

## **AUTORÍA**

Los contenidos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente plan de marketing, son exclusiva responsabilidad de la autora, señorita Lesly Soraya Aldaz Calispa.

Quito, Enero- 27- 2011

Lesly Soraya Aldaz Calispa.

C.I. 172149460-5

## **DEDICATORIA**

En realidad es muy complicado realizar una dedicatoria, debido a que hay muchas personas que me han ayudado a cumplir esta meta, sin embargo este trabajo de tesis está especialmente dedicado a Dios, ya que es mi guía y soporte espiritual; a mi abuelita, quien con su amor y apoyo incondicional se ha convertido en mi guía para alcanzar este logro más en mi vida, y finalmente a mis padres, ya que también han sido eje fundamental para el logro de esta meta.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco de todo corazón a todos quienes han colaborado en este trabajo. Especialmente al Ing. Edwin Gómez quien con su ejemplo, confianza y educación ha me ha impulsado a continuar y no abandonar esta meta.

Y un agradecimiento muy especial a la Unidad Educativa Particular Santa Ana, por la apertura que me dieron para realizar este trabajo de tesis.

## ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xiii
JUSTIFICACIÓN .....	xv
CAPÍTULO I .....	1
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1– La Educación.....</b>	<b>1</b>
¿Por qué es importante la Educación? .....	3
<b>1.2- Los Servicios.....</b>	<b>5</b>
1.2.1- Algunos conceptos de Servicio. ....	5
1.2.2- Los Servicios Educativos.....	5
<b>1.3- La calidad de los Servicios Educativos.....</b>	<b>6</b>
1.3.1-¿Qué significa la calidad en los servicios educativos para los padres de Familia? .....	6
1.3.2- Significado de la calidad de servicios educativos. ....	6
1.3.3- Qué es y qué no es la calidad en la Educación. ....	7
<b>1.4- El Marketing Educativo.....</b>	<b>9</b>
1.4.1- ¿Qué es el Marketing Educativo? .....	9
1.4.2- ¿Tiene sentido hablar de Marketing Educativo? .....	9
1.4.3- ¿Cuáles son las particularidades del marketing educativo?.....	9
1.4.4- Importancia del Marketing Educativo. ....	10
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>12</b>
<b>ESTUDIO DEL MERCADO ACTUAL PREVIO AL DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1-Identificación del mercado.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2- Análisis de la segmentación.....</b>	<b>13</b>
2.2.1- Formato para indicar la segmentación del servicio académico que actualmente ofrece la UEPSA, en el mercado. ....	14
<b>2.3 La Encuesta .....</b>	<b>16</b>
2.3.1- Técnicas de recolección de Información. ....	16
2.3.2- Técnicas de análisis y tratamiento de la información. ....	17
<b>2.4- Cálculo del tamaño de la Muestra.....</b>	<b>18</b>
<b>2.5- Aplicación de la Encuesta. ....</b>	<b>20</b>
2.5.1- Encuesta a los estudiantes de la escuela, periodo (2009-2010). ....	20
2.5.2- Encuesta a los estudiantes del colegio, periodo (2009-2010). ....	27

2.5.3- Encuesta a los estudiantes egresados de séptimo de básica, del año lectivo (2008-2009). ....	37
2.5.4- Encuesta a los estudiantes egresados de sexto curso, del año lectivo (2008-2009).....	42
2.5.5- Encuesta a los padres de familia, periodo (2009-2010).....	47
2.5.6- Encuesta a los empleados de la UEPSA.....	56
<b>2.6- Conclusiones de la Investigación previa al diagnóstico. ....</b>	<b>72</b>
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>76</b>
<b>DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL. ....</b>	<b>76</b>
<b>3.1- Auditoría interna de la UEPSA .....</b>	<b>76</b>
3.1.1-Plan Estratégico.....	76
3.1.2- Estructura organizacional de la UEPSA.....	82
3.1.3-Análisis de la situación de la UEPSA .....	84
3.1.5-Análisis de los factores internos de la industria .....	132
<b>3.2- Auditoría externa de la UEPSA .....</b>	<b>139</b>
3.2.1- Análisis del atractivo del entorno.....	139
3.2.2- Análisis de la tendencia de mercados.....	140
3.2.3- Análisis del Macro entorno.....	140
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>160</b>
<b>PROPUESTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>160</b>
4.1-Misión estratégica propuesta .....	160
4.2-Visión estratégica propuesta .....	161
4.3- Objetivos propuestos .....	161
4.4- Valores propuestos .....	162
4.5- Políticas Propuestas .....	162
4.6-Organigrama propuesto .....	163
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>164</b>
<b>PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING .....</b>	<b>164</b>
<b>5.1-Propuesta del Plan estratégico de Marketing.....</b>	<b>164</b>
<b>5.2- Proceso de formulación de estrategias .....</b>	<b>165</b>
5.2.1- Aplicación del análisis FODA.....	165
5.2.3- matriz EFE .....	165
5.2.4- matriz EFI .....	168
5.2.5- Matriz de Perfil Competitivo.....	171
5.2.6- matriz FODA.....	172
<b>5.3- Determinación de los Objetivos de Marketing, para la institución.....</b>	<b>176</b>
<b>5.4- Formulación de Estrategias .....</b>	<b>177</b>
5.4.1- Estrategias Genéricas de Michael Porter.....	178

5.4.2- Estrategias de Desarrollo de Igor Ansoff .....	181
5.4.3- Estrategias Funcionales.....	183
<b>5.5- Planes de Acción.....</b>	<b>192</b>
<b>5.6- Presupuesto. ....</b>	<b>228</b>
<b>5.6.1- Evaluación, Control y Retroalimentación. ....</b>	<b>230</b>
Evaluación.....	230
Control.....	232
Retroalimentación.....	235
<b>5.7 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Sin el Plan de Marketing.....</b>	<b>237</b>
<b>5.9 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Con el Plan de Marketing .....</b>	<b>241</b>
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>249</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>249</b>
6.1- Conclusiones.....	249
6.2- Recomendaciones.....	251
6.3- Bibliografía.....	253
<b>ANEXOS.....</b>	<b>255</b>
Anexo 1: Formato de Encuesta aplicada a los Estudiantes de Primaria.....	256
(2009-2010).....	256
Anexo2: Formato de Encuesta aplicada a los Estudiantes de Secundaria.....	257
(2009-2010).....	257
Anexo3: Formato de Encuesta aplicada a los Padres de Familia.....	260
(2009-2010).....	260
Anexo 4: Formato de Encuesta aplicada a los Empleados de la UEPSA. ....	262
Anexo 5: Croquis Interno de la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”.....	266
Anexo 6: Croquis Externo de la Unidad Educativa Particular “Santa Ana” .....	267

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Datos para obtener la muestra finita .....	19
TABLA 2: Los Niveles con el Respectivo grado de la UEPSA .....	85
TABLA 3: Artículos o Bienes que se venden en el Almacén.....	85
TABLA 4: Personal Administrativo .....	90
TABLA 5: Autoridades.....	91
TABLA 6: Empleados .....	91
TABLA 7: Total de Empleados .....	91
TABLA 8: Análisis de los principales Proveedores .....	98
TABLA 9: Competencia de Instituciones Particulares en Sangolquí .....	99
TABLA 10: Competencia de Instituciones Particulares en los alrededores de Sangolquí .....	100
TABLA 11: Precios de la competencia principal de la UEPSA .....	101
TABLA 12: Competencia de Instituciones Fiscales en Sangolquí .....	101
TABLA 13: Competencia de Instituciones Fiscales alrededor de Sangolquí .....	102
TABLA 14: Oferta Académica de la UEPSA.....	122
TABLA 15: Servicios Pedagógicos que ofrece la UEPSA.....	122
TABLA 16: Precios de Matrícula para Pre básica.....	124
TABLA 17: Precios de Matrícula para Primero de básica.....	124
TABLA 18: Precios de Matrícula para Segundo a Séptimo de Básica.....	124
TABLA 19: Precios de Matrícula para el Colegio.....	125
TABLA 20: Inversión en Publicidad para la UEPSA.....	127
TABLA 21: Capacidad Instalada de la UEPSA.....	129
TABLA 22: Distribución de los Departamentos de la UEPSA .....	130
TABLA 23: Distribución de los Laboratorios de la UEPSA .....	131
TABLA 24: Distribución de los Salas de la UEPSA .....	131
TABLA 25: Número de Computadoras en los Laboratorios que posee la UEPSA.....	133
TABLA 26: Total de Computadores con los que cuenta la UEPSA.....	134
TABLA 27: Crecimiento Poblacional en el Cantón Rumiñahui (2001-2010).....	142
TABLA 28: Distribución de la Población del Cantón Rumiñahui según Parroquias. ....	143
TABLA 29: Población Total del Cantón Rumiñahui por Sexo y Edad .....	144
TABLA 30: Población de 5 y más por Sexo, Áreas y Nivel de Instrucción.....	145
TABLA 31: Porcentaje de la Población según niveles de Instrucción en el Cantón Rumiñahui.....	145
TABLA 32: Población Económicamente Activa e Inactiva según áreas y sexo en el Cantón Rumiñahui.....	146
TABLA 33: Población Económicamente Activa según grupos ocupacionales .....	147
TABLA 34: Población Económicamente Activa según ramas de actividad.....	147
TABLA 35: Población según el Estado Civil o Conyugal, según el sexo. ....	147
TABLA 36: Matriz EFE para la unidad educativa particular Santa Ana.....	167
TABLA 37: Matriz EFI para la unidad educativa particular Santa Ana.....	169
TABLA 38: Matriz de Perfil Competitivo .....	171
TABLA 39: Matriz FODA.....	173

