita la toma

de decisiones y resolución de conflictos, estimulando las habilidades sociales y de vida.

- Fomentar la capacidad en los estudiantes de superar circunstancias, impulsar la asertividad mediante la mejora del autoestima, auto concepto, autoconocimiento y desarrollo de capacidades comunicativas.

1.2.1.2 Visión

Según, (Thompson, 2012) la visión de una entidad responde a la pregunta ¿hacia dónde queremos ir?, es decir que nuevos grupos y necesidades de consumidores surgen para poder satisfacer sus necesidades y que nuevas capacidades tienen la entidad. Además define las aspiraciones de los directivos. Entonces la visión del Colegio esta citada a continuación:

"El Colegio Nacional Nocturno "Federico González Suárez", es la Institución llamada a marcar la diferencia educando integralmente a grupos vulnerables de la sociedad, a personas con escolaridad inconclusa, hasta el nivel de bachillerato",

1.2.1.3 Misión

La misión de una empresa, como lo dice (Thompson, 2012) describe la activad y el propósito actuales, responde a las preguntas: quienes somos, que hacemos y porque estamos aquí. A continuación la misión de la institución.

"El Colegio Nacional Nocturno "Federico González Suárez" es una Institución fiscal, que cuenta con dos niveles de educación: E.G.B. Superior y el Bachillerato General Unificado con FIP de Contabilidad y Administración y Administración de Sistemas.

Su finalidad, educar a personas de escolaridad inconclusa de la ciudad de Quito, especialmente a trabajadoras-es informales, madres cabeza de hogar, migrantes de las zonas rurales del país y sectores vulnerables, quienes en su mayoría sufren de violencia y desorganización familiar, abandono y carencia tanto económica como afectiva.

Aplicar una educación inclusiva y los principios del Buen Vivir, los mismos que constituyen los pilares fundamentales para alcanzar la identidad, la autoestima y el deseo de superación permanente.

Brindamos una educación integral de calidad con calidez, haciendo uso de las TIC's. y pedagogía acordes a las exigencias de la educación actual y a la población estudiantil."

1.2.1.4 Principios Corporativos

Los principios corporativos son la base sobre la cual la organización realiza su operación, son los patrones que ayudan a una empresa cumplir sus objetivos con éxito. El Colegio Nacional Nocturno "Federico González Suárez" tiene los siguientes:

- **Equidad e Igualdad**

  Nuestra Institución se caracteriza por el respeto a la Interculturalidad, un acceso libre a la educación, tratando de reducir la inequidad social, económica, cultural y de género.

- **No discriminación y pluralidad**

  Fortalecer y potenciar las diferencias individuales en pro de obtener grupos capaces y bien formados en una educación holística.

- **Solidaridad**

  Fomentar en la comunidad educativa el sentido de apoyo para contribuir con la población más vulnerable en un afán de superación y crecimiento personal y social.

- **Eficiencia**

  Optimizar los recursos materiales, humanos y tecnológicos que contribuyan a una formación integral de los estudiantes.

- **Calidad**

  Cumplir los diferentes estándares de calidad de los estamentos educativos aplicando el currículo nacional.

1.2.1.5 Valores Corporativos

Los valores corporativos, como su nombre lo dice son propios de una organización y tienen que ver con la cultura organizacional que se lleva internamente como las características, condiciones y expectativas con las que trabaja la gente en la entidad.

- **Honestidad**

  Es una actitud permanente y continua de acuerdo a la ética y moral, apegados a los reglamentos y acuerdos para una convivencia sana.

- **Respeto**

  Es el reconocimiento y valoración de las personas y del medio en el que se desarrolla el quehacer educativo.

- **Transparencia**

  Mantener una comunicación constante y continua sobre los recursos, procesos y resultados de la gestión educativa, a la comunidad y a las autoridades respectivas.

- **Democracia y participación ciudadana**

  Toda la acción educativa es participativa y consensuada.

1.2.1.6 Procesos Institucionales

Los procesos tienen que ver con la forma en que se realiza alguna actividad diaria o cotidiana en la institución.

El Colegio Nacional Nocturno González Suárez no cuenta con un manual de procesos internos por lo cual no tendremos información en este aspecto.

1.2.2 Estructura de la organización

Dentro de este punto, se desglosará la estructura de la organización en partes como la el clima laboral y la ubicación de la institución.

1.2.2.1 Clima Laboral

El clima laboral tiene que ver con el entorno, el ambiente con que los trabajadores desarrollan su trabajo en la institución, la relación que se tiene internamente.

En el Colegio Nacional Nocturno González Suárez el ambiente era realmente bueno, sin embargo en los últimos años y con los cambios implementados esto ha ido disminuyendo. Según los profesores el hecho de no tener los recursos humanos suficientes para las necesidades del establecimiento ha hecho que se sientan inconformes a la hora de trabajar.

Sin tener conserje ni secretario a los profesores y directivos les ha tocado improvisar formas para cubrir estas necesidades.

Mensualmente los profesores aportan con 5 dólares cada uno para poder pagar algo a una persona que les ayude con la figura de un conserje, lo más importante para ellos es que más que el conserje sea el portero ya que las puertas del colegio se cierran a las diez de la noche y por ese sector bastante peligroso es complicado que alguien más lo haga.

El horario también ha sido otro de los factores que han influido en el clima ya que los profesores y estudiantes tienen que asistir a clases los días sábados de 7 a 12 de la mañana, antes no se lo realizaba así.

Todos estos factores han hecho que el clima laboral cambie y los roces entre docentes y directivos aumenten, ya que los directivos hacen lo que el ministerio determina pero los profesores no lo entienden de esta manera. Sin embargo se ha tratado que no afecte tanto ya que siguen celebrándose las fechas festivas y teniendo salidas grupales que ayuden a tener una relación de amistad.

1.2.2.2 Ubicación

El Colegio se encuentra ubicado al este del llamado Centro Histórico o Zona Central del Distrito Metropolitano de Quito, al suroeste de la parroquia de “San Roque”, por lo que su influencia se localiza principalmente en las parroquias de San Roque, La Libertad y San

Sebastián como podemos observar en los siguientes planos de la ciudad:

Gráfico 7: Mapa del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Google Maps

Gráfico 8: Mapa Parroquial del Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: Google Maps

Los sectores señalados comprenden barrios como La Ermita, La Colmena, La Victoria, San Diego, La Libertad Alto y Bajo, Los Libertadores, El Recreo, Jorge Calderón, El Placer, Los dos Puentes, entre otros, barrios eminentemente populares con porcentajes considerables de personas emigrantes del campo especialmente de las provincias de Cotopaxi y Chimborazo.

La mayor zona de influencia q tiene el Colegio están en las partes altas de donde se encuentra ubicado. La mayoría de estudiantes viven en los barrios de San Roque, San Diego, la Colmena, La Libertad, muy pocos vienen de los demás barrios señalados pero además la

institución acoge a estudiantes que viven en el sur de la ciudad como en Quitumbe o Chillogallo.

1.2.3 Recursos

Dentro de este factor, se tomará en cuenta y se realizará un análisis completo del tema de recursos humanos, infraestructura y estructura organizacional.

1.2.3.1 Recursos Humanos

El Colegio Nacional Nocturno González Suárez, cuenta con un promedio de 350 estudiantes que se encuentran en la institución aprendiendo gracias al trabajo de 15 profesores que se dividen por áreas y departamentos.

El artículo 42 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) establece los tipos de autoridades, en el caso del Colegio se tiene que el Rector es la máxima autoridad, siguiéndolo el vicerrector y el inspector general.

El Rector según la LOEI tiene varias responsabilidades algunas de las más importantes con el cumplir y hacer cumplir los principios, fines y objetivos de Sistema Nacional de Educación, las normas y políticas educativas y los derechos u obligaciones de sus actores, además debe dirigir y controlar la implementación de los programas académicos,

proyectos, etc. El Rector además ejerce la figura de representante legal, judicial y extrajudicial por lo que tiene que controlar y mantener el buen uso de la infraestructura de la institución y registrar todo lo pertinente en el ámbito legal. Debe aprobar y elaborar el distributivo, elaborar y dirigir el PEI, controlar la disciplina entre otros.

El Vicerrector por otra parte es el encargado de dirigir los diferentes niveles, subniveles, departamentos y áreas de la institución, además de asesorar y controlar al personal docente y elaborar informes para el Rector acerca de cómo se encuentra la institución.

Y el Inspector General debe registrar y controlar la asistencia y disciplina de los estudiantes, publicar los horarios de clase, gestionar un buen clima organizacional y promover el cumplimiento de las normas y principios de la organización.

Más adelante en el artículo 48 y 49 de la LOEI establecen los organismos de los establecimientos tanto públicos, fiscomisionales y particulares. A continuación cuales son y cómo se los conforman.

- Junta General de Directivos conformada por el Rector, Vicerrector e Inspector General

- Consejo Ejecutivo conformado por el Rector, Vicerrector y 3 vocales con suplentes que son elegidos por la Junta General de Directivos.

- Junta de Docentes de Grado o Curso conformado por los docentes del grado o curso correspondiente, un representante del Departamento de Consejería Estudiantil, el docente tutor, inspector general y secretaria.

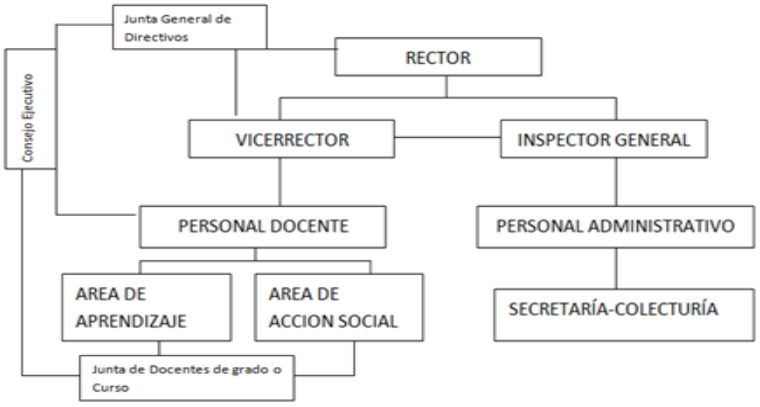
- Departamento de Consejo Estudiantil.

- Organizaciones estudiantiles.

- Padres de familia o representares legales de los estudiantes.

- Junta Académica.

Gráfico 9: Estructura organizacional



Elaborado por: Daniela Hinojosa
Fuente: PAT Colegio Nacional Nocturno González Suárez

En la estructura podemos divisar por el momento al área administrativa que contaba con una secretaria y colectora, sin embargo esto está cambiando paulatinamente ya que todo lo administrativo será ahora manejado por el Distrito al que corresponde la institución.

El colegio tampoco cuenta con el Departamento de Consejería Estudiantil DECE, el cual es una instancia que es responsable de la atención integral de los estudiantes, que tiene como propósito apoyar y brindar apoyo psicológico, educativo, emocional y social (ACUERDO MINISTERIAL 0069-14, 2015). Según el Ministerio de Educación, las instituciones públicas que tengan menos de 500 estudiantes, no es necesario que se cuente con esta área.

- **Cuerpo Docente**

  El Colegio cuenta con 15 profesores para las distintas asignaturas que se comparten en la institución.

  La institución anteriormente tenía un cuerpo docente, un área administrativo y de servicio. Sin embargo con la nueva administración del Ministerio de Educación esto ha cambiado paulatinamente. El Colegio solo cuenta con personal docente y una colectora, ya no tienen ni secretario ni personal de servicio como un conserje.

Como para cualquier otra institución, esto ha caudado varios problemas, ya que los profesores cumplen su rol de docencia pero no pueden ser también conserjes ni secretarios ni colectores. La parte administrativa se está quitando de las instituciones educativas con el fin de que cada Distrito sea quien maneje esto y se brinde los recursos que ellos crean a cada institución. Por ejemplo por ser un colegio de alrededor de 300 estudiantes, el Distrito decidió que no tendría conserjes ni secretarios.

Para una institución educativa, estos recursos humanos que ahora manejan son completamente insuficientes, si bien es cierto que, el Colegio es pequeño por la cantidad de estudiantes, esto no quita las necesidades que tienen en todas las áreas ya que todos los profesores no solamente imparten una asignatura si no varias, además que les toca ser parte de las juntas y parte de secretarios también como lo muestra el Distributivo.

- **Distributivo**

El distributivo como su nombre lo dice, es la distribución del personal docente para las distintas asignaturas que se imparten en la institución.

Tabla 9: Distributivo del Colegio Nacional Federico González Suárez del año 2015 - 2016

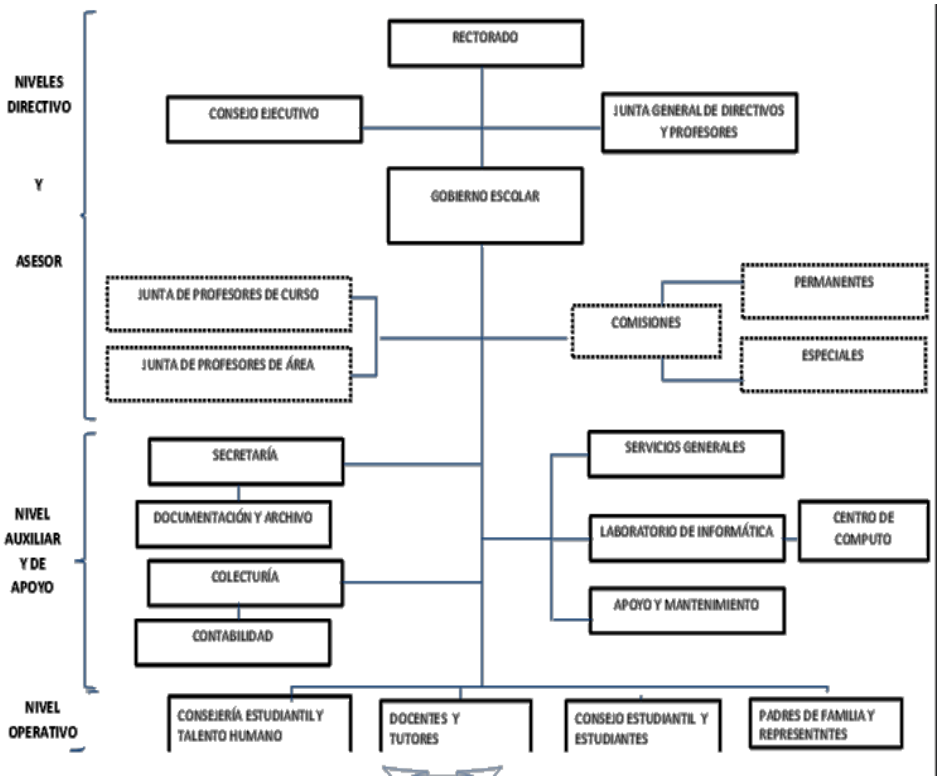
NOMBRE	MATERIAS IMPARTIDAS/ASIGNACIONES Y TAREAS ADMINSITRATIVAS
BAILON SILVA FANNY ALICIA	Emprendimiento y Gestión
	Formación de centros de trabajo
	Lengua je y Comunicación
	Formación y orientación laboral
	Productos y servicios financieros y de seguros básicos
	Tutoría
BARRENO ALVARADO ELVIA CARMITA	Contabilidad general y tesorería
	Estudios sociales
	Gestión administrativa de compra y venta
	Relaciones en el entorno de trabajo
	Tutoría
CARRERA SAA MONICA DEL PILAR	Lengua y literatura
	Lengua je y comunicación
	Jefatura de área de literatura
LONDOÑO CADENA ROBERTO MAURICIO	Idioma extranjero
	Inspección
	Tutor / da
ENRIQUEZ LOPEZ JULIO CESAR	Matemática
	Física
	Tutor / ra
	Jefatura de Área
GALARRAGA CASTAÑEDA GINA LUZ	Biología
	Rectorado
MOLINA CALVOPIÑA MARIA ESTHER	Informática
	Desarrollo personal y educación ambiental
	Control y administración del laboratorio
	Participación estudiantil
	Tutor / ra
MONTENEGRO C. JHOVANNY PATRICIO	Química
	Físico- química
	Coordinación general talento humano
MUÑOZ IVONNE DE LAS MERCEDES	Informática aplicada a la educación
	Comunicación, archivo de la información y operatoria de teclados
	Desarrollo personal y educación ambiental
	Participación estudiantil
	Implantación de aplicaciones informáticas de gestión
	Gestores de bases de datos
	Matemática

MURGUEYTIO JÁTIVA CARLOS FERNANDO	Dibujo técnico aplicado
	Estudios sociales
	Inspección
ONOFRE AYALA DIEGO FERNANDO	Contabilidad
	Gestión administrativa de los recursos humanos
	Lengua je y comunicación
	Jefatura de Área
	Tutor / ra
OVIEDO CARRILLO MONICA HORTENCIA	Lengua extranjera
	Consejería estudiantil
	Tutor / ra
	Desarrollo personal y educación ambiental
PINEDA IVÁN	Historia y ciencias sociales
	Educación para la ciudadanía
	Jefatura de área
	Estudios sociales
IAN GUAYASAMIN	Lengua extranjera
	Lengua je y comunicación
	Jefatura de área de idioma extranjero
ROMERO ABRIL VICTOR ANTONIO	Redes de área local
	Fundamentos de programación
	Desarrollo de funciones en el sistema informático
	Aplicaciones informáticas
	Sistemas informáticos mono usuarios y multiusuario
	Tutor / ra
	Control y administración del laboratorio
SALCEDO MENA LUIS ALFONSO	Matemática
	Tutor / ra
VEGA VELOZ DORIS JAQUELINE	Desarrollo del pensamiento filosófico
	Ciencias naturales
	Jefatura de área
	Desarrollo personal y educación ambiental
	Tutor / ra
	Ciencias naturales

Fuente: Proyecto Educativo Institucional, Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez
Elaborado por: Daniela Hinojosa

- **Organigrama**

Gráfico 10: Organigrama del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez



Fuente: Proyecto Educativo Institucional, Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez

1.2.3.2 Infraestructura

El Colegio Nacional Nocturno González Suárez, lleva ya desde su inicio (año 1972) ubicado en el sector de San Roque, en el Centro del Distrito Metropolitano de Quito.