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1: Porcentaje de estudiantes que conocen el Logotipo de la UEPSA en el Nivel Primario .....	21
GRAFICO 2: ¿Cómo se sienten los alumnos del Nivel Primario dentro de la UEPSA?.....	22
GRAFICO 3: Relación que tienen los estudiantes del Nivel primario con los maestros .....	22
GRAFICO 4: ¿Les gusta venir a la escuela a los estudiantes del Nivel Primario?.....	23
GRAFICO 5: ¿Tienen problemas los estudiantes del Nivel Primario de la UEPSA con los profesores? .....	23
GRAFICO 6: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de Matemáticas .....	24
GRAFICO 7: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de Informática .....	24
GRAFICO 8: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de inglés ....	24
GRAFICO 9: ¿Cómo se enteraron los estudiantes del Nivel Secundario de los servicios educativos que ofrece la UEPSA? .....	28
GRAFICO 10: Aspectos que más les gustaba del Logotipo a los estudiantes del Nivel Primario .....	29
GRAFICO 11: La atención que los estudiantes del Nivel Secundario reciben por parte de la UEPSA es: .....	30
GRAFICO 12: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al servicio otorgado por el bar .....	30
GRAFICO 13: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la infraestructura de la UEPSA .....	31
GRAFICO 14: Relación que los estudiantes del Nivel Secundario tienen con sus maestros .....	31
GRAFICO 15: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al Departamento del DOBE.....	32
GRAFICO 16: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al Departamento Médico .....	32
GRAFICO 17: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Matemáticas .....	33
GRAFICO 18: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Informática.....	33
GRAFICO 19: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Inglés .....	34
GRAFICO 20: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Física .....	34
GRAFICO 21: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Química.....	35
GRAFICO 22: Ex Estudiantes de 7mo de Básica Encuestados Año Lectivo 2008-2009.....	38
GRAFICO 23: Colegios más concurridos por este grupo de estudiantes .....	39
<b>GRAFICO 24: Asignaturas en las que tuvieron mayor grado de dificultad. ....</b>	<b>40</b>

GRAFICO 25: Lo que más les gustaba de la UEPSA a los ex estudiantes de 7mo de básica año Lectivo (2008-2009) .....	40
GRAFICO 26: Lo que menos les gustaba de la UEPSA a los ex estudiantes de 7mo de básica año Lectivo (2008-2009).....	41
GRAFICO 27: Ex Estudiantes de 3ro de Bachillerato Encuestados Año Lectivo 2008-2009 ....	43
GRAFICO 28: Universidades más concurridas por este grupo de ex estudiantes del Año Lectivo (2008-2009).....	43
GRAFICO 29: Asignaturas con mayor grado de dificultad para los estudiantes de 3ro bachillerato Año (2008-2009).....	44
GRAFICO 30: Lo que más les gustaba a los estudiantes de 3ro de bachillerato Año (2008-2009) .....	45
GRAFICO 31: Lo que menos les gustaba a los estudiantes de 3ro de bachillerato Año (2008-2009) .....	45
GRAFICO 32: Medios por los cuales se enteraron los Padres de Familia de los servicios educativos que ofrece la UEPSA? .....	49
GRAFICO 33: Promedio de Hijos que tiene los Padres de Familia encuestados en la UEPSA.	49
GRAFICO 34: Calificación a la atención que reciben los padres de familia cuando asisten a la UEPSA.....	50
GRAFICO 35: Calificación a la infraestructura de la UEPSA por parte de los Padres de Familia .....	51
GRAFICO 36: Calificación que dan los Padres de Familia al Precio de las Pensiones.....	51
GRAFICO 37: Calificación que dan los Padres de Familia al Servicio Educativo que brinda la UEPSA.....	51
GRAFICO 38: Calificación que dan los Padres de Familia a la atención que reciben por parte de los maestros.....	52
GRAFICO 39: ¿Consideran los Padres de Familia que la UEPSA es una institución capaz de brindar eficientemente el servicio educativo?.....	53
GRAFICO 40: Cargos que los empleados ocupan en la Cooperativa o en la Unidad .....	57
GRAFICO 41: La Motivación de los empleados de la UEPSA.....	58
GRAFICO 42: Justificación a la Motivación o Desmotivación.....	58
GRAFICO 43: ¿Cómo se sienten anímicamente los empleados de la UEPSA?.....	59
GRAFICO 44: Calificación a la relación interpersonal que tienen los empleados con los compañeros .....	59
GRAFICO 45: ¿Cuentan los empleados con los implementos necesarios para ejecutar su labor en la institución?.....	62
GRAFICO 46: Calificación al Departamento de Contabilidad por parte de los empleados de la UEPSA.....	63
GRAFICO 47: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del DOBE.	64
GRAFICO 48: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de la Dirección.....	65
GRAFICO 49: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de Inspección .....	66
GRAFICO 50: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento Médico .....	67

GRAFICO 51: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento Odontológico.	67
GRAFICO 52: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del Rectorado	68
GRAFICO 53: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de la Secretaría.....	68
GRAFICO 54: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del Vicerrectorado.....	69
GRAFICO 55: El futuro de la UEPSA según los empleados de la institución.....	72
GRAFICO 56: Evolución de las Matrículas de la Escuela en los últimos 6 años.....	87
GRAFICO 57: Evolución de las Matrículas del Colegio en los últimos 6 años.....	87
GRAFICO 58: Evolución de las Matrículas de Escuela y Colegio en los últimos 6 años.....	88
GRAFICO 59: Mapa Geográfico del Cantón Rumiñahui.....	141
GRAFICO 60: Crecimiento Poblacional del Cantón Rumiñahui (2001-2010).....	143
GRAFICO 61: Distribución de la población del Cantón Rumiñahui en el año 2001.....	144
GRAFICO 62: Población ocupada por grupos de edad y sexo.....	146
GRAFICO 63: Inflación Mensual durante los últimos 2 años.....	148
GRAFICO 64: Producto Interno Bruto de (2001-2008).....	149
GRAFICO 65: Evolución del Costo de la Canasta Básica (2006-2010).....	150
GRAFICO 66: Ingreso Familiar Mensual.....	151
GRAFICO 67: El Riesgo País (2001-2008).....	151
GRAFICO 68: Proceso de elaboración de un plan estratégico.....	164
GRAFICO 69: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Pesimista.....	238
GRAFICO 70: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Normal.....	240
GRAFICO 71: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Optimista.....	242
GRAFICO 72: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Pesimista, Normal y Optimista.....	247

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA UNIDAD EDUCATIVA  
PARTICULAR SANTA ANA, ADMINISTRADA POR LA COOPERATIVA DE  
SERVICIOS EDUCACIONALES SANTA ANA EN LA CIUDAD DE  
SANGOLQUI.**

**RESUMEN EJECUTIVO**

El Plan Estratégico de Marketing incluye seis capítulos los mismos que corresponden a una investigación cualitativa y cuantitativa que se realizó tanto dentro como fuera de la Unidad Educativa Particular Santa Ana.

En el capítulo número uno se hace un análisis de la situación actual en lo que corresponde a la importancia de: la educación, los servicios, la calidad de los servicios educacionales y de lo que significa plantear un marketing educativo.