Cuenta con un terreno que posee varios edificios y centros que sirven para las distintas aulas, áreas administrativas y recreacionales de la institución.

Dado que el Colegio tiene un horario nocturno, en la mañana, funciona la escuela Rosa Zárate, que ocupa también parte de las instalaciones del colegio.

El Ministerio de Educación tiene estándares de calidad que fueron publicados en el año 2012, en los cuales también se establecen estándares de calidad para la infraestructura de un centro educativo.

En este documento se pone que las aulas tienen que tener las siguientes características:

- Capacidad de 35-40 niños.
- Iluminación adecuada por medio de ventanas.
- Accesibilidad de acuerdo normatividad.
- Puertas anti pánico.
- Pasillo calculado bajo norma.
- Ventilación cruzada.
- Casilleros para estudiantes.

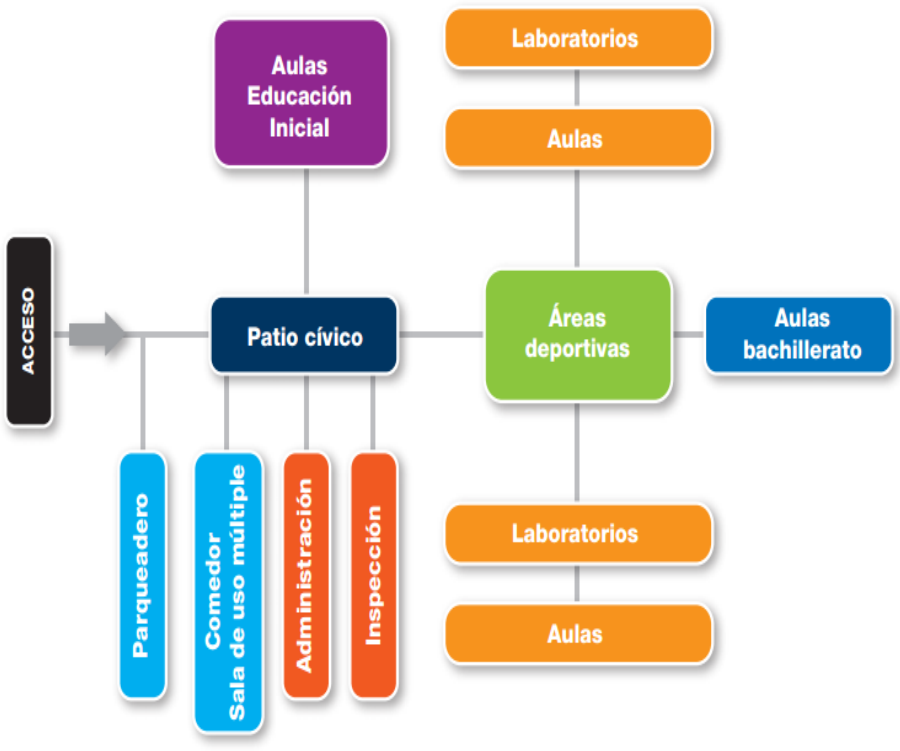
- Espacio óptimo.

- Repisas interiores para material didáctico.

- Anaqueles interiores para uso de estudiantes y profesores.

Además, se establece un plano de la distribución física del área. (Educación, 2012)

Gráfico 11: Plano de la distribución física del área de las instituciones educativas por parte del Ministerio de Educación



Fuente: Estándares de calidad-Ministerio de Educación

Y también se dispone un número mínimo de aulas, baños, etc., dependiendo del número de estudiantes. Dado que el Colegio cuenta

con alrededor de 300 estudiantes, está en el punto D donde se tiene lo siguiente:

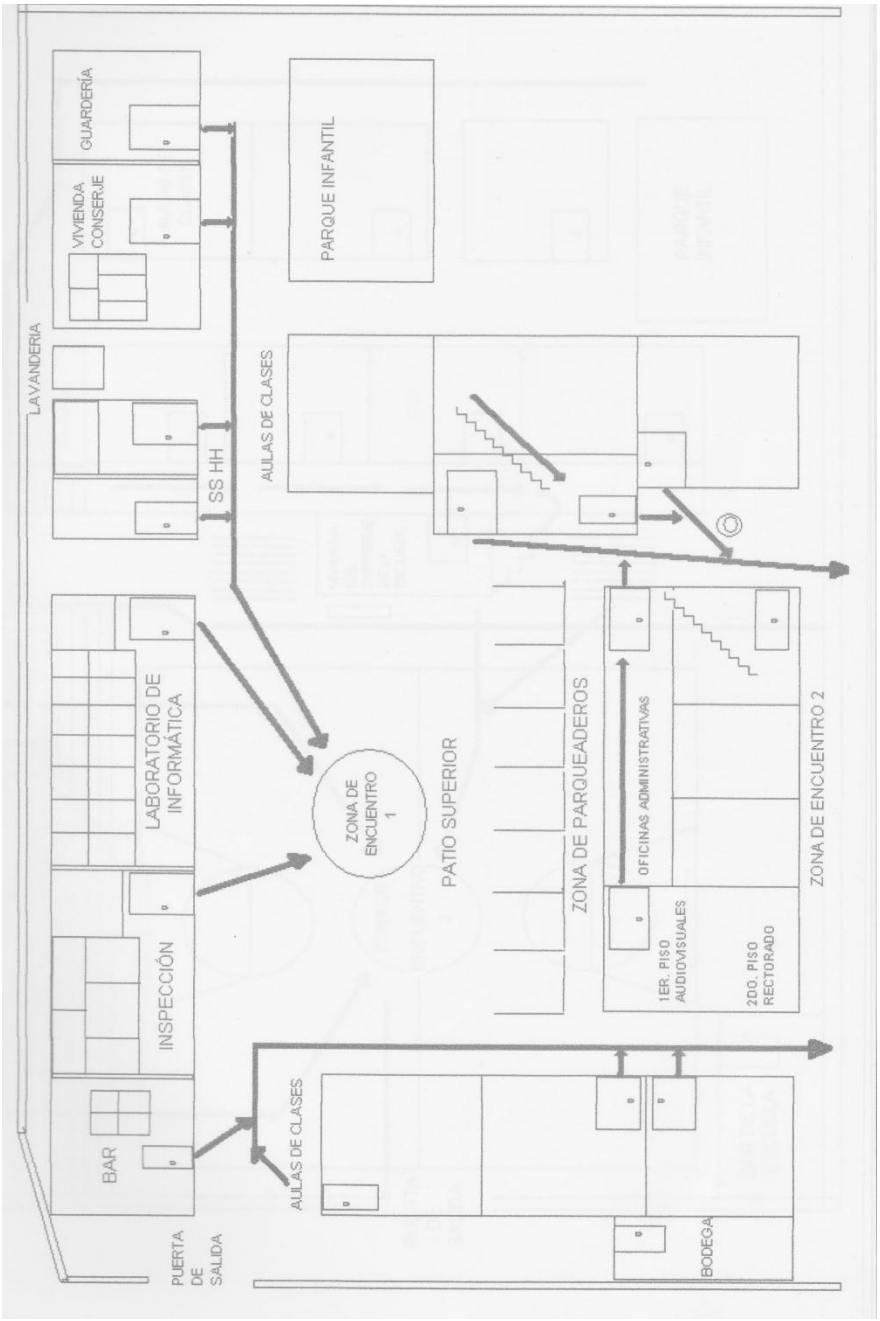
Tabla 10: Infraestructura del Colegio Nacional Nocturno Federico Gonzáles Suárez

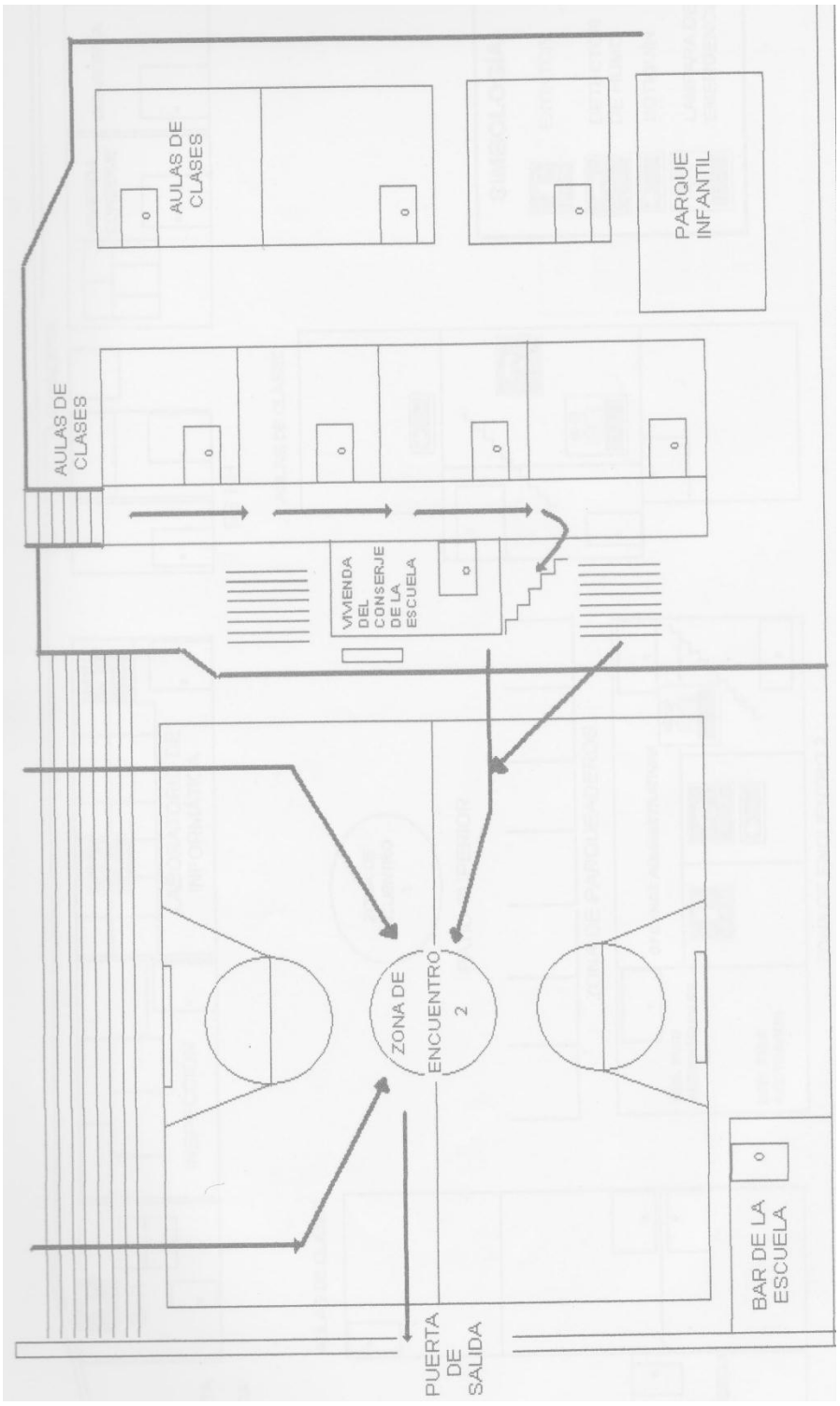
ESTÁNDAR	CANTIDAD
Aulas	5
Aula uso múltiple	1
Batería sanitaria	1
Áreas exteriores	1

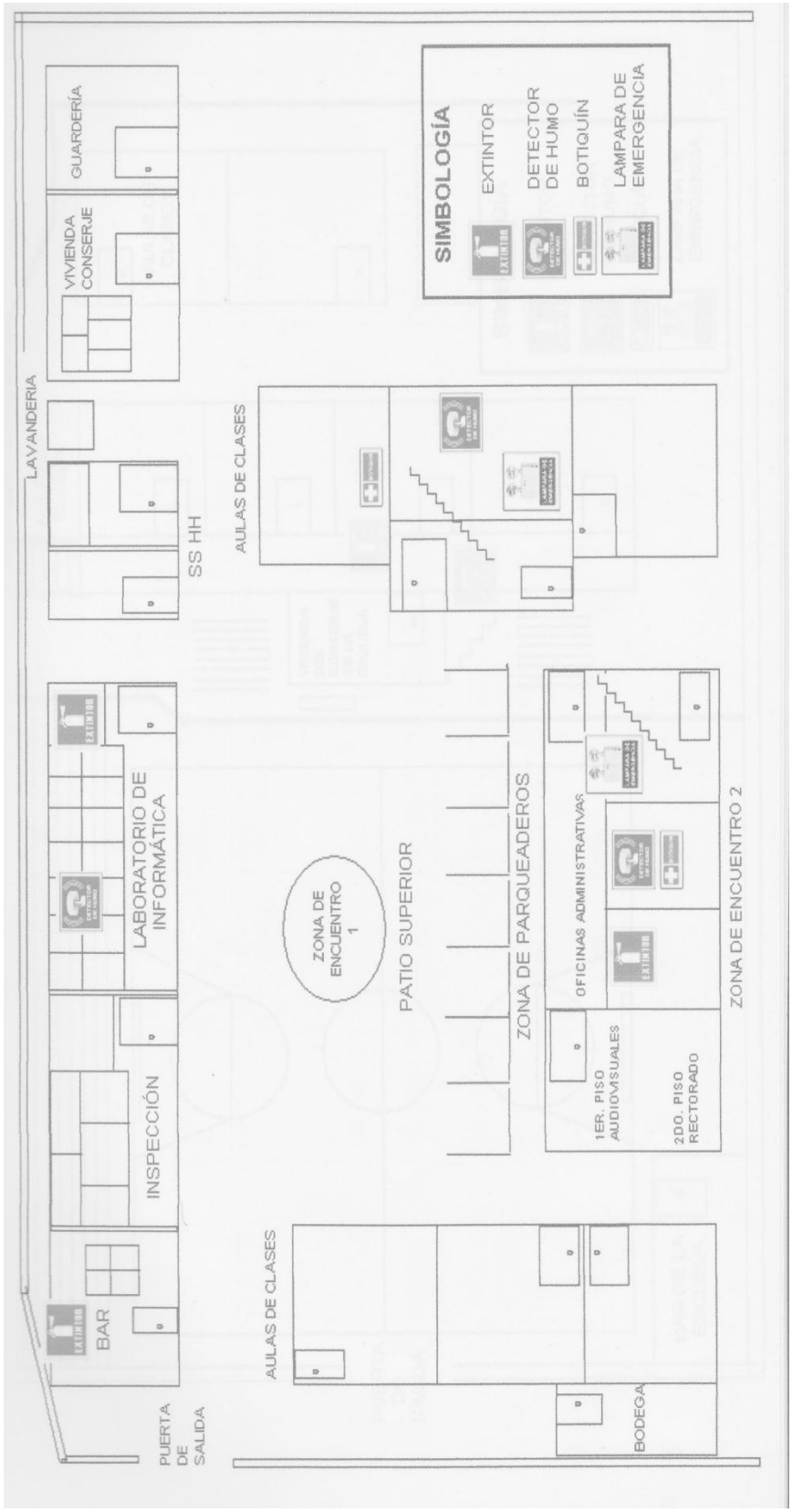
Fuente: Estándares de calidad-Ministerio de Educación
Elaborado por: Daniela Hinojosa

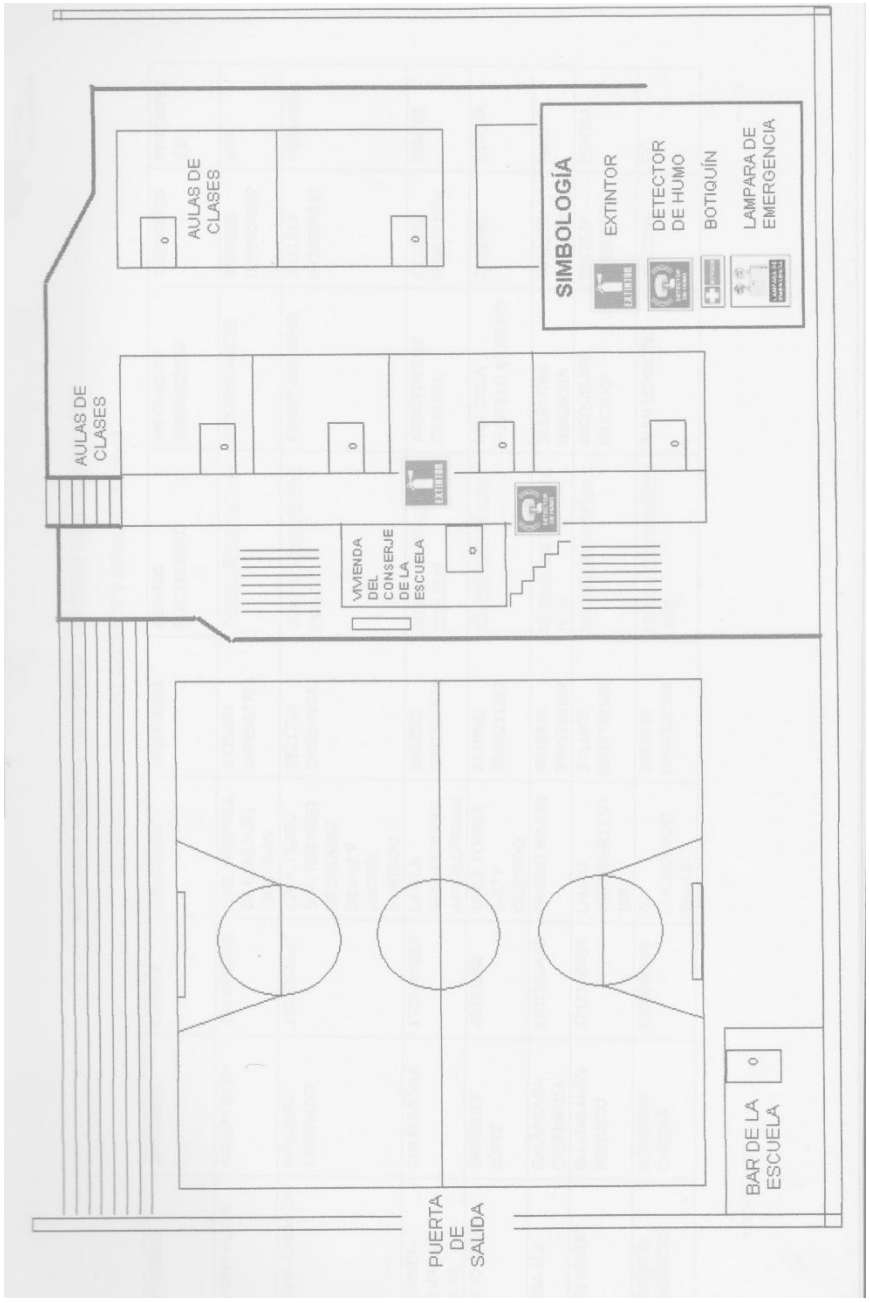
Bajo todos estos estándares realizados por el Ministerio de Educación, es necesario observar los planos del Colegio Nacional Nocturno González Suárez para poder realizar un análisis comparativo.

Gráfico 12: Planos del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez




AULAS DE CLASES
AULAS DE CLASES
PARQUE INFANTIL
VIVIENDA DEL CONSERJE DE LA ESCUELA
ZONA DE ENCUENTRO 2
BAR DE LA ESCUELA
PUERTA DE SALIDA


LAVANDERÍA
GUARDERÍA
VIVIENDA CONSERJE
SS HH
AULAS DE CLASES
SIMBOLOGÍA
EXTINTOR
DETECTOR DE HUMO
BOTIQUÍN
LAMPARA DE EMERGENCIA
LABORATORIO DE INFORMÁTICA
INSPECCIÓN
BAR
PUERTA DE SALIDA
ZONA DE ENCUENTRO 1
PATIO SUPERIOR
ZONA DE PARQUEADEROS
OFICINAS ADMINISTRATIVAS
1ER. PISO AUDIOVISUALES
2DO. PISO RECTORADO
ZONA DE ENCUENTRO 2
AULAS DE CLASES
BODEGA



Fuente: Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez

Se puede observar que el Colegio cuenta con más de 5 aulas y varios laboratorios, zonas de recreación y baterías sanitarias por lo que en este estándar de calidad de infraestructura lo están cumpliendo. Sin embargo en la parte de las características del aula y la distribución física de la institución varia bastante de lo que pide el Ministerio y

esto debería ser cambiado, por lo menos en la parte de las características del aula el Ministerio debe invertir para que se cumpla con los estándares de calidad.

1.3 ANÁLISIS PARA EL CLIENTE

Según (Ferrell & Hartline, 2012) se debe recolectar información para identificar los clientes actuales y potenciales; sus necesidades dominantes; las características básicas de los productos de la empresa y de los competidores y los cambios anticipados en las necesidades de los clientes. Es así que para conocer toda esa información, se desarrolla el modelo de 5 preguntas '5W' (Who, What, Where, When, Why).

En este estudio seguiremos la metodología de (Ferrell & Hartline, 2012) por lo que desarrollaremos 6 preguntas.

1.3.1 ¿Quiénes son nuestros clientes actuales y potenciales?

1.3.1.1 Identificación de Clientes Actuales

En el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez existe un total de 323 estudiantes de básica y bachillerato. Los cuales se dividen de la siguiente manera:

Tabla 11: Número de estudiantes por cada curso del Colegio Nocturno Federico Gonzáles Suárez

	CURSO		N° DE ESTUDIANTES
BASICA	Octavo		44
	Noveno		34
	Décimo		54
BACHILLERATO	Primero	Contabilidad	43
		Sistemas	49
	Segundo	Contabilidad	29
		Sistemas	28
	Tercero	Contabilidad	24
		Sistemas	18
TOTAL			323

Fuente: Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez
Elaborado por: Daniela Hinojosa

Como se puede ver en los últimos niveles de educación básica (octavo, noveno y décimo) se cuenta con un 40% del total de estudiantes de la institución y normalmente son chicos que son mayores de 15 años y tienen un rezago escolar.

En el ciclo de bachillerato podemos encontrar dos especialidades. La primera es Bachillerato Técnico en Administración y Contabilidad y la segunda es Bachillerato Técnico en Administración de Sistemas.

También podemos observar que existe mucha deserción ya que en primero de bachillerato se tiene un número considerable de estudiantes y este número va bajando conforme se llega al último nivel de educación.

La Institución se encuentra ubicada en una de las zonas “rojas” del Distrito Metropolitano de Quito, en el barrio de San Roque, por lo

tanto la mayoría de estudiantes habitan este barrio y provienen de familia de clasificación baja, por lo tanto tienen rezago estudiantil, trabajan por la mañana, tienen familia a quien mantener a su corta edad y muchos otros problemas intrafamiliares. Por eso para ellos es cómodo estudiar en las noches y con un ciclo de educación básica flexible.

La mayor parte de los estudiantes del Colegio Nacional Nocturno González Suárez, provienen de familias migrantes de las provincias del Cotopaxi y Chimborazo por lo que muchos viven solos o con familiares que migraron con anterioridad, de origen indígena y mestiza. Las estudiantes mujeres en su mayoría son madres solteras y adolescentes, que viven en unión libre o con sus padres, generalmente en hogares un parentales, sea solo madre o solo padre. O con familiares como hermanos, tíos otros.

Según el (INEC, s.f.), el 9% de la población de más de 15 años no ha culminado la educación básica, entiéndase como ésta, a la educación desde primero de básica hasta décimo de básica. Además la tasa de asistencia neta de personas entre 15 y 17 años ha bajado de un 89.2 en el sistema anterior a un 83.8 en el nuevo sistema.

La educación muchas veces deja de ser una prioridad cuando se tiene una familia que cuidar. En Ecuador el 3,36% de las madres son menores de edad, lo que hace que busquen un trabajo para tener una

mejor calidad de vida, dejando así de lado a sus estudios. De igual manera, en la actualidad, en la familia trabajan la madre y el padre buscando mayores ingresos para una mejor vida.

Ésta población es un demandante real del Estado, por ser atendida en su derecho a educarse, a poseer las competencias básicas de lectura y escritura justifica plenamente la tarea en la que se encuentra empeñada la institución.

1.3.1.2 Necesidades de los Clientes Actuales

Gracias a un estudio realizado por la Rectora del plantel, se pueden identificar las necesidades actuales que demandan los estudiantes de la institución, las cuales se detallan a continuación.

- Desarrollo de habilidades de lecto-escritura (varios estudiantes son quichua hablantes, y otros estudiantes tienen rezago escolar de varios); pasar de la lectura a la lectura para el aprendizaje.(subrayar ideas principales, analizar, descubrir argumentos y conclusiones, inferir, comparar, utilizar apoyos para la memorización)

- Conocer y aplicar estrategias de aprendizaje autónomo.

- Reforzar la utilización de la Matemática para la vida, resolución de problemas, proyectos de aplicación. En los cursos de Educación General Básica Superior Flexible las operaciones elementales como inicio de cada año.

- La educación para la Ciudadanía, el Buen Vivir y la Convivencia social.

- El emprendimiento y autogestión. Manejo de Microempresas.

- Identificar e interiorizar la importancia y funciones de los docentes tutores y del Departamento de Consejería Estudiantil.

- Coordinación con instituciones de apoyo y aliados estratégicos.

- Potencializar el conocimiento de sí mismos y de los demás (autoestima- auto concepto, autovaloración).

- Enseñar mecanismos para la toma de decisiones y resolución de conflictos (manejo de la ira, mediación).

- Desarrollar habilidades sociales y de vida. Vida en pareja, ciclos de la violencia, Pandillerismo y grupos urbanos,

programación neurolingüística, toma de decisiones. Escuela para padres (dirigido a los estudiantes).

- Educar para el amor, prevención para el uso de alcohol, tabaco y sustancia psicotrópicas y embarazos adolescentes.

- Reconocer la diversidad.

- Desarrollar la aceptación y respeto.

- Desarrollar programas especiales y adaptaciones curriculares.

- Educar en el sexismo y machismo.

- Programas de adaptación para necesidades educativas especiales.

1.3.1.3 Identificación de Clientes Potenciales

Según el (INEC, s.f.), la clase social clasificada como C- y D, son el 49.3% y 14.9% respectivamente de la población del Ecuador. Lo que nos da en total un 64,2% de la población de clase social baja, es decir más de la mitad de los ecuatorianos se encuentran en esta clasificación. Además de esto según el último censo del 2010, las

personas entre 15 y 19 años de edad son en promedio un millón y medio.

En el Distrito Metropolitano de Quito, en el sector donde se encuentra el Colegio Nacional Nocturno González Suárez, es en donde existen grandes grupos de familias de recursos escasos o que por alguna razón les ha tocado trabajar desde muy pequeños y por esa razón tienen rezago escolar.

La educación deja de ser algo importante a la hora de cubrir otras necesidades, en este sector podemos encontrar a muchachos que les ha tocado trabajar para ayudar en sus familias, problemas sociales e intrafamiliares también han hecho que muchas jóvenes queden embarazadas a temprana edad y por ello tampoco puedan culminar sus estudios. En ecuador el 3,36% de madres son menores de edad.

En el último censo realizado en el año 2010, el (INEC, s.f.), publicó que el 9% de la población de más de 15 años no ha culminado su educación básica. En Pichincha, el 71,9% de la población según el INEC son mayores de 15 años.

Los clientes potenciales de la institución, son todas esas personas que son mayores de quince años, con escolaridad inconclusa, han dejado de estudiar por varios años o han repetido varias veces la matrícula en un mismo curso perdiéndolo o abandonándolo sin

concluir el año lectivo. Provienen de familias cuyos padres son analfabetos o solo han concluido la educación básica media (primaria), por lo que su entorno es culturalmente disminuido. Principalmente los estudiantes se concentran en las zonas aledañas a la institución, provienen de barrios como El Placer, San Roque y La Libertad. Muchos de ellos viven solos o con sus parejas e hijos, ya no dependen de sus padres y por lo tanto trabajan en horario diurno en el comercio informal, limpiando casas, siendo meseros o en los buses.

1.3.2. ¿Qué hacen los clientes con nuestros productos?

Según una entrevista realizada a la Rectora del plantel, la Mgtr. Gina Galárraga, se pudo definir que hacen los estudiantes con el servicio de educación. En un 1% los estudiantes continúan con su formación académica, es decir solo este pequeño porcentaje les interesa o logran entrar a la universidad para sacar su título de tercer nivel.

En otro porcentaje igual de bajo, según la rectora, los estudiantes optan por servir a la patria a través de las fuerzas armadas o de la policía nacional, así que se enlistan en esta profesión.

Otros estudiantes consiguen mejores trabajos o mejor remunerados debido a que ya tienen un título de bachiller, dejan de ser peones de los albañiles y pueden lograr mejores trabajos.

Por otro lado la mayoría de estudiantes continúan con su comercio informal, sin embargo este comercio puede ser mejor manejado ya que al estudiar contabilidad o al tener los proyectos de emprendimiento se puede lograr mejorar este negocio y lograr mejores ganancias.

Entonces se puede concluir que los estudiantes con la educación que reciben logran mejorar en un cierto porcentaje su calidad de vida de diversas formas.

1.3.2.1. Definición del Servicio Ofrecido por la Institución

El Colegio Nocturno González Suárez ha brindado desde el año 1976 este servicio que va dirigido a la población de bajos recursos del Distrito Metropolitano de Quito, en el sector centro de la ciudad. En los últimos años la demanda de los estudiantes que buscan o completan este tipo de alternativa de servicio educativo ha ido disminuyendo por varios factores externos a la institución.

El Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, brinda el servicio de educación en dos instancias, la de educación básica superior flexible y la de bachillerato técnico, acogida a todas las disposiciones legales antes mencionadas.

La institución maneja octavo, noveno y décimo de básica como educación básica superior flexible, lo que quiere decir que los

estudiantes aprueban cada módulo en 20 semanas; entonces en un año lectivo regular, el básico flexible logra que se aprueben dos módulos en vez de uno solo.

En primero, segundo y tercero de bachillerato se manejan 2 figuras profesionales; la primera figura profesional es el Bachillerato Polivalente-Figura Profesional: Administración y Contabilidad y la segunda figura es el Bachillerato Técnico en Servicio- Figura Profesional: Administración de Sistemas. La institución cuenta con un paralelo en cada curso. Es importante también recalcar que el colegio maneja un horario nocturno que empieza de lunes a viernes a las 18h20 hasta las 22h00 y los sábados de 07h30 hasta 11h00 con 10 minutos de receso. Los estudiantes que pueden ingresar a la institución necesariamente deben tener 2 años de rezago escolar y pueden entrar desde los 15 años de edad en adelante.