En el segundo capítulo se realiza un estudio del mercado actual, previo al diagnóstico de la institución, donde se identifica el mercado, se realiza una segmentación del mismo, se aplica una encuesta, tanto para estudiantes del año lectivo 2009-2010 como del año lectivo 2008-2009, todo esto con el fin de conocer de mejor manera las necesidades insatisfechas de los estudiantes, también se planteó una encuesta a los padres de familia, ya que ellos también aportaron con información necesaria para la elaboración del plan y por último se aplicó una encuesta a los empleados de la institución, con el fin de identificar si el personal se encuentra preparado para desempeñar su cargo en la institución, conocer si se encuentran motivados y cuentan con los implementos necesarios para realizar su trabajo.

Luego de haber realizado el estudio de mercado actual, en el capítulo tres se expone un diagnóstico de la UEPSA, donde a través de una auditoría tanto interna como externa, se

pudo detectar las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que acechan a la unidad. También se realizó un análisis horizontal del Balance General y del Estado de Pérdidas y Ganancias, para determinar la rentabilidad, liquidez, endeudamiento, entre otros índices de la institución.

En el capítulo cuatro se presenta la propuesta de una Planeación Estratégica para la institución, donde se propone una misión, visión, objetivos, valores, políticas y un organigrama, todo esto basado en la realidad presente de la unidad.

Estos elementos de la planeación estratégica fueron analizados y realizados en base a los resultados obtenidos del estudio actual del mercado, del diagnóstico y de la filosofía de la misma.

En el capítulo cinco se propone un Plan Estratégico de Marketing para la institución, donde se realizó el análisis FODA, la matriz EFE, EFI, de Perfil Competitivo y la matriz FODA.

Luego de elaborar estas matrices se procedió a formular las estrategias adecuadas para la institución. A través de estas se plantearon los planes de acción, con su respectivo presupuesto, evaluación, control y retroalimentación.

Al final se muestra la se muestra un estado de Pérdidas y Ganancias proyectado bajo los tres escenarios, el normal, optimista y pesimista, y en el capítulo seis se mencionan las conclusiones y recomendaciones que se hace a la institución, luego de todo el estudio y análisis realizado

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día la educación se ha convertido en un eje principal, para el desarrollo del ser humano, es por ende que en esta nueva era es necesario que el mismo se prepare tanto desde casa como en un aula. En sí la educación constituye un arduo y difícil trabajo al ser un deber fundamental para el hombre y más al borde de una sociedad cada vez más compleja que necesita niños, jóvenes y adultos preparados, conscientes, con ideales y valores bien definidos, siendo capaces de afrontar los retos y obstáculos del presente y futuro con una identidad segura y propia de una buena cultura.

Pitágoras se refería a la educación de la siguiente manera: *Educad a los niños y no será necesario castigar a los hombres*. Aquí cabe destacar que la familia es la mejor escuela de buenas costumbres y buen comportamiento.

Muchos dicen que la educación y los valores comienzan desde la casa con la familia, ya que esta es la base de la formación de todo ser humano, ya que en el hogar es donde se le proporcionan virtudes y actitudes elementales y vitales para su completo bienestar, y es en la escuela o colegio donde se aplican esas aptitudes y actitudes en la vida diaria, es donde pasa gran parte de su tiempo, allí aprende realmente a compartir, a trabajar en equipo, a escuchar, a respetar, a conciliar y a dirigir.

Hoy en día se proyecta a una escuela o colegio como empresa, señalando que el servicio educativo es ofrecido y demandado por un mercado que lo constituye la sociedad.

La relación entre alumno y maestro es muy importante, debido a que solo a través de una buena química se puede lograr sacar provecho a la enseñanza – aprendizaje.

Este proceso se realiza a través de la aplicación de un conjunto de dichos insumos, técnicas y secuencias que demandan los ciudadanos o las familias, los mismos que pueden usar criterios de consumo, es decir, cuando demandan educación por el simple goce del aprendizaje, o criterios de inversión, cuando la demanda se hace por que los beneficios del aprendizaje son superiores a los costos.

Al realizar este estudio, se pretende fundamentalmente crear un plan estratégico de marketing para la Unidad Educativa Santa Ana en la Ciudad de Sangolquí, con el fin de que les sirva como una herramienta para lograr un cambio eficiente en los procesos que sean necesarios, incrementado sus fortalezas y disminuyendo sus debilidades, satisfaciendo las necesidades de todos los involucrados como son: estudiantes, padres de familia, profesores y propietarios del mismo, logrando así el desarrollo del niño y adolescente como un proceso integral.

## **JUSTIFICACIÓN**

### **JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO**

Antes de comenzar con la descripción de la justificación, es necesario aclarar que actualmente la Cooperativa de servicios educacionales es la que administra la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”, (UEPSA), todos los balances, el R.U.C, entre otros documentos están a nombre de la Cooperativa “Santa Ana”, cabe mencionar que todo el estudio se va a realizar a la UEPSA, y las estrategias de cambio, recomendaciones, conclusiones resultados del Plan de Marketing, entre otros aspectos que involucren a esta, serán dirigidos a la Cooperativa que es la administradora de la UEPSA.

Mediante la aplicación de teoría y conceptos básicos de administración, contabilidad, talento humano, finanzas, presupuestos, estadística, marketing, plan de mercadeo, gestión de empresas, clima organizacional, entre otros, se busca encontrar las respectivas explicaciones a las situaciones internas de la empresa (el bajo incremento en el volumen de las ventas, la capacidad no cubierta de las instalaciones o aulas disponibles para recibir a más clientes (estudiantes), desinterés por el marketing etc.) y el entorno (competencia, ubicación, etc.) que afectan a la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”. Todas estas asignaturas y teorías mencionadas anteriormente considero me serán de gran ayuda, ya que me permitirán guiar de una mejor manera al momento de la realización y desarrollo del Plan de Marketing estratégico, aplicado a la UEPSA.

Es muy importante resaltar que para la realización del Plan de Marketing se van a tomar muy en cuenta a autores de libros, los mismos que me ayudarán con la aclaración de muchos temas, que no están tan claros, entre estos autores puedo mencionar a los siguientes: Philip Kotler, Corey Raymond, Narres K. Malhotra, Carlos Méndez, etc.

Con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, procederé a emplear varias técnicas de investigación, entre estas podemos mencionar varios cuestionarios, entrevistas, encuestas, observaciones, entre otras.

Los cuestionarios van a estar dirigidos a los clientes, que en este caso son los estudiantes, con el fin de conocer algunos datos e información que pueden llegar a determinar posibles causas que generen el bajo incremento de las ventas en la institución, también se procederá a realizar encuestas y cuestionarios a los padres de familia, profesores, personal administrativo, de la institución con el objetivo de llegar a conocer posibles dificultades.

Claro está que se deberá aplicar las técnicas de investigación de mercados, con el fin de conocer con más exactitud cuáles son las preferencias del cliente, y la implementación de varias pruebas comerciales, ya que estas aportarán la búsqueda de alternativas eficientes para el plan que se propondrá.

Para poder encontrar el problema más importante, realicé una entrevista y una encuesta al Señor, Director de la organización, con el fin de poder detectar el problema real de la misma, los resultados de estas se verán reflejados en el planteamiento del problema, donde se detallará todo con más claridad.

Durante muchos años las instituciones educativas habían venido creciendo, gracias a la inercia propia de un mercado poco competitivo. La situación a la que deben enfrentar las mismas en la actualidad, tanto en el Ecuador como en el resto del mundo, es muy diferente. La fuerte e intensa competencia a la que deben encarar, las obliga a responder a una demanda sumamente exigente, con propuestas innovadoras, ajustadas a las necesidades del mercado al que dirigen sus ofertas educativas.

Hoy en día las organizaciones educativas desarrollan sus actividades, dentro de un ambiente altamente competitivo, ya que la oferta del servicio similar a incrementado, tanto nacional como internacionalmente, mientras que la demanda a disminuido, debido a tendencias de bajas tasas de crecimiento demográfico, y por la baja inscripción de alumnos debido a las dificultades económicas.

Es por todos estos antecedentes mencionados anteriormente que se ve la necesidad de la elaboración de un Plan de Marketing Estratégico aplicado a la Cooperativa Santa Ana, ya que en el mercado en el que opera tiene mucha competencia, precios más bajos, entre otros factores que afectan al incremento esperado de sus ventas.

La aplicación de un Plan de Marketing Estratégico en la cooperativa permitirá lograr continuidad con el crecimiento de la imagen de la institución, un mejor posicionamiento del servicio educativo en el mercado, mejorar el margen y rentabilidad de la empresa, crear fidelidad de los clientes, basado en un alto estándar de calidad en el servicio que presta.

Todos los aspectos que englobe este plan servirán de mucho a la Unidad, ya que a través de la identificación de problemas a través del estudio de cada una de sus áreas tanto internas como externas, se procederá a detectar errores y a proporcionar de estrategias de cambio positivo para la UEPSA, de esta forma se logrará un cambio institucional. Los directivos podrán tomar decisiones estratégicas, las mismas que estarán planteadas en el Plan de Marketing, entre otros beneficios. Todos los miembros que forman parte de la Empresa se verán beneficiados, incluso mi persona, ya que el Rector de la Unidad me ha prometido dar un incentivo por la realización de este Plan. Todos los beneficiarios se verán detallados más adelante.

## **CAPÍTULO I**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

#### **1.1– La Educación.**

A través de un análisis se ha llegado a la conclusión que el Ecuador es uno de los países que ha logrado realizar importantes avances en el ámbito de la educación. La demanda de personas que ingresan a los establecimientos educacionales, evidentemente han ido creciendo en los últimos años.

Mediante un análisis comparativo que se obtuvo a través del INEC, se pudo detectar que hoy en día existen más personas estudiando que antes y esto se ve reflejado en el número de estudiantes que tanto las instituciones públicas como privadas tienen en sus establecimiento, es por eso que está disminuyendo la tasa de analfabetismo en el Ecuador y en los países de América Latina

Hoy en día todas las personas que tienen conocimientos del ámbito educacional, se hacen varias preguntas entre estas tenemos: Conocer si las personas que están estudiando, están desarrollando la capacidad de expresarse, de solucionar problemas, o si están aprendiendo a vivir en convivencia democrática y al mismo tiempo están adquiriendo las competencias requeridas para formar parte de una sociedad en conocimiento.

En cuanto a la infraestructura educativa la del Ecuador es aún limitada en relación con los avances globales. Diversos estudios muestran que una gran parte del éxito de los países asiáticos se debe a su inversión en educación e infraestructura tecnológica.

En efecto,” los denominados “tigres asiáticos” producen cien veces más patentes que América Latina, y tienen, en promedio, más del doble de infraestructura tecnológica que la que existe en el Ecuador. Por ello su productividad es tres veces mayor a la de América Latina”.<sup>1</sup>

En varias evaluaciones, donde participaron estudiantes ecuatorianos, del nivel primario, de cuarto y quinto de básica específicamente, los resultados de estas fueron pésimos, ya que se ubicaron en el último lugar de la competencia en la cátedra de Matemática y sólo mejor que Honduras y República Dominicana en Lenguaje y Comunicación.

Por todas estas estadísticas es que el gobierno ha optado por tomar medidas, en donde los profesores o docentes deben ser evaluados, con el objetivo de determinar si están aptos para desempeñarse en cargos relacionados con la educación.

Por todo esto es recomendable evaluar con objetividad tanto lo que aprenden los estudiantes en las aulas como la capacitación y preparación continua que debe tener cada docente, con el fin de lograr la actualización y el aumento de la calidad académica, en nuestro país.

### **1.1.1-La Educación en el Siglo XXI.**

Estos contenidos se encuentran resumidos en el “Informe de la Comisión Internacional de Educación para el siglo XXI de la UNESCO, siendo los siguientes”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> ACOSTA, Teresa, “La Diferencia entre la educación Asiática y Latinoamericana”, *El Comercio, Sección Educativa*, Quito 15 de Octubre del 2009.

<sup>2</sup> Informe UNESCO

- a. La educación es un derecho fundamental de la persona humana y posee un valor humano universal.
- b. La formal y no formal, debe ser en si útil a la sociedad ofreciendo un instrumento que favorezca la creación, el progreso y la difusión del saber y de la ciencia, poniendo el conocimiento y la enseñanza al alcance de todos.
- c. Una triple preocupación de equidad, de pertinencia y de excelencia debe guiar toda la política de la educación.
- d. La renovación de la educación y toda forma correspondiente, debe reposar sobre un análisis reflexivo y profundo de las informaciones.

### **¿Por qué es importante la Educación?**

Se considera que la educación es importante, por los siguientes aspectos:

- La EDUCACIÓN es considerada como: el principal activo, recurso, valor o potencialidad de un país.

Para poder entender de mejor manera esto, es muy importante tomar en cuenta las siguientes reflexiones:

- ❖ De que le sirve a un país tener todos los recursos naturales posibles: petróleo, metales preciosos, riqueza ictiológica, entre otros, si las personas que viven en ese país no la saben administrar en forma racional, solidaria y sustentable.
- ❖ De que le sirve a un país tener la mejor constitución del mundo, las leyes mejor elaboradas, si los que viven en ese país no están educadas para respetar ninguna norma.
- ❖ Todos nos preguntamos por qué el Ecuador está como está, y muchos culparan a los políticos, a los de la UNE incluso a "los pelucones" pero la única culpable de nuestra desgracia es una mala educación; y eso es responsabilidad de todos.

En conclusión para que un país salga adelante, es necesario que la mayoría o toda su población se eduque de manera integral y continua, con el objetivo de aprovechar todos los recursos existentes de la mejor manera posible, y así conseguir el desarrollo diario de los países.

### **Agentes involucrados en la Educación.**

- **El Promotor:** La persona natural o jurídica que crea un centro educativo privado.
- **El Rector o el Director:** Son los representantes a los cuáles se les otorga la autoridad y la responsabilidad necesaria, para que se cumplan los fines del programa educativo respectivo.
- **El Docente:** Es la persona encargada de educar y realizar su trabajo en contacto directo con los educando, y en coordinación estrecha con sus colegas.
- **Los Padres de Familia:** La participación de los padres de familia en los centros educativos es esencial, ya que ellos son la influencia primordial en su desarrollo. Por lo general los padres de familia son los que corren con los gastos que hacen sus hijos en los periodos escolares, como por ejemplo el pago de pensión cuando se habla de una institución privada.
- **El Alumno:** Está constituido por los estudiantes que asisten a la escuela y son los principales participantes de la misma.
- **La Comunidad:** Son todos los agentes externos como empresas, la parroquia, el municipio que colaboran con el centro educativo.
- **Las Autoridades Gubernamentales:** Son el canal directo de comunicación en el ministerio de educación y los centros educativos.

Todos estos mencionados anteriormente son considerados como los agentes más importantes dentro del ámbito educativo.

## **1.2- Los Servicios.**

### **1.2.1- Algunos conceptos de Servicio.**

- Los servicios son todas aquellas actividades identificadas como, intangibles, las mismas que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores o clientes.

Esto quiere decir que las empresas u organizaciones que ofrecen un servicio no tienen como meta principal la fabricación de productos tangibles, o que los compradores vayan a poseer permanentemente, por lo tanto, el servicio es el objeto del marketing, es decir, la compañía está vendiendo el servicio como núcleo central de su oferta al mercado.

- Un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico.
- Sin embargo desde el punto de vista del marketing, tanto bienes como servicios ofrecen beneficios o satisfacciones; tanto bienes como servicios son productos.

### **1.2.2- Los Servicios Educativos.**

Los servicios educativos son todos aquellos que tienen por objetivo impartir conocimientos a todos los seres vivos que estén interesados por aprender nuevas cosas para el bienestar de sus vidas.

Hoy en día existen muchas entidades educativas que brindan servicios institucionales, entre estas vamos a mencionar a las siguientes:

\*- Escuelas.

\*- Colegios.

\*- Universidades.

\*- Institutos.

\*- Entre Otros.

### **1.3- La calidad de los Servicios Educativos.**

#### **1.3.1-¿Qué significa la calidad en los servicios educativos para los padres de Familia?**

- Una educación de calidad será la que introduzca a mis hijos en el conocimiento científico.
- Para otros, será la que les permitirá que posteriormente ganen dinero.
- Otros dirán: será la que le enseñe a utilizar la información.
- Para otros será la que les forme el carácter, o la que los forme en habilidades y destrezas para determinadas competencias.
- Y quizás para otros será una educación de calidad aquella que le aumente sus valores.

“Desde la perspectiva de la demanda la calidad de la educación principalmente se refiere a su pertinencia. Desde el punto de vista de los niños y jóvenes estudiantes, la calidad del sistema educativo depende de si responde efectivamente o no a sus necesidades y derechos”<sup>3</sup>

#### **1.3.2- Significado de la calidad de servicios educativos.**

---

<sup>3</sup> ARAUJO DE SOLIS, Susana, *Políticas Públicas para el Mejoramiento de la Calidad de la Educación básica*, 2006, p.85.