En el Proyecto Educativo Institucional, la institución afirma que:

> Nuestro deseo es contribuir eficazmente a mejorar la calidad de la educación en el establecimiento, a través del manejo y uso de herramientas que en algún momento les sea de utilidad a los educandos, para insertarse en el mundo laboral y puedan así mejorar su calidad de vida siempre respetando sus ancestros culturales y su origen.

Por ende podemos concluir que los estudiantes o las personas eligen este tipo de educación debido a que se acopla a sus necesidades. Los horarios, la edad y el tiempo con que se avanza en el Colegio, no son

regulares, y existen pocas instituciones a su alcance que puedan brindarles esto.

1.3.3 ¿En dónde compran los clientes nuestros productos?

En este análisis, es necesario decir que los clientes no compran el producto, dado que es un servicio de educación fiscal, los clientes lo adquieren gratuitamente en las instalaciones del Colegio ubicado en la Av. Antonio José de Sucre y Loja esquina.

El Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se encuentra en el Distrito Metropolitano de Quito, en la zona central del mismo. Específicamente se encuentra en la parroquia San Roque.

1.3.4. ¿Cuándo compran los clientes nuestros productos?

En el ámbito normativo, vamos a citar algunos de los artículos de la LOEI y del Decreto 366 expedido en el año 2014.

Según el artículo 146 de la (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011) el año lectivo se debe desarrollar en 2 quimestres en todas las instituciones educativas con una duración total de 200 horas. En el caso de la Costa el año lectivo debe empezar máximo la primera semana de mayo y en la Sierra hasta la primera semana de septiembre, salvo situación de emergencia oficialmente declarada.

Además en el artículo 153 se dice que el requisito para acceder al nivel de educación de bachillerato es tener el certificado de haber aprobado la educación general básica y en el caso de instituciones fiscales este proceso de admisión no debe incluir una prueba de ingreso.

Más adelante se dice que para el ingreso a instituciones públicas, la Autoridad Educativa Nacional establecerá el procedimiento de inscripción, asignaciones de cupo y matricula.

Sin embargo en el (DECRETO 366, 2014) en el artículo 7 que modifica y sustituye al capítulo III "De las Matriculas" del Título V "DEL REGIMEN ESCOLAR" de la LOEI, se dice que el proceso de matriculación para quienes ingresan por primera vez al sistema educativo público cuenta con 2 fases que son la inscripción y el registro. La fase de inscripción es en el cual el representante legal del estudiante solicita la integración del representado al sistema educativo público para que luego en la fase de registro la Autoridad Educativa Nacional determinará el establecimiento educativo donde se efectuará el registro, tomando en cuenta que el periodo de inscripción se realizará conforme a los procedimiento y cronogramas establecidos por la misma autoridad.

Las matrículas pueden ser matrícula automática y matrícula posterior. En el caso se la matrícula posterior al año lectivo, se dice que la Autoridad Educativa Nacional normará el procedimiento y las evaluaciones pedagógicas

que se deben realizar previa matriculación del estudiante en un sistema educativo fiscal.

Con todos estos artículos se puede decir que los estudiantes acceden al servicio de educación cuando están abiertas las inscripciones y periodos de matriculación. Pero si en medio del año lectivo los estudiantes que estén en otra institución y desean trasladarse a otra, también en el artículo 165 de la LOEI se norma esta actividad, diciendo que durante el transcurso del año lectivo, los estudiantes de los diversos niveles del sistema educativo escolarizado pueden optar por el pase o transferencia del mismo régimen escolar. En caso de cambio de domicilio del estudiantes u otros casos justificados, el pase debe ser autorizado por el Rector de la institución donde se encuentra, previa petición del representante legal, hasta el término de los 6 primeros meses del año lectivo y para formalizar el pase se debe presentar el expediente académico, la certificación de asistencia y la autorización de admisión de la institución educativa receptora.

Además del análisis en el ámbito legal también se realizó un análisis del ámbito social de cuando los estudiantes acceden al servicio de educación y se puede decir que según la entrevista realizada a la Rectora del Colegio, nos supo manifestar que los estudiantes asisten al centro educativo cuando tienen la necesidad de desarrollarse y seguir estudiando. El Colegio tiene el ciclo básico flexible por lo que en 5 meses aprueban un nivel de básica, además el servicio educativo de la institución es solo para personas que tienen rezago de 2 o más años y por lo tanto son mayores de 15 años. La edad y otros

factores como el trabajo que tienen impiden que las instituciones educativas diurnas les acepten o sea cómodo para ellos estudiar en las mismas.

Es decir los estudiantes asisten a esta institución por los factores antes mencionados además de por ser un Colegio Fiscal (gratuito) y porque es en jornada nocturna, lo que les permite trabajar o cuidar de su familia en el día.

Además se debe decir que en un mundo globalizado y tan competitivo en el que vivimos, la exigencia de tener una educación mínima es indispensable para conseguir cualquier trabajo, por lo que nos obliga a siempre superarnos y buscar formas de especializarnos en el ámbito educativo.

1.3.5 ¿Por qué y cómo eligen nuestros productos?

Para responder esta pregunta, fue necesario realizar un Focus Group a los estudiantes y una entrevista la Rectora del plantel, y podemos concluir que prevalecen por lo menos 3 motivos los que hacen que elijan al Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez como su institución educativa.

La primera es que los estudiantes son mayores de 15 años, lo que les dificulta entrar a un colegio diurno, ya que muchos o la mayoría de los estudiantes tienen que trabajar durante el día o son madres solteras, razones por las cuales no pueden asistir a estudiar en un horario en la mañana.

Otro de los motivos es la cercanía que tiene el colegio con el lugar de su residencia, por el hecho de salir a las 22:00 todos los días, hace que se les haga mucho más difícil su movilización a las horas altas de salida.

Y por supuesto con mucho más énfasis, debo sacar de conclusión que otro de los motivos es el hecho de que en los trabajos se les exige por lo menos tener un título de bachiller, por lo que los estudiantes buscan y se esfuerzan por conseguir este título para poder subir de nivel en el trabajo o por lo menos conseguir uno.

Al realizar el Focus Group, se puede entender que los estudiantes se sienten a gusto con su institución educativa ya que, como lo manifestaron, los profesores más que facilitadores se han vuelto amigos que les ayudan a salir adelante y con quien se puede contar.

1.3.6 ¿Por qué los clientes potenciales no eligen nuestro producto?

En este análisis también tomaremos en cuenta los resultados del Focus Group realizado y recogeremos algunas conclusiones que tienen las autoridades y profesores del plantel ya que son ellos quienes están conviviendo con la realidad de sus estudiantes.

La primera es que el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se encuentra ubicado en una de las zonas rojas de la capital. En el barrio de San Roque se encontraba ubicado el Penal García Moreno, además hay un

mercado en las cercanías del Colegio. Por lo que en esta parte céntrica de la ciudad encontramos mucho comercio informal, expendio de droga, actividades ilícitas, lo que hace que sea un sector poco atractivo por su seguridad.

Es necesario también decir que otra de las razones es que dentro de la institución existen personas drogadictas o pertenecientes a alguna pandilla de los barrios aledaños por lo que las personas prefieren no tener algún contacto con las mismas.

La falta de información y la carencia de un motivo han hecho que el mercado potencial de la institución no se acerque ni le interese el servicio que se brinda. Además se puede concluir que la mayoría de estudiantes y del mercado potencial de clientes que tenemos, son personas que son realmente pobres, tienen un entorno cultural empobrecido y por lo tanto no es para ellos importante aprender, estudiar y menos sacar un título de bachiller, gracias a su entorno a ellos solo les importa trabajar en algo bastante operativo y vivir al día.

1.4 MATRIZ FODA

Después de todo este análisis, lo resumimos en la siguiente matriz que contiene las fortalezas y debilidades que son internas y las oportunidades y amenazas por los factores externos.

Según (Thompson, 2012) la matriz FODA va más allá de sus cuatro listas. Una de sus principales funciones es llegar a conclusiones a partir de la situación de la empresa y convertirlas en acciones estratégicas para que la estrategia se ajuste mejor a las fortalezas y oportunidades y así corregir las debilidades importantes y defenderse de las amenazas.

Tabla 12: FODA del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez

	**COLEGIO NACIONAL NOCTURNO FEDERICO GONZÁLEZ SUÁREZ**		**ACTUALIZADO A: 14/05/2016**
	FODA		
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**	**OPORTUNIDADES**	**AMENAZAS**
El Colegio cuenta con más de 5 aulas y varios laboratorios, zonas de recreación y baterías sanitarias por lo que esta cumpliendo con el estándar de calidad de infraestructura	El Colegio cuenta con 15 profesores para las distintas asignaturas que se imparten en la institución.	En la distribución del Ministerio, todas las instituciones de la provincia de Pichincha se encuentran en la Zona 9, de las cuales 1840 pertenecen al cantón Quito y de éstas, 85 instituciones pertenecen a la zona del Centro Histórico, de las cuales solo 5 instituciones brindan el servicio en jornada nocturna, solo 2 son fiscales y ofrecen educación básica y bachillerato.	Sistema centralizado de educacion por lo que existe poca asignacion de recursos, se elimina la parte adminsitrativa para tener una sola en cada Distrito
Los objetivos se encuentran señalados dentro del PEI (Proyecto Educativo Institucional). Se puede destacar que todos los objetivos van orientados a la satisfaccion de los estudiantes tanto en temas educativos como en la formacion integral de los mismos.	En la estructura podemos divisar por el momento al área administrativa que contaba con una secretaria y colectora, sin embargo esto está cambiando paulatinamente ya que todo lo administrativo será ahora manejado por el Distrito al que corresponde la institución. ya no se tiene autonomia adminsitrativa.	En la actualidad, el modelo educativo del gobierno busca garantizar el acceso y calidad de la educación en todos los niveles de una manera integral e inclusiva para toda la población del país	Por ser un Colegio con pocos estudiantes, muchas veces las exigencias de toda indole por partedel Minsiterio de Educación no se las puede cumplir
El PEI de la institucion se encuentra elaborado conforme los estándares que ha dictado el Ministerio de Educación	El colegio no cuenta con el Departamento de Consejería Estudiantil DECE	Es notable que para el gobierno actual, la educación es una de sus mayores prioridades y por ende realiza el gasto que sea necesario para poder llegar a la excelencia.	Existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los ultimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.
Los estudiantes se sienten con animo al ir a estudiar ya que sus profesores se han vuelto sus amigos	La estrategia para incremental el numero de estudiantes en la institucion no se la tiene, en realidad existe tan solo una planificacion y objetivos que se ven plasmados en el PEI	Los aspectos legales de educación se encuentran en las Metas 2021, la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el Plan Decenal y los distintos acuerdos y reglamentos emitidos por el ME acerca del sistema educativo del país. Los cuales, todos estan alineados y buscan una educación inclusiva y de calidad para garantizar que todas las personas puedan tener acceso a la educación	Existe una nueva modalidad, llamada bachillerato intensivo, donde personas entre 20 y 29 años de edad con rezago escolar de 3 años, pueden acabar el bachillerato en ciencias en 21 meses.
Existe un alto grado de creatividad en la insitucion y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee	Existen muchos cambios por lo que se deberia tener actualizado este PEI	La competencia directa que tiene la institución en estudio es solamente una, el Colegio General Rumiñahui	
La mayor zona de influencia que tiene el Colegio están en las partes altas de donde se encuentra ubicado. La mayoría de estudiantes viven en los barios de San Roque, San Diego, la Colmena, La Libertad, muy pocos vienen de los demás barrios del sur de la ciudad como en Quitumbe o Chillogallo.	El horario ha sido uno de los factores que han influido en el clima ya que los profesores y estudiantes tienen que asistir a clases los días sábados de 7 a 12 de la mañana, antes no se lo realizaba así.	El 9% de la poblacion que son mayores de 15 años no han culminado su educacion, por lo tanto se puede incrementar el numero de estudiantes para el Colegio	
El Colegio cuenta con un promedio de 1 profesor por cada 21 estudiantes, lo cual es bastante bueno.			

2 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

En este capítulo, como primera parte se iniciará con la revisión y ajuste del plan estratégico de la institución para poder llegar a la Matriz de Perspectivas o proyectos institucionales. A partir de esta matriz se escogerá qué perspectiva corresponde ser desarrollada con un Plan de Marketing. Una vez determinada la perspectiva se podrá determinar el Objetivo General y los Objetivos Específicos, los cuales permitirán plantear la mejor y más adecuada estrategia de este plan de marketing, que se ejecutará de acuerdo a metas, actividades y tareas para el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez.

Entonces, comenzaremos con el ajuste al plan estratégico del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez.

2.1 REVISIÓN Y AJUSTE DEL PLAN ESTRATÉGICO

Al ser un Colegio, no se cuenta con un plan estratégico, lo que se tiene es un Plan Educativo Institucional (PEI), donde se encuentra plasmados objetivos, misión, visión, principios, valores, entre otros.

En el capítulo 1 pudimos ya observar y analizar cómo está estructurado este documento, y obtuvimos la Misión y Visión del documento PEI. Sin embargo al

analizar los mismos, podemos concluir que están mal estructurados y definidos ya que no transmiten verdaderamente lo que la institución hace y quiere llegar a ser.

La misión de una empresa en general, tiene que ver con el propósito o el giro de negocio en el que se encuentra y como labora, la razón de ser de la entidad. Peter Drucker afirma que se debe plantear la pregunta ¿Cuál es nuestro negocio? Para poder plantear la misión ya que es una declaración duradera sobre el propósito que diferencia a una empresa de otra.

Al igual que en la declaración de una misión, la visión de una empresa responde a una pregunta ¿Qué queremos llegar a ser? Según (Fred, 2013) la declaración de la visión debe ser corta, formada de preferencia por una oración.

Por lo tanto, es muy importante que la misión y visión del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez este bien estructurada y es así que se ha realizado una nueva misión y visión del Colegio en conversaciones y la autorización de la rectora y se obtuvo lo siguiente.

Misión

“El Colegio Nacional Nocturno “Federico González Suárez” es una institución de carácter Fiscal que brinda el servicio de educación a todas las personas con escolaridad inconclusa y rezago estudiantil del Distrito Metropolitano de Quito. Ofrecemos una educación de calidad, integral e inclusiva, que se compromete con las personas y realidad de la gente, acorde a las exigencias del entorno y de la población estudiantil

para generar entes productivos en el país y así contribuir al desarrollo de la sociedad; abarcando los niveles de Educación General Básica Superior hasta el Bachillerato General Unificado con especialización de Contabilidad y Administración y Administración de Sistemas.”

Visión

“El Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez conforme a sus principios y a los del Buen Vivir, busca asegurar un ambiente educativo en el cual los estudiantes se sientan conformes y busquen permanecer y terminar sus estudios dentro de la institución. Alcanzar una educación de calidad en base a los estándares del ente rector y mantener la calidez optimizando recursos e integrar más personas con rezago escolar del centro histórico de Quito que quieran continuar con sus estudios en nuestra institución.”

Una vez que ya hemos definido la misión y visión de la institución, podemos entonces realizar nuestra Matriz Cruce de FODA, la cual nos permitirá llegar a las perspectivas institucionales.

2.1.1 Matriz Cruce de FODA

> Según (Steiner, 1999), el análisis del FODA es un paso supremamente importante en el proceso de planeación; examinar correctamente las oportunidades y amenazas de la empresa y relacionarlas con las fortalezas y debilidades representa una enorme ventaja.

Entonces se tiene en claro, que el propósito de esta matriz, es la creación de estrategias que permita a la organización conectar lo interno con las oportunidades o amenazas que tenga en el entorno. Es así que al cruzar las 4 variables del FODA, se obtienen lo siguiente:

POTENCIALIDADES: Las potencialidades utilizan las fortalezas para poder aprovechar las oportunidades que nos ofrecen el entorno y las tendencias. Lo que nos ayuda a en un futuro para poder hacer más competitiva a la institución.

DESAFÍOS: Los desafíos pretenden superar las debilidades que se posee aprovechando las oportunidades externas que existen. Así logramos que algunas debilidades no sean un impedimento a la hora de aprovechar las tendencias del entorno.

RIESGOS: Como su nombre lo dice, lo que encontraremos en éste cruce son las fortalezas de la institución que permiten disminuir el riesgo o el efecto que puedan tener las amenazas externas sobre la empresa.

LIMITACIONES: Las limitaciones lo que se buscan, es disminuir las debilidades y también evitar las amenazas para que la organización no se vea afectada.

Tabla 13: Matriz Cruce FODA

	FORTALEZAS	**DEBILIDAD**
OPORTUNIDADES	POTENCIALIDADES	DESAFÍOS
AMENAZAS	RIESGOS	LIMITACIÓN

Fuente: Matriz de Steiner

Entonces, la Matriz Cruce de FODA, producto del análisis realizado es la siguiente:

Tabla 14: Matriz de Cruce FODA Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez



COLEGIO NACIONAL NOCTURNO FEDERICO GONZÁLEZ SUÁREZ

ACTUALIZADO A: 31/05/2016

CRUCES FODA. CREACIÓN DE ESTRATEGIAS

FACTORES INTERNOS / FORTALEZAS Y DEBILIDADES / FACTORES EXTERNOS / OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	El Colegio cuenta con más de 5 aulas y varios laboratorios, zonas de recreación y baterías sanitarias por lo que en este estándar de calidad de infraestructura lo está cumpliendo.	Los objetivos se encuentran señalados dentro del PEI (Proyecto Educativo Institucional). Se puede destacar que todos los objetivos van orientados a la satisfacción de los estudiantes tanto en temas educativos como en la formación integral de los mismos.	Los estudiantes se sienten con animo al ir a estudiar ya que sus profesores se han vuelto sus amigos	Existe un alto grado de creatividad en la institucion y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee	La mayor zona de influencia que tiene el Colegio están en las partes altas de donde se encuentra ubicado. La mayoría de estudiantes viven en los barrios de San	El Colegio cuenta con un promedio de 1 profesor por cada 21 estudiantes, lo cual es bastante bueno.	El PEI de la institucion se encuentra elaborado conforme los estandares que ha dictado el Ministerio de Educacion	El Colegio cuenta con 15 profesores para las distintas asignaturas que se imparten en la institución.	En la estructura podemos divisar por el momento al área administrativa que contaba con una secretaria y colectora, sin embargo esto está cambiando paulatinamente ya que todo lo administrativo será ahora manejado por el Distrito al que corresponde la institución. ya no se tiene autonomía administrativa.	El colegio no cuenta con el Departamento de Consejería Estudiantil DECE	La estrategia para incrementar el numero de estudiantes en la institucion no se la tiene, en realidad existe tan solo una planificación y objetivos que se ven	Existen muchos cambios por lo que se debería tener actualizado este PEI	El invierno ha sido uno de los factores que han influido en el clima ya que los profesores y estudiantes tienen que asistir a clases los días sábados de 7 a 12 de la
En la distribución del Ministerio, todas las instituciones de la provincia de Pichincha se encuentran en la Zona 9, de las cuales 1840 pertenecen al cantón Quito y de éstas, 85 instituciones pertenecen a la zona del Centro Histórico, de las cuales solo 5 instituciones brindan el servicio en jornada nocturna, solo 2 son fiscales y ofrecen educación básica y bachillerato.	**El hecho de tener una buena infraestructura y ademas de cumplir con los estandares de calidad del ME, permite aprovechar la oportunidad de tener como competidor directo solo una institucion Educativa.**							**El colegio solo cuenta con 15 profesores para los más de 300 estudiantes, lo que no me permite aprovechar que el gobierno tenga un ideal de gastar lo que sea necesario para que las instituciones educativas mejoren.**					
En la actualidad, el modelo educativo del gobierno busca garantizar el acceso y calidad de la educación en todos los niveles de una manera integral e inclusiva para toda la población del país		**Los objetivos que tiene la institución que van dirigidos especialmente para la formación integral de sus estudiantes permite aprovechar la oportunidad que solo exista una institución educativa como competencia.**											
Es notable que para el gobierno actual, la educación es una de sus mayores prioridades y por ende realiza el gasto que sea necesario para poder llegar a la excelencia.			**Que los estudiantes asistan al Colegio por el hecho de tener a sus profesores como amigos, permite aprovechar que solo tenga un competidor directo.**										
La competencia directa que tiene la institución en estudio es solamente una, el Colegio General Rumiñahui					**Que el Colegio cuente con toda la infraestructura de calidad, permite aprovechar la oportunidad que tengo ya que el gobierno busca garantizar el acceso y calidad de la educación.**								
El 9% de la poblacion que son mayores de 15 años no han culminado su educacion, por lo tanto se puede incrementar el numero de estudiantes para el Colegio													
Los aspectos legales de educación se encuentran en las Metas 2021, la Constitución de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el Plan Decenal y los distintos acuerdos y reglamentos emitidos por el ME acerca del sistema educativo del país. Los cuales, todos estan alineados y buscan una educación inclusiva y de calidad para garantizar que todas las personas puedan tener acceso a la educación						**Que la mayor zona de influencia que tiene el Colegio sean las partes altas de donde se encuentra ubicado como los barrios de San Roque, San Diego, la Colmena, La Libertad, permite aprovechar que solo hay 2 instituciones fiscales nocturnas en la misma zona.**								
Sistema centralizado de educacion por lo que existe poca asignacion de recursos, se elimina la parte adminsitrativa para tener una sola en cada Distrito	**La iniciativa y creatividad del Colegio para superar los escasos recursos que se le ha asignado, permiten disminuir la influencia de que el Gobierno tenga un sistema centralizado de educaciòn y adminstraciòn donde se elimina la parte administrativa.**												
Exigencias por parte del Ministerio de Educacion que muchas veces por ser un Colegio con pocos estudiantes no se las puede cumplir													
En los ultimos años se ha visto fuciones de escuelas y colegios. Es una amenaza ya que nuestro colegio cuenta con un numero reducido de estudiantes y pocos recursos.													
Existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor irecto ya que es el doble de grande y actualmente se estan dando fusiones.													
Existe una nueva modalidad, llamada bachillerato intensivo, donde personas entre 20 y 29 años de edad con rezago escolar de 3 años, pueden acabar el bachillerato en ciencias en 21 mese													
	Existe un alto grado de creatividad en la insitucion y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee y se ve afectado aún más por tener un sistema centralizado de educación por lo que existe poca asignación de recursos, se elimina la parte administrativa para tener una sola en cada Distrito.							**El Colegio cuenta con 15 profesores para las distintas asignaturas que se imparten en la institución lo que aumenta la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.**					
	El Colegio cuenta con más de 5 aulas y varios laboratorios, zonas de recreación y baterías sanitarias, por lo que cumple con el estándar de calidad de infraestructura y se ve afectado ya que existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.							**En la estructura podemos divisar por el momento al área administrativa que contaba con una secretaria y colectora, sin embargo esto está cambiando paulatinamente ya que todo lo administrativo será manejado por el Distrito al que corresponde la institución, ya no existe autonomía administrativa, lo que aumenta la influencia de un sistema centralizado de educación por lo que existe poca asignación de recursos.**					
	Existe un alto grado de creatividad en la insitucion y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee y se ve afectado que por ser un Colegio con pocos estudiantes muchas veces no se puede cumplir con las exigencias de toda índole por parte del ME.							**El Colegio no cuenta con el Departamento de Consejería Estudiantil DECE, lo que aumenta la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios**					
	El colegio cuenta con 1 profesor por cada 21 estudiantes y se ve afectado por que existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios												

POTENCIALIDADES

- El hecho de tener una buena infraestructura y además de cumplir con los estándares de calidad del ME, permite aprovechar la oportunidad de tener como competidor directo solo una institución Educativa.

- Los objetivos que tiene la institución que van dirigidos especialmente para la formación integral de sus estudiantes permite aprovechar la oportunidad que solo exista una institución educativa como competencia.

- Que los estudiantes asistan al Colegio por el hecho de tener a sus profesores como amigos, permite aprovechar que solo tenga un competidor directo.

- Que el Colegio cuente con toda la infraestructura de calidad, permite aprovechar la oportunidad que tengo ya que el gobierno busca garantizar el acceso y calidad de la educación.

- Que la mayor zona de influencia que tiene el Colegio sean las partes altas de donde se encuentra ubicado como los barrios de San Roque, San Diego, la Colmena, La Libertad, permite aprovechar que solo hay 2 instituciones fiscales nocturnas en la misma zona.

- La iniciativa y creatividad del Colegio para superar los escasos recursos que se le ha asignado, permiten disminuir la influencia de que el Gobierno tenga un

sistema centralizado de educación y administración donde se elimina la parte administrativa.

DESAFÍOS

- El colegio solo cuenta con 15 profesores para los más de 300 estudiantes, lo que no me permite aprovechar que el gobierno tenga un ideal de gastar lo que sea necesario para que las instituciones educativas mejoren.

- El colegio no cuenta con un Departamento de Consejería Estudiantil DECE, lo que dificulta poder garantizar el acceso a la educación de todas las personas.

- La estrategia para incrementar el número de estudiantes en la institución no se la tiene y esto no permite aprovechar la oportunidad que hay al tener solo una institución educativa como competencia.

RIESGOS

- Existe un alto grado de creatividad en la institución y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee y se ve afectado aún más por tener un sistema centralizado de educación por lo que existe poca asignación de recursos, se elimina la parte administrativa para tener una sola en cada Distrito.

- El Colegio cuenta con más de 5 aulas y varios laboratorios, zonas de recreación y baterías sanitarias, por lo que cumple con el estándar de calidad de infraestructura y se ve afectado ya que existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.

- Existe un alto grado de creatividad en la institución y eso ha permitido al Colegio aprovechar los escasos recursos que se posee y se ve afectado que por ser un Colegio con pocos estudiantes muchas veces no se puede cumplir con las exigencias de toda índole por parte del ME.

- El colegio cuenta con un promedio de 1 profesor por cada 21 estudiantes y se ve afectado por que existe la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.

LIMITACIONES

- El Colegio cuenta con 15 profesores para las distintas asignaturas que se imparten en la institución lo que aumenta la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.

- En la estructura podemos divisar por el momento al área administrativa que contaba con una secretaria y colectora, sin embargo esto está cambiando

paulatinamente ya que todo lo administrativo será manejado por el Distrito al que corresponde la institución, ya no existe autonomía administrativa, lo que aumenta la influencia de un sistema centralizado de educación por lo que existe poca asignación de recursos.

- El Colegio no cuenta con el Departamento de Consejería Estudiantil DECE, lo que aumenta la posibilidad de que el Colegio sea absorbido por su competidor directo ya que es el doble de grande y en los últimos años se ha visto fusiones de escuelas y colegios.

2.2 PERSPECTIVAS INSTITUCIONALES

La Real Academia Española, define a perspectiva como el punto de vista desde el cual se considera o se analiza un asunto. Bajo esta definición podemos decir que las perspectivas institucionales nos servirán para poder definir los objetivos generales de la institución y para poder obtenerlas se realizará la matriz de Proyectos con la misión y visión que fueron planteadas anteriormente.

2.2.1 Matriz de Proyectos Institucionales

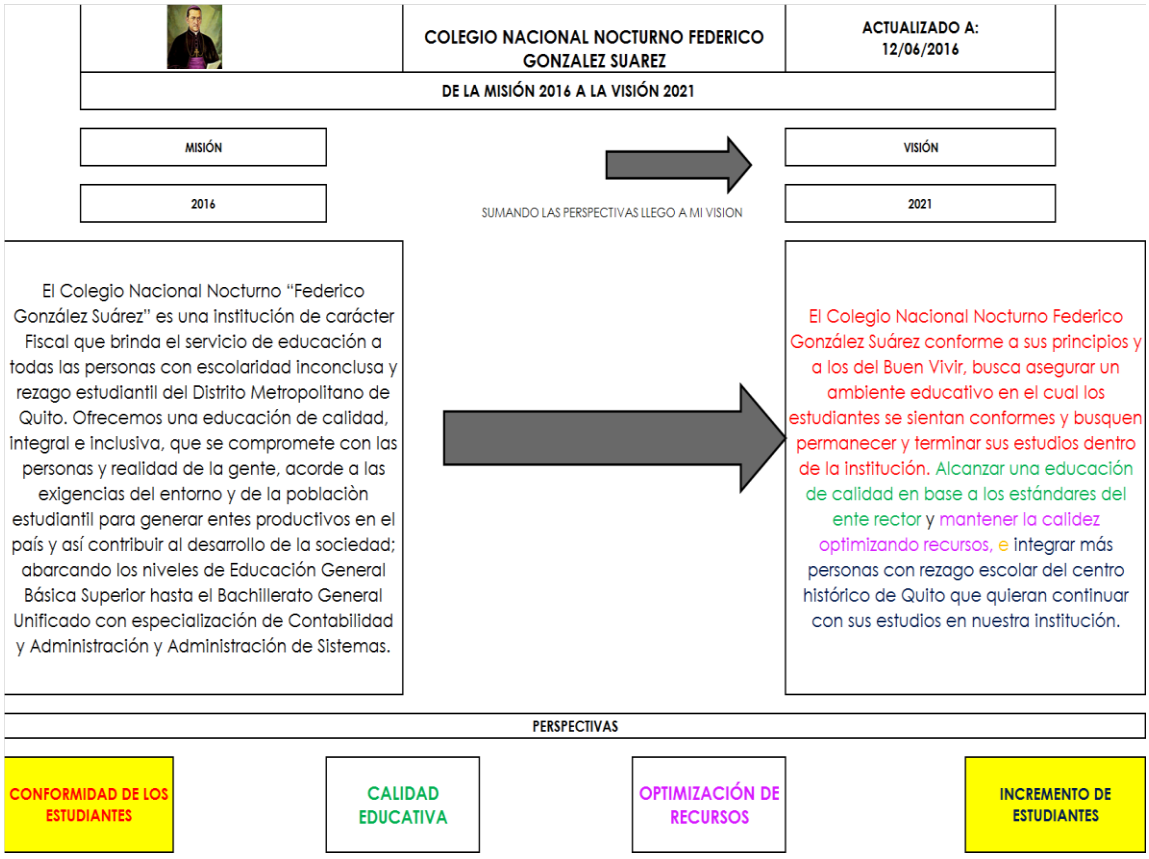
La matriz de proyectos resume la misión, visión y objetivos de la institución. Ésta se realiza partiendo de la misión y de los objetivos generales, para generar perspectivas de la institución y poder consolidar la visión.

En esta matriz se pintará de colores las partes de la visión para encontrar las perspectivas, las mismas que se diferenciarán porque son de las distintas áreas de la institución.

Es así que realizando esta matriz para el Colegio Nacional Nocturno "Federico González Suárez" se obtuvieron 4 perspectivas que son las siguientes:

- Conformidad de los estudiantes
- Calidad educativa
- Optimización de recursos
- Integración de estudiantes

Gráfico 13: Perspectivas del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez



2.3 DEFINICIÓN DEL PLAN DE MARKETING

Es importante que cualquier empresa tenga su plan de marketing para el logro de sus objetivos. Puede ser que las empresas pequeñas creen planes de marketing mucho más cortos e informales y que las grandes corporaciones requieran y elaboren un plan mucho más estructurado. Por ende primero definiremos que es un plan de marketing con sus componentes para luego elegir la mejor opción para el presente trabajo.

Un plan de marketing es un documento escrito que resume lo que el especialista en marketing ha aprendido sobre el mercado e indica de qué manera la empresa espera cumplir con sus metas. (Kotler & Keller, 2012)

(Kotler & Keller, 2012) también definen que debe contener un plan de marketing y las enunciaremos a continuación:

- Resumen ejecutivo y tabla de contenido
- Análisis de situación (FODA)
- Estrategia de marketing
- Proyecciones financieras
- Controles de la implementación.

Para (Ferrell & Hartline, 2012) un plan de marketing es un documento escrito que proporciona la guía o descripción de las actividades de marketing de la organización así como su implementación, evaluación y control. También nos define como debería estructurarse un plan de marketing y debe contener lo siguiente:

- Metas y objetivos de marketing
- Estrategia de marketing
- Implementación
- Evaluación y control

Otro concepto de plan de marketing según (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005) lo definen como un documento escrito que detalla la situación actual respecto a clientes, competidores y al ambiente externo, que además proporciona guías para alcanzar metas, acciones de marketing y asignación de recursos durante la planeación ya sea para un producto o servicio existente o propuesto. En este libro también se define cuál es la estructura del plan de marketing la cual se detalla a continuación:

- Objetivos y estrategias corporativas y de unidad de negocios.
- Análisis de oportunidades de mercado.
    - Análisis de ambiente y del competidor
    - Análisis del cliente

- Investigación de mercado
- Segmentación de mercado

- Formulación de programas estratégicos de marketing.
  - Estrategias de negocios y formulación del programa de marketing
    - Producto y decisión de servicio
    - Decisiones de política de precios
    - Decisiones de distribución
    - Decisiones de promoción

- Implementación y control.
  - Implementación de negocios y estrategias de marketing
  - Vigilancia y control de programas de marketing

De acuerdo a la estructura anterior, se procederá a determinar los objetivos y estrategias corporativas y de unidad de negocios.