- “La calidad significa la satisfacción de las partes interesadas comprendiendo tanto directivos, administrativos, como clientes (primario el educando, secundario la familia, terciarios la sociedad y las organizaciones)”<sup>4</sup>
- La calidad no significa poner nuevos exámenes, más o menos horas de clase, o diferentes materias, la calidad es un cambio de cultura organizacional para lograr la eficacia y la eficiencia del acto educativo, la calidad es aplicar nuevos modelos de organización, planificación y estrategia para el logro de los objetivos con éxito. Implantar la calidad significa incorporar un sistema de gestión.
- Implantar la calidad significa incorporar un sistema de gestión que permita simplificar procesos, eliminar fallos, errores y costos añadidos, terminar con la no-calidad en el sentido más amplio, y especialmente ser eficaz y eficiente en la formación de las personas que integren la sociedad del futuro. Y para hacer esto posible es necesario desarrollar en los estudiantes las competencias técnicas, conocimientos y habilidades específicas para integrarse en el mundo laboral en una sociedad.
- La calidad es un espíritu de vida, un cambio de clima, el deseo de hacer las cosas bien, obtener resultados y mejorar permanentemente.
- La calidad la hacen las personas, tanto directivos, técnicos, administrativos, como docentes, quienes conociendo el uso y aplicación de las técnicas actuales de calidad hacen uso de estas para el mejoramiento permanentemente de su gestión. Incluso los alumnos y sus padres son actores de un sistema de calidad.

### **1.3.3- Qué es y qué no es la calidad en la Educación.**

#### **¿Qué es la calidad en la educación?**

- Un cambio cultural.
- La introducción de una metodología para gestionar la educación.

---

<sup>4</sup> SENDLES, Andrés y GUTIERREZ, Nilda., *Calidad en los Servicios Educativos*, Editorial Díaz de Santos, España 2005, p. 13.

- Aplicación sistemática de modelos ya creados adoptados internacionalmente para gestionar organizaciones.
- Un compromiso de las autoridades con la mejora continua de los procesos educativos.
- Una forma de lograr resultados medibles.
- Desarrollo social.
- Entender la educación como un proceso continuo durante la vida.
- Reciclaje y actualización docente en el uso de métodos y sistemas para el tratamiento de las relaciones interpersonales y las interacciones.
- Tener en cuenta las necesidades de los clientes de la educación.
  - Primarios – Educandos
  - Secundarios – Familia
  - Terciarios – Sociedad
- Desarrollo de las competencias.
- Puesta en común entre requerimientos empresariales y sociales con la educación formación.
- Análisis de las necesidades sociales (organizaciones, empresas).
- Análisis de las necesidades y expectativas de los educados en cada nivel educativo.
- Poner como objetivo la satisfacción de los clientes.
- Formar ciudadanos aptos para la convivencia pacífica y armoniosa.
- Implantar una educación ambivalente para el «saber ser»y «el saber hacer».
- Formar personas para su actuación social.

### **¿Qué no es calidad en la educación?**

- Agregar un nuevo examen a los viejos sistemas.
- Cambiar unas materias por otras.
- Cambiar o actualizar temarios.
- Alargar/reducir horarios.
- Dividir un ciclo en dos.

- Inventarse nuevos nombres para los ciclos de la educación.
- Agregar un nuevo curso.
- Pensar que con una o dos materias nuevas sobre ética o comportamiento, la sociedad ya estará satisfecha.
- Hacer cambios a espaldas de la sociedad y sus necesidades.
- Hacer cambios sin la participación de las partes interesadas, agentes sociales y clientes.

#### **1.4- El Marketing Educativo.**

##### **1.4.1- ¿Qué es el Marketing Educativo?**

Es considerado como el esfuerzo de una institución educativa por diseñar una aplicación estratégica con el propósito de alcanzar una determinada posición en el mercado.

##### **1.4.2- ¿Tiene sentido hablar de Marketing Educativo?**

Si tomamos como referencia las recomendaciones más frecuentes acerca de la captación y la retención de alumnos en empresas de formación, evidentemente no, porque en su gran mayoría son simples traslaciones de procedimientos comunes a cualquier empresa de servicios, y no atienden a las particularidades del servicio educativo.

##### **1.4.3- ¿Cuáles son las particularidades del marketing educativo?**

- ❖ El Marketing bien entendido busca relacionar un servicio o producto en particular, con al menos un segmento del mercado en particular también, para diseñar y llevar a cabo una estrategia integral.

- ❖ Esto requiere de especialistas en Marketing, especialistas en Nuevas Tecnologías aplicadas a la comunicación institucional y la promoción, contenidistas, incluso relacionistas públicos. Y en nuestro caso, también especialistas en educación, que brindarán la información necesaria acerca de los procesos y las características reales del servicio a ofrecer.
- ❖ En realidad no se diferencia en nada del marketing aplicado a otras actividades económicas: cada una tiene de específico las características de su producto o servicio. Si no, debería haber un Marketing Farmacéutico, Marketing Automotor, etc.
- ❖ Los profesionales de la formación son un recurso central para el diseño e implementación de estrategias de marketing, pero no necesariamente los encargados de su implementación.
- ❖ Un buen análisis de fortalezas y debilidades del servicio educativo permite, por un lado, mejorar aspectos deficientes, y por otro, no asociar a dicho servicio con cualidades que no posee.
- ❖ Hablar de la necesidad de segmentar mercados, de armar bases activas, del ciclo de vida de un servicio, del plan de marketing y de las encuestas no hace una diferencia entre el marketing 'educativo' y el aplicado a cualquier servicio.
- ❖ En conclusión, si tanto el marketing como la pedagogía tienen como objetivo comprender a su destinatario y conocer sus necesidades, creo que tenemos pendiente la cuenta de trabajar en forma más sinérgica e interdisciplinaria, y ayudar a consolidar servicios de formación capaces de ser efectivos a pesar de los cambios sociales, y sustentables a largo plazo.

#### **1.4.4- Importancia del Marketing Educativo.**

Aunque el marketing habitualmente es considerado una herramienta de uso exclusivo de las empresas que pretenden lograr un acercamiento entre la oferta y demanda de productos y servicios, en la actualidad también se hace necesaria la necesidad de aplicar

técnicas y procedimientos de marketing en el mercado educativo, del que forman parte colegios, institutos y centros de formación, escuelas matrices y universidades.

El implementar estrategias de marketing le permite a las instituciones de educación posicionarse eficientemente en el mercado para mejorar su captación de alumnos y también para mantener su matrícula actual.

Algunos directivos que han utilizado técnicas y metodologías propias de la aplicación empresarial comprenden que el único fin principal del marketing es vincularse, mediante estrategias adecuadas al contexto educacional, para dar a conocer óptimamente los atributos, beneficios y características de su producto o servicio educacional. Lo importante de aplicar el marketing educacional es comprender que los alumnos, padres o apoderados son clientes que utilizan servicios educativos. Y cuando pagan esos servicios son exigentes. No sólo pagan por productos o servicios educacionales, sino que también tienen expectativas y desean recibir servicios eficientes, experiencias y garantías de calidad en la educación impartida a sus hijos. Aquella organización que no lo entienda, en el largo plazo no podrá sobrevivir en un mercado altamente fragmentado y cada vez más competitivo.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DEL MERCADO ACTUAL PREVIO AL DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA**

#### **2.1-Identificación del mercado.**

La Unidad Educativa Particular Santa Ana actualmente ofrece el servicio académico a personas que tiene deseos de superación académica y personal.

Hoy en día recibe alumnos desde los 4 años hasta los 18 años aproximadamente, aunque esta se mantiene en la teoría que no existe edad límite para cuando una persona tiene deseos de superación. La UEPSA es una institución Mixta, esto quiere decir que tiene estudiantes hombres, mujeres, niños y niñas.

Cuando se habla de mercado se debe diferenciar a dos, entre estos tenemos a los siguientes:

El mercado Primario: Aquí se tiene a los clientes directos, los cuáles tiene la decisión de compra y que realizan las actividades de selección y evaluación del producto o servicio.

El mercado Secundario: Son aquellos consumidores que, a pesar de tener un contacto con el producto o servicio, no son los decisores de la compra o adquisición y en ocasiones tampoco son quienes lo evalúan.

En base a esta explicación considero que los clientes de la UEPSA pertenecen al grupo de mercado secundario, ya que por lo general los padres de familia son los que deciden donde sus hijos van a ir a estudiar y ellos mismos son los que evalúan la calidad del

servicio en base a las actitudes, manera de expresarse y comportarse en el entorno natural y social al cual se exponen a diario sus hijos.

En el análisis de la segmentación del mercado se detallarán todas las características que se requiere para que un niño o adolescente forme parte o sea estudiante de la UEPSA.