2.4 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS CORPORATIVA Y DE UNIDAD DE NEGOCIOS

2.4.1 Tipos de Objetivos

Según (Chiavenato, 2011), un objetivo es una meta por alcanzar, un deseo o una expectativa que se pretende hacer realidad en un periodo determinado. Los

objetivos se construyen continuamente a lo largo del tiempo ya que si se alcanza un objetivo debe ser reemplazado por otro.

En función de este tiempo se puede llamar de distinta manera a un objetivo como por ejemplo meta, target, blanco, propósito o programa.

(Chiavenato, 2011) También nos dice que los objetivos deben cumplir ciertos requisitos que son:

- Deben ser específicos y mesurables: deben ser mesurables y estar definidos sobre bases realistas en términos cuantitativos.

- Deben cubrir todas las áreas de la organización: deben incluir las actividades que más contribuyen a la organización.

- Deben ser desafiantes pero realistas: debe presentar desafíos y oportunidades.

- Deben ser definidos en un periodo de tiempo determinado: se debe plantear de manera explícita el tiempo para alcanzarlos.

- Deben estar ligados a recompensas: deben ser perceptiblemente relevantes.

- Deben ser comunicados de manera correcta: para que los responsables lo entiendan de la mejor manera.

Los objetivos deben cumplir todos estos requisitos para que la organización y los responsables de su ejecución tengan en claro que es lo que se pretende hacer para llegar al éxito de la organización.

Los objetivos de largo plazo normalmente tienen un tiempo de 5 años como plazo y son denominados los estratégicos según (Reyes, 2007).

Por otra parte (Reyes, 2007) también nos dice que los objetivos a mediano plazo son los que tienen de tiempo 1 año hasta los 5 años y se desprenden de los objetivos estratégicos para la consecución de los mismos. Y por último los objetivos de corto plazo son aquellos que tienen como tiempo un año como máximo ya que son los que dan soporte a los objetivos de mediano y largo plazo.

A los objetivos también se los clasifica según su jerarquía y su tiempo como nos dice (Chiavenato, 2011) en los siguientes:

Objetivos estratégicos

Son objetivos de largo plazo con un tiempo de 5 a 10 años para su alcance. Son elementos críticos para el éxito de la planeación estratégica de todo el plan o proyecto. También se conocen como objetivos organizacionales o corporativos y son responsabilidad de la alta gerencia.

Objetivos tácticos

Son los objetivos a mediano plazo que suele coincidir con el ejercicio fiscal o anual de la organización y cubren cada una de las áreas en relación con sus diferentes funciones y tienen por objetivo optimizar una rea determinada de resultados y no la organización como un todo.

Objetivos operacionales

Son los objetivos específicos a corto plazo referidos a semanas o meses, que se concentran en la ejecución de las operaciones rutinarias que están en lavase de la organización e incluyen recursos, procedimientos, productos, procesos, plazos y responsables.

Una vez revisada la teoría, se va a utilizar la siguiente estructura para la determinación de los objetivos y la estrategia:

- Objetivos Generales
- Estrategias Corporativas
- Objetivos Específicos
- Metas

- Actividades

2.4.2 Objetivos Generales

Por lo tanto para la elaboración del plan de marketing, se tomará dos perspectivas del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez antes ya mencionadas que son: conformidad de los estudiantes e integración de estudiantes.

Es así que tendremos dos objetivos generales que son:

- Reducir la deserción de los estudiantes a un 16% para junio del 2021.

- Captar un 30% más de estudiantes matriculados para septiembre del 2021.

Estos dos objetivos generales están planteados ya que en la actualidad la deserción alcanza un promedio de 24,90% y 39,39% en Bachillerato de Contabilidad y Sistemas respectivamente según el cuadro a continuación.

Tabla 15: Porcentaje de deserción por cursos, especialización y en general del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez

Número de estudiantes año lectivo 2015-2016			Porcentaje deserción Contabilidad	Porcentaje deserción Sistemas
BACHILLERATO	Contabilidad	Sistemas		
Primero	43	49	32,56%	42,86%
Segundo	29	28		
Tercero	24	18	17,24%	35,71%
PROMEDIO POR ESPECIALIZACIÓN			24,90%	39,29%
PROMEDIO GENERAL			**32,09%**	

Fuente: Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez
Elaborado por: Daniela Hinojosa

En el cuadro se detalla el número de estudiantes de primero a tercero de bachillerato de las especialidades de contabilidad y sistemas. Por ejemplo en contabilidad empiezan 43 estudiantes para pasar a segundo con 29 estudiantes, es decir existe un porcentaje de deserción de 32,56%. Y de segundo a tercero de bachillerato hay un 17,24% de deserción dado que pasa de 29 a 24 estudiantes. Lo mismo podemos observar en la especialización de sistemas.

Entonces, como se dijo anteriormente, en promedio existe una deserción en contabilidad de 24,90% y de 39,39% en sistemas, siendo éste el más alto. Lo que da un promedio en total de deserción en el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez de 32,09%.

De igual manera se ha elaborado el promedio general de deserción en el bachillerato en los anteriores años que dio como resultado el siguiente cuadro.

Tabla 16: Porcentaje de Deserción del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez

AÑO LECTIVO	PORCENTAJE DE DESERCIÓN
2012-2013	43,05%
2013-2014	53,73%
2014-2015	36,86%
2015-2016	32,09%

Fuente: Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez
Elaborado por: Daniela Hinojosa

Como se puede observar, la deserción ha ido disminuyendo en los últimos años, sin embargo en el año lectivo 2013-2014 es el porcentaje más alto con las de 50%, es decir más de la mitad de estudiantes se fueron de la institución sin acabar sus estudios. Pero para el año 2014-2015 la deserción disminuyó en 16,87% lo cual es bastante bueno. Y el siguiente año es decir el actual año lectivo bajo en un 4,76%.

Por ello creemos que el objetivo de bajar en promedio de 4% de deserción cada año lectivo hasta llegar a un 20% en el 2021, es factible.

Por lo tanto es importante lograr este objetivo para que los estudiantes puedan terminar su educación de bachilleres y puedan alcanzar mejores oportunidades en la vida personal y profesional. Esto ayudará también para que el Colegio siga creciendo y por lo tanto sea acreedor de más asignación de recursos y se elimine la posibilidad de la fusión con Colegios que son más grandes en cantidad de estudiantes y profesores.

Por otra parte el otro objetivo va dirigido hacia la perspectiva de Integración de estudiantes. Como se ha explicado anteriormente, en la actualidad el ME para optimizar recursos, está realizando fusiones de Colegios, es decir los Colegios más pequeños pueden ser integrados a otros más grandes y así los Colegios pequeños se eliminan. Este objetivo es supremamente importante ya que en la actualidad, es decir en el año lectivo 2015-2016 se cuenta con un total de 323 estudiantes, lo que quiere decir que para septiembre del 2021 se tendrá 420 estudiantes matriculados. Es decir el objetivo en términos cuantitativos es obtener alrededor de 100 estudiantes más para el Colegio matriculados y también poder eliminar la deserción que existe para así poder creer internamente gracias a la mayor asignación de recursos por parte del Estado.

Es entones que, para alcanzar estos objetivos generales, se seguirá con la estructura anteriormente planteada, es decir la estrategia corporativa.

2.4.3 Definición de Estrategia

La estrategia de una compañía es el plan de acción que se requiere para poder competir y ser mejores.

Según (Thompson, 2012) la estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio.

Es entonces que es tan importante que una empresa o institución siempre tenga y opere de manera eficiente conjuntamente con la estrategia planteada. La estrategia que se plantea debe tener como base el actuar diferente ante los competidores es decir hacerlo bien o hacer lo que ellos no hacen para poder generar una ventaja competitiva.

2.4.4 Tipos de Estrategia

Según (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005) una estrategia es un patrón fundamental de objetivos, despliegues de recursos e interacciones, presentes y planeados de una organización con los mercados, competidores y otros factores del ambiente. Y la estrategia tiene 5 componentes que son alcance, metas y objetivos, despliegue de recursos, identificación de una ventaja competitiva sostenible y sinergia.

Entonces estas 5 dimensiones son parte de todas las estrategias y para saber que estrategias poseemos, debemos dividirlas en 3 que son:

- **Estrategia corporativa**

  En este nivel la estrategia es el reflejo de la misión de la compañía y señala la dirección para tomar decisiones acerca de que negocios debe perseguir, como dese asignar recursos y las políticas de crecimiento. (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005).

- **Estrategia de negocios**

  Expone la forma en el que el negocio trata de competir en su industria. La forma en que una unidad de negocios compite dentro de su ramo es el foco de atención crucial de la estrategia en el ámbito de negocios. (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005).

- **Estrategia funcional (Marketing)**

  Esta estrategia es la que añade mecanismos a la estrategia corporativa-, decisiones interrelacionadas acerca de segmentos de mercado, línea de productos, publicidad, comunicación, precios, proveedores, pedidos, reflejan esta estrategia. (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005)

Al hablar del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, se puede hablar de que se puede fusionar los niveles para tener una sola estrategia corporativa, la cual será ejecutada por los altos directivos y el personal docente.

Es entonces que para poder definir qué tipo de estrategias existen y pueden ser escogidas para la institución, nos basaremos en las estrategias genéricas de Porter.

La noción que fundamenta el concepto de estrategias genéricas es que la ventaja competitiva está en el centro de cualquier estrategia y el logro de las ventajas competitivas requiere que la empresa haga una elección. (Porter, 1991).

- Liderazgo en Costos: esta estrategia tiene que ver con que la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial y aun puede operar en sectores industriales relacionados. un líder en costo debe lograr la proximidad en las bases de diferenciación en relación a sus competidores para ser un ejecutor sobre el promedio. (Porter, 1991).

- Diferenciación: una empresa busca ser única en su sector industrial junto con algunas dimensiones que son ampliamente valoradas por los compradores. Selecciona uno o más atributos que muchos compradores en el sector perciben como importantes y se pone en exclusiva a satisfacer esas necesidades siendo recompensada su exclusividad con un mayor precio (Porter, 1991).

- Enfoque: la estrategia de enfoque tiene 2 variantes que son enfoque de costo y enfoque de diferenciación. El enfoque de costo es cuando una empresa busca una ventaja de costo en su segmento blanco mientras que el enfoque de diferenciación es cuando una empresa busca la diferenciación en su segmento blanco (Porter, 1991)

En base a las estrategias genéricas de Porter, elaboraremos el presente plan de marketing ya que pensamos que la estrategia de Diferenciación es la más oportuna para el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez puesto que creemos que tenemos algunos elementos importantes que nos diferencia y que nuestros compradores lo perciben como importante.

2.4.5 Definición de la Estrategia Corporativa y de unidades de negocio.

Al escoger la estrategia de Diferenciación, se investigó más acerca de la misma para poder realizar de la mejor manera las estrategias de marketing.

Según (Kotler & Keller, 2012) la forma más evidente de diferenciación y en general la más conveniente para los consumidores es la que se basa en las características del producto o servicio y entre las dimensiones que se pueden utilizar para la diferenciación encontramos las siguientes:

- **Diferenciación por medio de los empleados**

  Las empresas pueden tener empleados mejores capacitados, que presenten un servicio superior al cliente. (Kotler & Keller, 2012)

- **Diferenciación por medio del canal**

  Las empresas pueden diseñar de manera más efectiva y eficiente la cobertura, experiencia y desempeño de sus canales de distribución para que la compra del producto sea más fácil, agradable y gratificante. (Kotler & Keller, 2012)

- **Diferenciación por medio de la imagen**

  Las empresas pueden crear imágenes poderosas y convincentes, que se ajusten a las necesidades sociales y psicológicas de los consumidores. (Kotler & Keller, 2012)

- **Diferenciación por medio de los servicios**

  Las empresas de servicios pueden diferenciarse mediante el diseño de un sistema de gestión más eficiente y rápida, que proporciones soluciones más efectivas a los consumidores y para esto existen 3 niveles de diferenciación que son:

  - Confiabilidad
  - Elasticidad
  - Innovación

Entonces para la estrategia de negocios o de marketing se tomará en cuenta la estrategia de diferenciación de servicios y la diferenciación por medio de los empleados ya que contienen lo que creemos que el Colegio posee y puede hacer uso.

El Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se diferencia de su principal y único competidor por el clima de la institución y su creatividad. Es decir los estudiantes y profesores tienen una relación que va mucho más allá de

la enseñanza, los profesores además de ser guías son sus amigos, por lo tanto los estudiantes tienen un sentido de pertenencia al Colegio ya que en él encuentran un lugar donde pueden ser comprendidos.

Muchas veces al ser personas mayores de 15 años, son casados, tienen hijos u otras obligaciones, el Colegio y las autoridades al observar esta situación han sabido combinar los estudios y las enseñanzas en las horas de clase mientras sus estudiantes están con sus hijos o se encuentran en la guardería que lograron crear por autogestión. Éste es uno de los muchos ejemplos que podemos decir acerca de cómo se ha adaptado el Colegio a las necesidades de sus estudiantes sin olvidar el marco legal y las exigencias del Ministerio de Educación, por lo cual vemos una gran ventaja gracias a estas acciones.

Por otra parte la creatividad de los directivos, cuerpo docente y estudiantes ha sido ilimitada, ya que gracias a todas las ideas que han tenido el Colegio ha podido realizar varias actividades con el fin de recaudar fondos o realizar autogestión, todo esto dentro del marco legal para poder suplir las necesidades de infraestructura y recursos que se tiene permanentemente en el Colegio.

Otro punto fuerte para tomar estrategias de diferenciación es que la mayoría de estudiantes, asisten al Colegio gracias a la cercanía que tiene éste con los barrios de la Libertad, la Colmena en donde tenemos a nuestro nicho de mercado y donde existen todavía adolescentes y personas adultas que no han culminado su educación de bachillerato y el Colegio les puede brindar este servicio al mejor horario y a las pronta cercanía de sus hogares.

A continuación se determinará los objetivos específicos, metas y actividades para la estrategia de diferenciación de servicios que se plantea como opción para el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez.

2.4.6 Determinación de Objetivos Específicos, Metas y Actividades

Los objetivos específicos se derivan de los objetivos generales y estos nos indican un tiempo máximo de 1 año. Es decir si se cumple con los objetivos específicos nos estamos acercando más a los objetivos generales que tienen tiempo de 5años. En este caso tenemos dos objetivos generales y a partir de ellos se desarrolló los siguientes objetivos específicos.

- Bajar en un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.

- Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.

Es así, que para estos dos objetivos específicos se han desarrollado las siguientes metas y actividades que se encuentran en las siguientes matrices:

Tabla 17 Plan Operativo 2016-2017

	COLEGIO NACIONAL NOCTURNO FEDERICO GONZALEZ SUAREZ					ACTUALIZADO AL: 07/07/2016			
PLAN OPERATIVO PARA EL AÑO 2016 - 2017									
						AÑO2017			
PERSPECTIVA	OBJETIVOS SEPTIMBRE 2016 - AGOSTO 2017	CONTROL	MIX	METAS	Responsable de la maniobra	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
CONFORMIDAD DE LOS ESTUDIANTES	• Bajar un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.		PRODUCTO	Alcanzar el nivel elemental (promedio 700 puntos) en las evaluaciones de ser bachiller del INEVAL (Instituto Nacional de Evaluaciòn Educativa)	Cuerpo docente-estudianttes				x
			PLAZA	En el caso del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se posee un canal de distribución directo, es decir no existen actores o intermediarios					
			PRECIO	En el caso del Colegio Nacional Nocturna Federico González Suárez, no se puede tomar decisión acerca del precio ya que es un colegio fiscal y por ende es gratuito según lo dice el Art 54 de (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011), donde se establece que la educación impartida por las instituciones fiscales o municipales es gratuita y por lo tanto no tiene costo para los beneficiarios.					
			PROMOCIÒN	Comunicar el 100% de las acciones o actividades realizadas para disminuir la deserción a la comunidad educativa.	Autoridades-Cuerpo docente	x	x	x	x
			SERVICIO	Alcanzar un 95% de satisfacción en los estudiantes acerca de la relación y las actividades realizadas por los profesores.	Autoridades-Cuerpo docente				x
INCREMENTO DE ESTUDIANTES	• Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.		PRODUCTO	Cumplir en un 100% los estándares de gestión educativa dados por el Ministerio de Educación	Autoridades-Cuerpo docente			x	
			PLAZA	En el caso del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se posee un canal de distribución directo, es decir no existen actores o intermediarios					
			PRECIO	En el caso del Colegio Nacional Nocturna Federico González Suárez, no se puede tomar decisión acerca del precio ya que es un colegio fiscal y por ende es gratuito según lo dice el Art 54 de (Ley Organica de Educación Intercultural, 2011), donde se establece que la educación impartida por las instituciones fiscales o municipales es gratuita y por lo tanto no tiene costo para los beneficiarios.					
			PROMOCIÓN	Lograr que el 90% de la población de los barrios de La Libertad y San Roque conozcan acerca del Colegio	Autoridades-Cuerpo docente			x	
			SERVICIO	Lograr que el 90% de las personas atendidas o interesadas en el Colegio, ingresen al mismo.	Autoridades-Cuerpo docente-estudiantes				x

Tabla 18 Objetivos, Metas y Actividades 2016-2017

OBJETIVO 1	Bajar un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.					
META 1.1	Alcanzar el nivel elemental (promedio 700 puntos) en las evaluaciones de ser bachiller del INEVAL (Instituto Nacional de Evaluaciòn Educativa)					
INDICADOR:	Promedio total de estudiantes en prueba Ser Bachiller/ 700					
ACTIVIDADES	**DURACIÓN (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Determinar los resultados dados por el INEVAL de la última prueba Ser Bachiller	2	15/07/2016	17/07/2016	Rectora	Computadora Internet	0,00
Analizar los resultados conforme los puntajes dados en cada una de las asignaturas	7	18/07/2016	25/07/2016	Computadora Internet	Computadora Internet	0,00
Sociabilizar con profesores y autoridades acerca del análisis realizado.	2	25/07/2016	27/07/2016	Autoridades	Computadora	0,00
Tomar acciones, reforzar las asignaturas que tengan mayor problema	250	05/09/2016	13/05/2017	Autoridades-Cuerpo Docente	Libros, Guías del ME	0,00
Tener un control constante, tomando evaluaciones trimestrales internas a los señores/as estudiantes.	212	05/11/2016	05/06/2017	Autoridades-Cuerpo Docente	Pruebas, Computadora	0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**0,00**
META 1.2	Comunicar el 100% de las acciones o actividades realizadas para disminuir la deserción a la comunidad educativa.					
INDICADOR:	Actividades Comunicadas/ Actividades planificadas y realizadas					
ACTIVIDADES	**DURACION (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Llamar a 6 representantes de cada curso y comunicar lo que se quiere realizar	1	12/09/2016	13/09/2016	Rectora		0,00
Tener contacto con alumnos que salieron del Colegio sin terminar sus estudios e invitarlos a la actividad a realizar	5	12/09/2016	16/09/2016	Rectora	Teléfono	0,00
Realizar una reunión con los 2 grupos anteriores, principales profesores y autoridades	1	21/09/2016	21/09/2016	Autoridades, Profesores	Area para la renión	0,00
En la reunión, hablar y determinar cuáles son las razones por las que abandonan el Colegio	1	21/09/2016	21/09/2016	Autoridades, Profesores	Area para la renión	0,00
Determinar acciones y temas a tratar con los estudiantes	1	23/09/2016	23/09/2016	Autoridades, Profesores	Area para la renión	0,00
Realizar charlas con los estudiantes acerca de la importancia de terminar sus estudios , con testimonios	2	10/10/2016	12/10/2016	Autoridades, Profesores	Computadora, Internet, Infocus	0,00
Involucrar a la familia de los estudiantes en las actividades del Colegio	40	01/11/2016	31/12/2016	Autoridades, Profesores	Area para las actividades	0,00
Tener una reunión con retroalimentación para determinar si lo realizado a cambiado la mentalidad de los estudiantes y familias	1	09/01/2017	09/01/2017	Autoridades, Profesores	Area para la renión	0,00
Seguir comunicando e involucrando a la comunidad educativa, las actividades tomadas por la institución para eliminar la deserción	365	05/09/2016	05/09/2017	Autoridades, Profesores	Area para la renión	0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**0,00**
META 1.3	Alcanzar un 95% de satisfacción en los estudiantes acerca de la relación con sus profesores y las actividades realizadas por la institución					
INDICADOR:	Promedio de encuesta "Satisfacción estudiantes" / 100					
ACTIVIDADES	**DURACION (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Establecer las preguntas para la encuesta acorde al tema	2	26/09/2016	28/09/2016	Autoridades	Computadora	0,00
Comunicar tanto a profesores como estudiantes acerca de la encuesta	1	29/09/2016	29/09/2016	Autoridades-Profesores		0,00
Imprimir la encuesta	1	30/09/2016	30/09/2016	Autoridades	Impresora, Hojas	0,00
Realizar la encuesta a todos los estudiantes	3	03/10/2016	06/10/2016	Autoridades-Profesores		0,00
Obtener los resultados y tabularlos	5	07/10/2016	13/10/2016	Autoridades	Computadora	0,00
Tener una reunión con autoridades y profesores para fortalecer los puntos fuertes y mejorar los débiles	1	14/10/2016	14/10/2016	Autoridades-Profesores	ea para la reuni	0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**0,00**

Tabla 19 Objetivos, Metas y Actividades 2016

OBJETIVO 2	Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.					
META 2.1	Cumplir en un 100% los estándares de gestión educativa dados por el Minisiterio de Educación					
INDICADOR:	Estandáres realizados por el Colegio/ Estándares del Ministerio de Educación					
ACTIVIDADES	**DURACIÓN (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Actualizar el PEI del Colegio y el Código de convivencia, comunicándolo a toda la comunidad educativa	30	05/09/2016	05/10/2016	Autoridades-Gobierno Escolar	PEI, Computadora, área para reuniones	0,00
Desarrollar una metodología de autoevaluación institucional	3	06/10/2016	09/10/2016	Autoridades	Computadora, área para reuniones	0,00
Aplicar efectivamente la normativa nacional, el Plan de Reducción de riesgos y el currículo nacional vigente para cumplir con los estándares de aprendizaje	365	05/09/2016	05/09/2017	Autoridades-Cuerpo Docente		0,00
Desarrollar un plan de tutorías que garantice el refuerzo académico y que ofrezca una retroalimentación pertinente, detallada y precisa para mejorar el rendimiento en el aprendizaje	20	09/10/2016	29/10/2016	Autoridades-Cuerpo Docente	Computadora, área para reuniones	0,00
Promover y supervisar el uso óptimo de recursos didácticos con el seguimiento permanente para su almacenamiento, control y registros de utilización	365	05/09/2016	05/09/2017	Autoridades-Cuerpo Docente		0,00
Implementar estrategias que ofrezcan seguridad y resguarden la integridad de todos los miembros de la comunidad educativa dentro de la institución	365	05/09/2016	05/09/2017	Autoridades		0,00
Desarrollar planes de mejora, con la participación de las autoridades y el comité de autoevaluación, a partir de los resultados de la evaluación institucional.	90	09/10/2016	07/01/2017	Autoridades	Computadora, área para reuniones	0,00
Internamente también se realizaran mingas con los estudiantes para mejorar el aseo, así mismo pintar algunas paredes externas con dibujos artísticos de los estudiantes y con la colaboración de los profesores para la pintura de las mismas.	15	05/09/2016	20/09/2016	Autoridades-Cuerpo Docente-Estudiantes	Útiles de Aseo, Pintura, Brochas, Dibujos para Grafitis	200,00
						0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**200,00**
META .. .2	Lograr que el 90% de la poblacion de los barrios de La Libertad y San Roque conozcan acerca del Colegio					
INDICADOR:	Población que conoce acerca de la institución / Total de población de los barrios					
ACTIVIDADES	**DURACION (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Determinar la población total de los barrios de La Libertad y San Roque	1	15/08/2016	15/08/2016	Rectora	Internet	0,00
Realizar el doble de volantes del número de la población, con información acerca del Colegio	3	16/08/2016	19/08/2016	Autoridades	Hojas, Impresora	0,00
Hacer campañas con los profesores y estudiantes en los barrios, dando información acerca del Colegio	60	22/08/2016	21/10/2016	Autoridades-Cuerpo Docente-Estudiantes	Volantes	0,00
Involucrar a la comunidad a los eventos realizados por el Colegio	200	05/09/2016	30/06/2017	Autoridades-Cuerpo Docente-Estudiantes	Area para las actividades	0,00
Hacer una página en Facebook del Colegio	3	22/08/2016	25/08/2016	Rectora	Internet	0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**0,00**
META 2.3	Lograr que el 90% de las personas atendidas o interesadas en el Colegio, ingresen al mismo.					
INDICADOR:	N°| de personas nuevas matriculadas en el Colegio/ (N°de personas que solicitaron información + N° de personas que ingresaron y no solicitaron información)					
ACTIVIDADES	**DURACION (DÍAS)**	**FECHA DE INICIO**	**FECHA DE TÉRMINO**	**RESPONSABLE**	**RECURSOS VARIOS**	**RECURSOS FINANCIEROS**
Determinar la población con escolaridad inconclusa, con más de 3 años de rezago escolar y que sean mayores de 15 años de los barrios aledaños a la institución	2	15/08/2016	17/08/2016	Rectora	Encuestas,Internet, Computadora	0,00
Realizar las campañas en los barrios con la estrategia de promoción	60	22/08/2016	21/10/2016	Autoridades-Cuerpo Docente-Estudiantes	Volantes	0,00
Informar a toda la comunidad educativa acerca del Colegio y sus actividades.	365	01/08/2016	01/08/2017	Autoridades-Cuerpo Docente-Estudiantes	Computadora, Espacio para reuniones	0,00
Capacitar a todos los profesores y autoridades en atención al cliente	365	01/08/2016	01/08/2017	Autoridades	Computadora, Espacio para reuniones	0,00
Determinar horarios y responsables de atención a la comunidad.	2	01/08/2016	03/08/2016	Autoridades	Computadora, Espacio para reuniones	0,00
Invitar a las personas antes mencionadas a reuniones y actividades del Colegio para que generen interés en la educación y en el Colegio	200	05/09/2016	30/06/2017	Autoridades-Cuerpo Docente		0,00
TOTAL DEL RECURSO ECONOMICO PARA ALCANZAR ESTA META						**0,00**

3 FORMULACIÓN DE PROGRAMAS ESTRATÉGICOS DE MARKETING, PRESUPUESTO Y METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.

Una vez ya determinado los objetivos y la estrategia del plan de marketing, pasaremos a la sección de formulación de programas estratégicos de marketing que consiste en las estrategias de producto, plaza, precio y promoción para luego determinar el presupuesto necesario para el plan y finalmente la metodología para el seguimiento y el control del mismo.

3.1 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS Y FORMULACIÓN DEL PROGRAMA DE MARKETING.

El programa de marketing estratégico para un producto debe reflejar la demanda de mercado y la situación competitiva dentro del mercado objetivo, pero la demanda y las condiciones van cambiando conforme cambia el producto o servicio a través de su ciclo de vida (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005). Es por ello que es importante que se establezcan diferentes estrategias.

En esta sección se propone estrategias para el Mix de Marketing de las “4Ps” (producto, precio, plaza, promoción y servicio).

Según (García, 2008) el producto evoluciona ya que los consumidores compran beneficios, valor o soluciones para satisfacer sus necesidades; el precio evoluciona por que el cliente evalúa el costo total de obtener el producto y que éste satisfaga sus necesidades y requerimientos; la plaza evoluciona por que los compradores desean adquirir el producto, con un máximo de comodidad y de conveniencia y la promoción evoluciona por que los clientes quieren una comunicación bidireccional, en la cual existe una relación entre marca y cliente.

3.1.1 Producto y decisión de servicio

Según (Ferrell & Hartline, 2012) los productos se encuentran en un rango continuo que va desde los productos tangibles dominantes hasta los servicios intangibles dominantes.0020 las empresas ubicadas más cerca del extremo intangible enfrentan desafíos únicos para desarrollar una estrategia de marketing y estos desafíos son el resultado directo de las características únicas de los servicios.

La educación evidentemente se encuentra en los productos intangibles dominantes por lo tanto se ha creado estrategias que aprovechen las características únicas que tiene el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez. Esta estrategia de producto y la de servicio se encuentran en la matriz de objetivos y detalla lo siguiente:

Producto

Objetivo: Bajar un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.

Meta: Alcanzar el nivel elemental (promedio 700 puntos) en las evaluaciones de ser bachiller del INEVAL (Instituto Nacional de Evaluación Educativa)

Actividades:

- Determinar los resultados dados por el INEVAL de la última prueba Ser Bachiller.
- Analizar los resultados conforme los puntajes dados en cada una de las asignaturas.
- Sociabilizar con profesores y autoridades acerca del análisis realizado.
- Tomar acciones, reforzar las asignaturas que tengan mayor problema.
- Tener un control constante, tomando evaluaciones trimestrales internas a los señores/as estudiantes.

Objetivo: Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.

Meta: Cumplir en un 100% los estándares de gestión educativa dados por el Ministerio de Educación.

Actividades:

- Actualizar el PEI del Colegio y el Código de convivencia, comunicándolo a toda la comunidad educativa.

- Desarrollar una metodología de autoevaluación institucional.

- Aplicar efectivamente la normativa nacional, el Plan de Reducción de riesgos y el currículo nacional vigente para cumplir con los estándares de aprendizaje.

- Desarrollar un plan de tutorías que garantice el refuerzo académico y que ofrezca una retroalimentación pertinente, detallada y precisa para mejorar el rendimiento en el aprendizaje.

- Promover y supervisar el uso óptimo de recursos didácticos con el seguimiento permanente para su almacenamiento, control y registros de utilización.

- Implementar estrategias que ofrezcan seguridad y resguarden la integridad de todos los miembros de la comunidad educativa dentro de la institución.

- Desarrollar planes de mejora, con la participación de las autoridades y el comité de autoevaluación, a partir de los resultados de la evaluación institucional.

- Internamente también se realizaran mingas con los estudiantes para mejorar el aseo, así mismo pintar algunas paredes externas con dibujos artísticos de los estudiantes y con la colaboración de los profesores para la pintura de las mismas.

La mayoría de estas actividades no implican ningún recurso financiero, a excepción de la última actividad descrita, todas estas actividades han sido distribuidas en una duración en días conforme lo podemos ver en el plan operativo que se encuentra en la Tabla 18 y 19 del presente trabajo

Servicio

Objetivo: Bajar un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.

Meta: Alcanzar un 95% de satisfacción en los estudiantes acerca de la relación y las actividades realizadas por los profesores.

Actividades:

- Establecer las preguntas para la encuesta acorde al tema.

- Comunicar tanto a profesores como estudiantes acerca de la encuesta.

- Imprimir la encuesta.

- Realizar la encuesta a todos los estudiantes.

- Obtener los resultados y tabularlos.

- Tener una reunión con autoridades y profesores para fortalecer los puntos fuertes y mejorar los débiles.

Objetivo: Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.

Meta: Lograr que el 90% de las personas atendidas o interesadas en el Colegio, ingresen al mismo.

Actividades:

- Determinar la población con escolaridad inconclusa, con más de 3 años de rezago escolar y que sean mayores de 15 años de los barrios aledaños a la institución.

- Realizar las campañas en los barrios con la estrategia de promoción.

- Informar a toda la comunidad educativa acerca del Colegio y sus actividades.

- Capacitar a todos los profesores y autoridades en atención al cliente.

- Determinar horarios y responsables de atención a la comunidad.

- Invitar a las personas antes mencionadas a reuniones y actividades del Colegio para que generen interés en la educación y en el Colegio.

Todas estas actividades no involucran ningún recurso financiero y al igual que en producto, podemos visualizar en el plan operativo que se encuentra en la Tabla 18 y 19 del presente trabajo

3.1.2 Decisiones de política de precios

Sin duda alguna, el precio es uno de los temas más importantes para una empresa. Según (Ferrell & Hartline, 2012) cuando se trata de comprar servicios, los clientes enfrentan dificultades para determinar la calidad antes de la compra. La mayoría de los servicios sufre por desafíos asociados con determinar los costos, porque deben considerarse los gastos intangibles.