No está demás mencionar que la segmentación se va a realizar en base a las variables de los estudiantes, ya que en la institución los que hacen uso directo del servicio son los alumnos y no los padres de familia, a pesar de que el padre sea el que toma la decisión de tomar o no el servicio.

## **2.2- Análisis de la segmentación.**

A través de la Segmentación de mercado se puede “dividir a un grupo heterogéneo con ciertas características y necesidades comunes para que puedan ser estudiadas, ya que no es posible satisfacer a todos y cada uno de los miembros de un universo”<sup>5</sup>

A continuación se realizará una descripción de las variables que se deben tomar en cuenta para segmentar un mercado.

### **\*- Variables Demográficas.**

- Edad.
- Sexo.
- Nivel Socioeconómico.
- Estado Civil.
- Nivel de Instrucción.
- Religión.
- Características de vivienda.

### **\*- Variables Psicográficas.**

- Grupos de Referencia
- Clase Social.
- Personalidad.
- Ciclo de Vida familiar.
- Motivos de Compra.

---

<sup>5</sup> FERNANDEZ, Ricardo, *Manual para elaborar un Plan de Mercadotecnia*, 3<sup>ra</sup> .Edición, Editorial Thomson, México 2006, p.29.

**\*- Variables de Posición del usuario o de uso.**

- Frecuencia de Uso.
- Ocasión de uso.
- Tasa de Uso.
- Lealtad.
- Disposición de Compra.

**\*- Variables Geográficas**

- Unidad geográfica.
- Condiciones Geográficas
- Raza.
- Tipo de Población.

En base a estas variables se ha realizado un análisis actual de la Segmentación de la UEPSA, a continuación se va a detallar la segmentación de la institución, en base al formato que facilita el autor Ricardo Fernández Valiñas.

**2.2.1- Formato para indicar la segmentación del servicio académico que actualmente ofrece la UEPSA, en el mercado.**

Este formato permite determinar la segmentación del servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado así como su Target.

<b>Variable</b>	<b>Requerimiento</b>
<b>Edad</b>	Desde los 4 años a los 18 años de edad.
<b>Sexo</b>	Masculino y Femenino ambos sexos.
<b>Estado Civil</b>	Soltero, Casado, Viudo, Divorciado u otro parecido.
<b>Religión</b>	Católica y demás doctrinas (se respeta otras religiones), debido a la diversidad que hay en el cantón Rumiñahui
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Nivel Medio – Alto.
<b>Nivel de Instrucción</b>	Para ingresar a la escuela Primero de básica para continuar con el colegio debe haber terminado 7mo de básica.
	De ahí la UEPSA cuenta con el nivel pre primario y primario (escuela ) y nivel secundario (colegio)
<b>Características de Vivienda</b>	Propias- arrendadas-u otras.
<b>Unidad geográfica</b>	Sector Urbano.
<b>Condiciones Geográficas</b>	Se encuentra ubicada en la ciudad de Sangolquí Avenida Colón y Bolívar y está adecuada con todos los servicios básicos.
<b>Raza</b>	En la UEPSA en la mayoría de sus años de funcionamiento a tenido raza mestiza y no existe discriminación de razas.
<b>Tipo de Población</b>	Urbana y Rural.
<b>Grupos de Referencia</b>	La calidad de la educación, actividades extracurriculares, departamentos con adecuado funcionamiento.
<b>Clase social</b>	Clase Social Media Baja, Media y Media Alta.
<b>personalidad</b>	Proviene de hogares organizados y se admiten estudiantes cuyos padres han migrado fuera del país.
<b>Cultura</b>	Los estudiantes y sus familias por lo general tienen buenas costumbres, y buenos hábitos.
<b>Motivos de Compra</b>	Por referencia de egresados u otros similares a los grupos de referencia.
<b>Frecuencia de Uso.</b>	Cada 10 meses ya que ese periodo dura el año escolar.
<b>Ocasión de Uso</b>	Cuando sienten la necesidad de educarse académica y humanamente.
<b>Lealtad</b>	Un gran porcentaje de estudiantes se han considerados leales a la UEPSA.
<b>Disposición de compra.</b>	La calidad de la educación, actividades extracurriculares, departamentos equipados y con adecuado funcionamiento.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**Fuente:** UEPSA, Archivos de la Dirección de la Institución, Informe de Requerimientos, año lectivo 2009-2010.

Como se puede observar en el formato cada una de las variables que se requieren para realizar una segmentación fueron detalladas en base a la información que fue proporcionada por el Señor Director de la institución, y a través de este se pudo realizar la segmentación de la UEPSA.

### **2.3 La Encuesta**

A través de la aplicación de la encuesta se va a identificar formas de conducta y actitudes de las personas que van a ser investigadas en este caso van a ser: personal administrativo y docente, de la institución, estudiantes actuales, egresados y padres de familia de la unidad.

Se va a establecer comportamientos concretos como por ejemplo, cuántas personas ocupan el servicio de educación, actitudes frente a la máxima autoridad de la institución, etc.

#### **2.3.1- Técnicas de recolección de Información.**

“Son todas las formas posibles que utilizaría para obtener la información necesaria en el proceso investigativo. Tiene relación con procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información tanto primaria como secundaria”<sup>6</sup>

**Fuentes Primarias:** Entre estas tenemos las siguientes:

---

<sup>6</sup> MÉNDEZ, Carlos, *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*, 3<sup>ra</sup>. Edición, Colombia 2001, p. 172.

- La Observación, las encuestas tanto al personal de la institución como a los padres de familia y estudiantes de la UEPSA, cuestionarios, entrevistas a los Directivos de la UEPSA

**Fuentes secundarias:** Entre estas tenemos las siguientes:

Textos, revistas, documentales, prensa, entre otros.

Para realizar la investigación del mercado actual se utilizó tanto las fuentes primarias como las secundarias.

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de información fueron las siguientes:

Observación, las entrevistas, la encuesta directa, la encuesta telefónica, los cuestionarios, consulta en textos, internet, revistas relacionadas con la Educación, investigación en diferentes entidades como el INEC, Banco Central, Supervisión de Educadores, Municipio del Cantón Rumiñahui, entre otros.

### **2.3.2- Técnicas de análisis y tratamiento de la información.**

Se realizará mediante la tabulación de los resultados arrojados por las encuestas, que serán representados en gráficos estadísticos. El análisis de las respuestas recogidas en las entrevistas y cuestionarios; así como los datos recogidos en las fuentes secundarias, se procesarán a través de resúmenes y fichas nemotécnicas.

Luego de obtener la información se procede a ordenar y agrupar las preguntas para luego tabularlas, y finalmente a través de Excel se procederá a realizar cuadros estadísticos para la mejor interpretación de los resultados.

La UEPSA proporcionó de toda la información necesaria, la misma que me sirvió de mucho para realizar un análisis y diagnóstico interno más confiable de la misma.

Además se emplearon encuestas a las siguientes personas:

- Estudiantes de la UEPSA, tanto del Nivel Primario como del Nivel Secundario (2009-2010).
- Estudiantes Egresados de la UEPSA tanto de Séptimo de Básica como de 6to Curso del año lectivo (2008-2009).
- Padres de Familia.
- Empleados de la institución, entre estos al: personal docente, administrativo, médico y de limpieza.

Para el análisis y diagnóstico externo, se realizó un análisis cuantitativo, en donde se tomaron datos de la Supervisión de Educativa de Pichincha, Banco Central, Municipio del Cantón Rumiñahui y de la Dirección Provincial.

#### **2.4- Cálculo del tamaño de la Muestra.**

El tipo de muestreo que se utilizará para llevar a cabo la investigación de mercados es el Muestreo Aleatorio Simple, debido a que “cada elemento de la población tienen una probabilidad de ser seleccionada. Cada elemento se selecciona de forma independiente a otro elemento y la muestra se toma por un procedimiento aleatorio de un marco de muestreo”<sup>7</sup>

Como la UEPSA tiene 401 estudiantes entonces se procedió a aplicar la fórmula para poblaciones finitas.

---

<sup>7</sup> NARESH, Malhotra, *Investigación de Mercados*, 4ta. Edición, Editorial Pearson, México 2004, p.240.

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

**n**= Número de elementos de la Muestra

**N**= Número de elementos del Universo.

**P/Q**= Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

**Z**= Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; para el caso se ha seleccionado un nivel de confianza del 95% que opera con valor  $Z= 1.96$ .