En el caso del Colegio Nacional Nocturna Federico González Suárez, no se puede tomar decisión acerca del precio ya que es un colegio fiscal y por ende es gratuito según lo dice el Art 54 de (Ley Organica de Educación Intercultural,

2011), donde se establece que la educación impartida por las instituciones fiscales o municipales es gratuita y por lo tanto no tiene costo para los beneficiarios.

3.1.3 Decisiones de distribución

La administración de la distribución y de la cadena de suministro son importantes por mucha razones, sin embargo estas razones se reducen a proporcionar utilidad de tiempo, lugar y posición al consumidor y comprador. Sin una buena distribución los compradores no serían capaces de adquirir bienes y servicios cuando y donde los necesitan**.** (Ferrell & Hartline, 2012)

El autor también nos dice que el gasto de distribución requiere que las empresas equilibren las necesidades de los clientes con su propia necesidad de minimizar los costos totales.

En el caso del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez contamos con un canal de distribución directo, ya que no existen actores o intermediarios en el mismo.

3.1.4 Decisiones de promoción

Las actividades de promoción son necesarias para comunicar las características y beneficios de un producto o servicio a todo el mercado.

Las CIM (Comunicaciones Integradas de Marketing) se refieren al uso estratégico coordinado de la promoción para crear un mensaje consistente a través de múltiples canales con el fin de generar un impacto en los clientes actuales y futuros. El CIM está compuesto por cuatros elementos fundamentales que son publicidad, relaciones públicas, venta personal y promoción de ventas. (Ferrell & Hartline, 2012)

Según (Ferrell & Hartline, 2012) la promoción basada solo en la creatividad sin estar vinculada con el resto de la estrategia de marketing puede desperdiciar los limitados y valiosos recursos de marketing. El modelo clásico para describir las metas promocionales y alcanzar este resultado final se denomina AIDA que contienen los siguientes pasos: atención, interés, deseo y acción.

La publicidad es un componente clave de la promoción. Consiste en una comunicación pagada no personal que se transmite a raves de medios como la televisión, radio, revistas, periódicos, correo, exhibiciones, internet y dispositivos móviles. La publicidad es flexible y puede usarse para alcanzar un público meta extremadamente grande o un segmento pequeño definido con precisión. (Ferrell & Hartline, 2012)

Las relaciones publicas según (Ferrell & Hartline, 2012)son un componente de las actividades de los asuntos corporativos de una empresa y su fin consiste en rastrear las actitudes públicas, identificar temas que puedan generar interés público y desarrollar programas para instaurar y mantener relaciones positivas entre la empresa y sus grupos de interés.

La venta personal es una comunicación pagada que intenta informar a los clientes acera de los productos y persuadirlos de comprarlos. La venta personal es la forma más precisa de comunicación porque asegura a las empresas estar en contacto directo con un prospecto excelente. Y por último (Ferrell & Hartline, 2012) también nos dice que la promoción de ventas representan el grueso del gasto promocional, la promoción incluye actividades que crean incentivos al comprador para adquirir un producto o que agregan valor para el comprador o el comercio y se puede enfocar hacia los clientes, los intermediarios o la fuerza de ventas .

Para el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se han elegido metas y actividades para desarrollar en el tema de promoción las cuales están en el cuadro de objetivos que se detallan a continuación:

Objetivo: Bajar un 3% la deserción para junio del 2017 en los cursos de primero a tercero de bachillerato de las especializaciones de Contabilidad y Sistemas.

Meta: Comunicar el 100% de las acciones o actividades realizadas para disminuir la deserción a la comunidad educativa.

Actividades:

- Llamar a 6 representantes de cada curso y comunicar lo que se quiere realizar.

- Tener contacto con alumnos que salieron del Colegio sin terminar sus estudios e invitarlos a la actividad a realizar.

- Realizar una reunión con los 2 grupos anteriores, principales profesores y autoridades.

- En la reunión, hablar y determinar cuáles son las razones por las que abandonan el Colegio.

- Determinar acciones y temas a tratar con los estudiantes.

- Realizar charlas con los estudiantes acerca de la importancia de terminar sus estudios, con testimonios.

- Involucrar a la familia de los estudiantes en las actividades del Colegio.

- Tener una reunión con retroalimentación para determinar si lo realizado ha cambiado la mentalidad de los estudiantes y familias.

- Seguir comunicando e involucrando a la comunidad educativa, las actividades tomadas por la institución para eliminar la deserción.

Objetivo: Lograr que el número de estudiantes matriculados para el año lectivo 2017-2018 sea de 355 estudiantes.

Meta: Lograr que el 90% de la población de los barrios de La Libertad y San Roque conozcan acerca del Colegio.

Actividades:

- Determinar la población con escolaridad inconclusa, con más de 3 años de rezago escolar y que sean mayores de 15 años de los barrios aledaños a la institución.

- Realizar las campañas en los barrios con la estrategia de promoción.

- Informar a toda la comunidad educativa acerca del Colegio y sus actividades.

- Capacitar a todos los profesores y autoridades en atención al cliente.

- Determinar horarios y responsables de atención a la comunidad.

- Invitar a las personas antes mencionadas a reuniones y actividades del Colegio para que generen interés en la educación y en el Colegio.

Todas estas metas y actividades de promoción se han realizado en base a la estrategia de diferenciación por lo tanto no tienen ningún costo financiero y se

han determinado días para su realización, como lo podemos en el plan operativo que se encuentra en la Tabla 18 y 19 del presente trabajo.

3.2 PRESUPUESTO

El presupuesto es la cantidad de dinero que se espera utilizar para la realización de las actividades del área, es decir la asignación de recursos a actividades definidas (Rodríguez, 2013).

Este autor también clasifica al presupuesto en cinco enfoques que son:

- Presupuesto por porcentaje de ventas.- es representativo en una situación de mercado determinada, pero no es recomendable cuando existen situaciones generadas por variables impredecibles. En este método es necesario conocer el ejercicio anterior de ventas.

- Presupuesto por paridad comparativa.- la empresa establece su presupuesto de marketing de acuerdo a las actividades que desarrolla la competencia.

- Presupuesto con base cero.- consiste en cada uno de los responsables de la planeación establece los recursos necesarios para las actividades, sin considerar los ejercicios de años anteriores.

- Presupuesto por asignación.- consiste en la asignación de una cantidad máxima a cada una de sus áreas para gastos autorizados.

- Presupuesto por incremento.-al presupuesto del año anterior se le incrementa una cantidad que resulta de sumar índices de inflación o factores macroeconómicos.

En el caso del Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, el prepuesto que se ha determinado es mínimo y es de $200 ya que por ser un Colegio Fiscal, todos los temas de presupuesto se lo maneja en el Ministerio de Educación a través de su distrito.

Este presupuesto determinado, es para comprar la pintura para pintar algunas paredes del Colegio, y como se lo ha hecho en años anteriores, se hará una cuota por única vez y de manera voluntaria con los 23 profesores del Colegio para recolectar dicho presupuesto.

3.3 METODOLOGÍA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO

Un factor crítico, como un final determinante del éxito de la estrategia, es la capacidad de la empresa para llevar efectivamente este plan y depende de que, si la estrategia, es congruente con los recursos, estructura, la coordinación y los sistemas de control. (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005).

Muchas veces la realidad de lo que se hace difiere en gran manera de lo que se planeó, lo mismo sucede con la estrategia que se implementara en una empresa o institución y por ende es importante que se deba tener un seguimiento y un sistema de control de la ejecución de la estrategia.

Según (Ferrell & Hartline, 2012)para reducir la diferencia entre lo que en realidad sucedió y lo que la empresa esperaba, las actividades de marketing deben ser evaluadas y controladas continuamente. Aunque la mejor forma seria la anticipación, ningún gerente puede advertir con éxito todas las señales de fracaso de la estrategia.

3.3.1 Controles de marketing formales

Constan de actividades, mecanismos o procesos diseñados por la empresa para asegurar la implementación de la estrategia de marketing. Los elementos de control formal (controles de insumos, de procesos y de resultados) influyen en el comportamiento de los empleados antes y durante la implementación; y se utilizan para evaluar os desempeños al término del proceso. (Ferrell & Hartline, 2012).

Según este autor, los controles de insumos comprenden las acciones que se emprenden antes de la implementación de la estrategia de marketing. Estas actividades de control de insumo incluyen decisiones de asignación de recursos, desembolsos de capital, gastos de investigación y desarrollo. La premisa de este control es que la estrategia no puede implementarse correctamente a menos que las herramientas y recursos están en su lugar para tener éxito.

Por otro lado los controles del proceso incluyen actividades realizadas durante la implantación y son diseñadas para influir en el comportamiento de los empleados a efecto de respaldar la estrategia y sus objetivos. Y por último los controles de resultados aseguran que los resultados de marketing estén en línea con los

resultados anticipados e implica establecer estándares de desempeño con los cuales comparar el desempeño real. (Ferrell & Hartline, 2012)

3.3.2 Controles formales

Según (Ferrell & Hartline, 2012) los controles informales son menos directos en el intento por influir en el comportamiento de los empleados y el desempeño de marketing. Estos controles constituyen mecanismos no escritos que afectan en forma sutil el comportamiento de los empleados y existen tres tipos que son:

- Autocontrol de los empleados: los empleados administran su propio comportamiento, estableciendo objetivos personales y monitoreando sus resultados.

- Control social: se relaciona con los estándares, normas y éticas que gobiernan a los equipos de trabajo dentro de la empresa. La interacción de los grupos pueden ser un motivador poderoso del comportamiento de los empleados.

- Control cultural: es similar al control social solo que es una escala mucho más grande. Uno de los resultaos más importantes de este control es el establecimiento de valores compartidos entre todos los miembros de la organización.

3.3.3 Propuesta de control y seguimiento del plan de marketing

Una vez teniendo ya la teoría y determinado el plan de marketing con sus respectivas metas y actividades, las cuales tienen indicadores, se ha escogido que para el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez se utilice un sistema de semaforización.

Este sistema de semaforización se lo realiza en el programa de Microsoft Excel, en los indicadores de cada meta de los objetivos de este plan de marketing, así se tendrá un control y seguimiento del mismo y en cada uno se establecerá un estándar mínimo para que por lo menos la institución pueda llegar a éste.

Entonces, la simbología y colores de la semaforización son el color Rojo, Amarillo y Verde. Cada uno de estos colores representa un rango de alcance del plan. El color rojo significa que no se ha alcanzado el estándar mínimo y por lo tanto no se está alcanzando con el objetivo. El amarillo representa que se está alcanzando el estándar mínimo , es decir por lo menos se está alcanzando lo establecido y el color verde significa que se está alcanzando más allá del estándar mínimo establecido, es decir se está cumplimiento casi en un 100% el objetivo.

Es así que este plan de control se irá realizando a la par de la implementación del plan de marketing por lo tanto se pueden realizar ajustes o realizar de mejor manera todas las actividades y metas establecidas teniendo el control por semaforización, color que se lo cambia manualmente en la matriz de Objetivos Generales. A continuación se establecerá los estándares con sus colores respectivos.

Tabla 20: Metodología de Control y Seguimiento

COLOR	ESTÁNDAR
VERDE	Por encima del 90% del avance del plan
AMARILLO	Entre 70-90 % del avance del plan
ROJO	Por debajo del 70% del avance del plan

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- El Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez no posee un Plan Educativo Institucional actualizado, y en el que poseen no tienen procesos ni objetivos por lo que no tienen una estrategia como Colegio.

- Debido a las nuevas disposiciones por parte del Ministerio de Educación, el Colegio actualmente no cuenta con un secretario ni colector, por lo que los procesos administrativos se complican ya que la Rectora es la única que realiza todas estas funciones.

- Ya que el Colegio es fiscal, está a disposición del Ministerio de Educación, por lo que su control y presupuesto es limitado, a pesar de esto el Colegio cumple con los estándares de calidad en infraestructura.

- La creatividad por parte de las autoridades, profesores y estudiantes para superar los problemas en el Colegio, ha sido uno de los puntos clave para mejorar la institución y disminuir la deserción.

- La ubicación del Colegio es privilegiada dado que se encuentra alrededor de barrios habitados por personas de escasos recursos y con escolaridad inconclusa, quienes son clientes potenciales de la institución.

- El problema actual que tiene el Colegio es que la deserción se encuentra en 32,09% y que solo cuenta con 323 estudiantes matriculados, lo que aumenta la posibilidad de ser fusionados con otro Colegio más grande.

- El colegio solo tiene un competidor directo, que es el Colegio General Rumiñahui, quien globalmente tiene el doble en número de estudiantes y profesores, sin embargo su modalidad nocturna no tiene tantos estudiantes como lo posee el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez.

- El bachillerato intensivo implementado por el Gobierno, no cuenta con los horarios flexibles que posee el Colegio, por lo que no representa una competencia directa.

- Se determinó un plan de marketing con estrategias de diferenciación ya que la mayor fortaleza del Colegio es su calidez en el servicio y el sentido de pertenencia de los estudiantes y profesores.

- El presupuesto establecido es realmente mínimo, tomando en cuenta que el servicio es gratuito y el compromiso de los profesores con su lugar de trabajo.

4.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantener actualizado el Plan Educativo Institucional, el Código de Convivencia y cumplir con la malla curricular vigente dada por el Ministerio de Educación, para así poder cumplir con los estándares de gestión educativa y tener un direccionamiento en la institución.

- Aplicar el plan de marketing tal como se lo estableció, con los responsables, recursos y duración de días, ya que al ser un plan operativo se lo debe realizar en un año calendario.

- Se recomienda mantener informado al Distrito acerca de las necesidades del Colegio, además de mantener contacto con el mismo para poder tener una persona de contacto que nos proporcione información acerca de las decisiones del Distrito y del Ministerio de Educación.

- Además se recomienda seguir e incrementar el sentido de pertenencia de los profesos y estudiantes con el Colegio, ya que ésta es una de las más grandes fortalezas que diferencian al Colegio con el resto de los institutos.

- Involucrar a la comunidad en las actividades y programas que realice el Colegio Nacional Nocturno Federico González Suárez, además de atenderlos de la mejor manera, informándoles y capacitándoles acerca del servicio y la educación en el instituto.

- Se recomienda incrementar la calidad educativa y reforzar las asignaturas que en la prueba Ser Bachiller se encuentren con un promedio más bajo, ya que esto ayudara a que los estudiantes conozcan más acerca de la asignatura y por lo tanto tengan mejor puntaje en las pruebas y puedan ingresar a una buena universidad.

- Realizar las campañas de promoción externa, para que la población de los barrios aledaños al Colegio conozcan del mismo, y por lo tanto se interesen en su educación y en las facilidades que brinda el Colegio para el servicio.

BIBLIOGRAFÍA

1. (2011). ACUERDO 307-11.
2. (2014). *ACUERDO MINISTERIAL 00065-A.*
3. (2015). *ACUERDO MINISTERIAL 0069-14.*
4. Chiavenato, I. (2011). *Planeación Estratégica.* Mc Graw Hill.
5. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.*
6. DECRETO 366. (Junio de 2014).
7. Educación, M. d. (2012). *Estándares.* Quito.
8. Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing.* Mexico: Cengage Learning.
9. Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica.* PEARSON.
10. García, H. (2008). *Marketing: Principios y Metas: Desarrolla competencias.* Guayaquil: Ediciones Holguin S.A.
11. INEC. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/
12. Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing.* Mexico: PEARSON.
13. (2011). *Ley Organica de Educación Intercultural.*
14. (2015). *Metas 2015-2021.*
15. *Ministerio de Educación.* (s.f.). Obtenido de http://educacion.gob.ec/
16. Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Larreche, J. (2005). *Administración de Marketing.* Mexico: Mc Graw Hill.
17. Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva.* Buenos Aires: Rei Argentina .
18. Reyes, A. (2007). *Administración Moderna.* Mexico DF: LIMUSA.

19. Rodríguez, A. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia* . Guanajuato: Fundación Universitaria Andaluza Inca .

20. Steiner, G. (1999). *Planeación Estrátegica.* Mexico: Editorial Continental.

21. Thompson, A. (2012). *Administración Estratégica.* Mexico: Mc Graw Hill.