**E**= Margen de Error permitido.

**TABLA 1: Datos para obtener la muestra finita**

DATOS	
DESCRIPCIÓN	VALORES
<b>N</b>	401
<b>P (éxito)</b>	0,5
<b>q (fracaso)</b>	0,5
<b>z</b>	1,96
<b>Error</b>	0,05

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**Fuente:** UEPSA, Archivos de matrículas en secretaría año lectivo 2009-2010.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (401)}{(0.05)^2 * (401-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)} = 196 \text{ Alumnos.}$$

$$(0.05)^2 * (401-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)$$

Deberán ser encuestados 196 estudiantes entre el nivel primario y secundario de la UEPSA, para llevar a cabo la investigación de mercados.

## **2.5- Aplicación de la Encuesta.**

### **2.5.1- Encuesta a los estudiantes de la escuela, periodo (2009-2010).**

#### **Objetivos de la Investigación.**

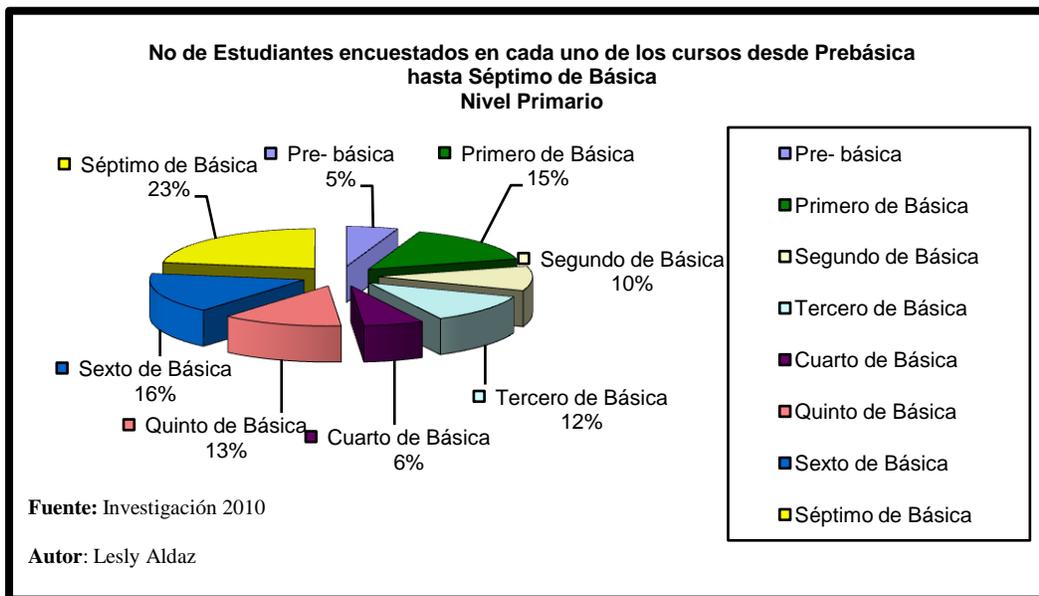
- Recopilar información sobre las percepciones que tienen los estudiantes de la escuela con el fin de obtener una idea de la imagen que proyecta la UEPSA en el mercado.
- Conocer si el servicio educativo que ofrece la UEPSA, está satisfaciendo o no a las necesidades y expectativas que tienen los niños, todo esto con el objetivo de proponer mejoras, las mismas que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional.

#### **¿Cómo se realizó la encuesta?**

- Se diseñó varias encuestas, la misma que una fue aprobada por el director de tesis.
- Se realizó un muestreo aleatorio simple, debido a que el número de estudiantes en el año lectivo 2009-2010 fue de 401.
- La muestra arrojó 196, por ende se aplicó el muestreo aleatorio simple, donde salieron seleccionados 111 estudiantes del nivel primario.
- Se necesitó de la ayuda de la señora secretaria, debido a que en base a la lista de los alumnos de cada grado y curso, se pueden seleccionar aleatoriamente a los estudiantes que debían ser encuestados.

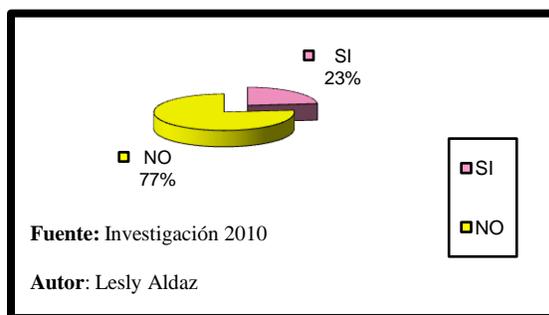
A continuación se va a detallar cada una de las preguntas realizadas a los estudiantes del nivel primario, con sus respectivas interpretaciones.

**Porcentaje de alumnos escogidos a través de un muestreo aleatorio simple en el nivel pre - primario y primario.**



**1- ¿Conoces el Logotipo de la UEPSA?**

**GRAFICO 1: Porcentaje de estudiantes que conocen el Logotipo de la UEPSA en el Nivel Primario**

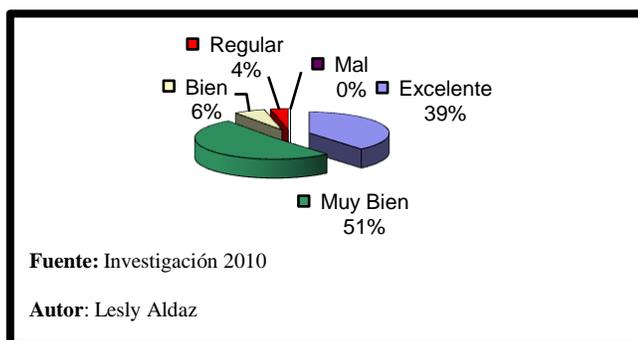


**INTERPRETACIÓN**

Como se puede observar en el gráfico el 77% de los alumnos encuestados desconocen de la existencia del logo y apenas el 23% manifestó identificarlo, esto se debe a que la institución no ha hecho una buena propaganda del gráfico que lo identifica.

## 2- ¿Cómo te sientes dentro de la Escuela?

GRAFICO 2: ¿Cómo se sienten los alumnos del Nivel Primario dentro de la UEPSA?



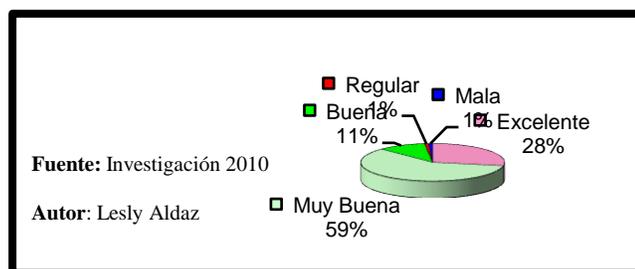
### INTERPRETACIÓN

Los estudiantes del nivel primario justificaron esta respuesta en lo siguiente:

El 51% dice sentirse muy bien, debido a que ha recibido un buen trato por parte de los que conforman la UEPSA, el 39% dice que juega y comparte con los demás, el 6% le gusta como enseñan los maestros, y el 4% restante manifestó que está obligado a asistir a la institución.

## 3- ¿Cómo te llevas con tus maestros?

GRAFICO 3: Relación que tienen los estudiantes del Nivel primario con los maestros

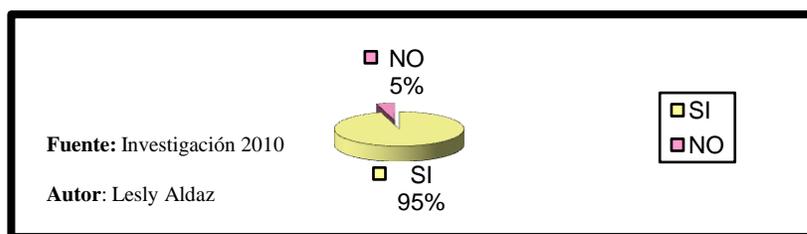


### INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados se han unificado los criterios y el 95% manifestó que los maestros son muy buenas personas, muy amables, y que sobre todo les enseñan con mucha paciencia, el 5% restante dice no tener muy buena relación con la maestra de inglés.

#### 4- ¿Te gusta venir a la escuela?

GRAFICO 4: ¿Les gusta venir a la escuela a los estudiantes del Nivel Primario?

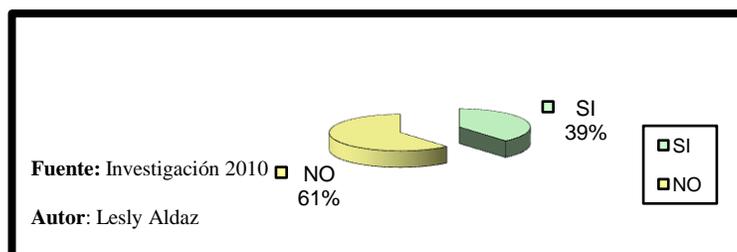


#### INTERPRETACIÓN

Al 95% de los estudiantes del nivel primario les gusta ir a la escuela, debido a que ahí aprenden muchas cosas nuevas, juegan, el ambiente de la UEPSA es muy agradable, y al 5% restante no le gusta ir porque no le gusta madrugar y porque no tiene amigos.

#### 5- ¿Tienes problemas con algún(os) profesores?

GRAFICO 5: ¿Tienen problemas los estudiantes del Nivel Primario de la UEPSA con los profesores?



#### INTERPRETACIÓN

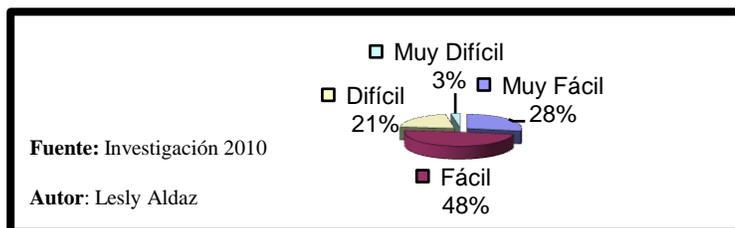
El 39% que contestó que **SI** tiene problemas con los profesores, justificaron su respuesta en lo siguiente:

El 49% tiene problemas con la maestra Verónica Chacón, debido a que no le entienden la clase y a que tiene mal genio, el 21% dice tener problemas con el profesor Gaspar Bolagay (Matemáticas), ya que es muy grosero, el 14% tiene problemas con el profesor de Música, ya que es grosero y grita mucho en clase y 16% restante tiene problemas con el maestro de Cultura Física, y con el profesor de grado. En conclusión el problema está con los docentes de las áreas especiales.

6- Califica cada una de las siguientes asignaturas, según el grado de dificultad para ti, y explica por qué le pusiste esa calificación.

### MATEMÁTICAS

GRAFICO 6: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de Matemáticas

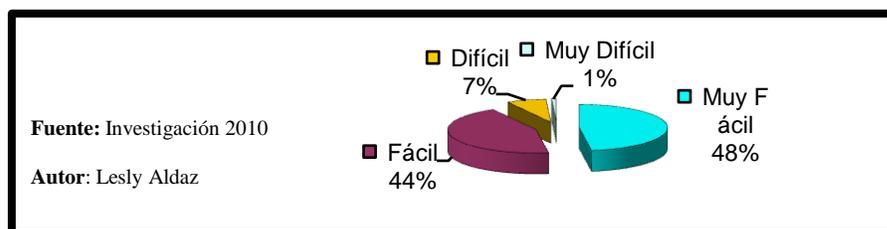


### INTERPRETACIÓN

El 76% dijeron que le entienden la metodología de enseñanza del maestro, el 24% restante dijo que no le entendían la metodología de enseñanza y que no le gusta la materia.

### INFORMÁTICA

GRAFICO 7: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de Informática

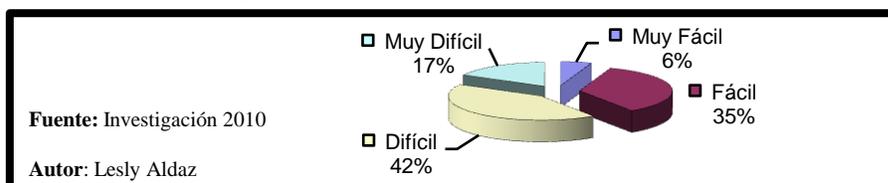


### INTERPRETACIÓN

Se unificaron los criterios y se concluyó que el 90% entienden la metodología de enseñanza del maestro, el 10% restante manifestó no le entender la metodología de enseñanza.

### INGLÉS

GRAFICO 8: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Primario a la materia de inglés



## INTERPRETACIÓN

El 59% (Muy Difícil y Difícil) manifestó **NO** entender a la maestra, y el 41% (Muy Fácil y Fácil) restante dijo que si le entendían la metodología de enseñanza a la profesora.

Del grupo que manifestó NO entenderle a la maestra justificó esto en lo siguiente:

- La metodología de enseñanza no es la adecuada.
- No se le puede preguntar, debido a que tiene mal genio, y es grosera.

Como consecuencia de lo ya mencionado no saben cómo hacer los deberes y peor como estudiar para las pruebas y exámenes.

El problema principal radica desde el 3ro de básica al 7mo de básica.

Del grupo que manifestó SI entenderle a la maestra justificó esto en lo siguiente:

- Los estudiantes han tenido que coger clases de inglés particulares, para poder entender de mejor manera a la maestra de la escuela.

### **7- ¿Qué es lo que más te gusta hacer en la escuela y por qué?**

- Al 50% le gusta jugar y compartir con los compañeros.
- Al 44% le gusta aprender cosas nuevas y participar en clases, ya que esto les permitirá crecer como profesionales y personas.
- Al resto le gusta realizar actividades como ir a la biblioteca, e ir al centro de cómputo.

### **8- ¿Qué es lo que más te gusta de la escuela y Por qué?**

- Al 33% le gusta los patios y las canchas de fútbol y básquet.
- Al 16% le gusta el grado en el que recibe las clases a diario.
- Al otro 16% le gusta el parque de juegos.
- Al 35% restante le gusta varias áreas de la UEPSA, entres estas tenemos:

La Biblioteca, el Laboratorio de Computación, y la Sala de Video Juegos.

### **9- ¿Qué es lo que menos te gusta de la escuela y por qué?**

Las opiniones sobre este aspecto están muy divididas, por eso he decidido no tomar en cuenta los porcentajes. Entre los aspectos que no les gustan a los estudiantes de la UEPSA, tenemos los siguientes:

- ❖ **Los baños:** Suelen estar sucios y tienen mal olor.
- ❖ **La clase de Inglés:** Es aburrida porque no se entiende.
- ❖ **El parqueadero:** Se golpea con la pelota a los autos.
- ❖ **El bar:** Da mala atención, son lentos, poco aseado.
- ❖ **El consultorio médico:** Es muy pequeño y nunca atienden a todos por igual.
- ❖ **La Sala de Juegos:** Siempre está ocupado
- ❖ **Los Patios:** Imposible jugar y distraerse.
- ❖ **El profesor de música:** Muchos afirman que es muy grosero.
- ❖ **El parque de Juegos:** Es muy pequeño y no tiene variedad de juegos .
- ❖ **Los Compañeros:** Son malas personas, algunos parecen no tener educación, y son groseros.
- ❖ **La Atención del Almacén:** Laurita es no tiene buen modo para atender a los clientes.
- ❖ **La Dirección:** El Sr director es muy serio y no da confianza.

### **10- ¿Qué te gustaría que tenga la escuela, aparte de lo que ya tiene, para que esta se ponga más bonita y ofrezca un mejor servicio.**

A este grupo de estudiantes les gustaría lo siguiente:

- ❖ Implementar variedad de Juegos en el parque de Juegos.
- ❖ Ampliación de la UEPSA, construir más aulas y pintar.
- ❖ Cambien de maestra de inglés.

- ❖ Poner cortinas en cada una de las aulas debido a que reciben el sol en la cara.
- ❖ Cambien el modelo del uniforme ya que el actual se parece al del Jacinto.
- ❖ Poner horarios para usar las canchas y patios
- ❖ Ampliación de Bar y mejoramiento del servicio al cliente .
- ❖ Otra sala de Videos y Juegos.
- ❖ Creación de un Jardín con más variedad de Flores y plantas.
- ❖ Adornar de mejor manera el aula.
- ❖ Incrementen los eventos sociales para participar padres e hijos.
- ❖ Limpiar los baños con más frecuencia.
- ❖ Poner TV en cada uno de los cursos

### **2.5.2- Encuesta a los estudiantes del colegio, periodo (2009-2010).**

#### **Objetivos de la Investigación.**

- Recopilar información sobre las percepciones que tienen los estudiantes del colegio con el fin de obtener una idea de la imagen que proyecta la UEPSA en el mercado.
- Conocer si el servicio educativo que ofrece la UEPSA, está satisfaciendo o no a las necesidades y expectativas que tienen los estudiantes del colegio, todo esto con el objetivo de proponer mejoras, las mismas que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional.
- Conocer los frecuentes problemas académicos que tienen los estudiantes del colegio, con el objetivo de proponer alternativas de cambios pedagógicos, los mismos que pueden servir de mucho que los estudiantes mejoren su rendimiento y aprovechamiento.

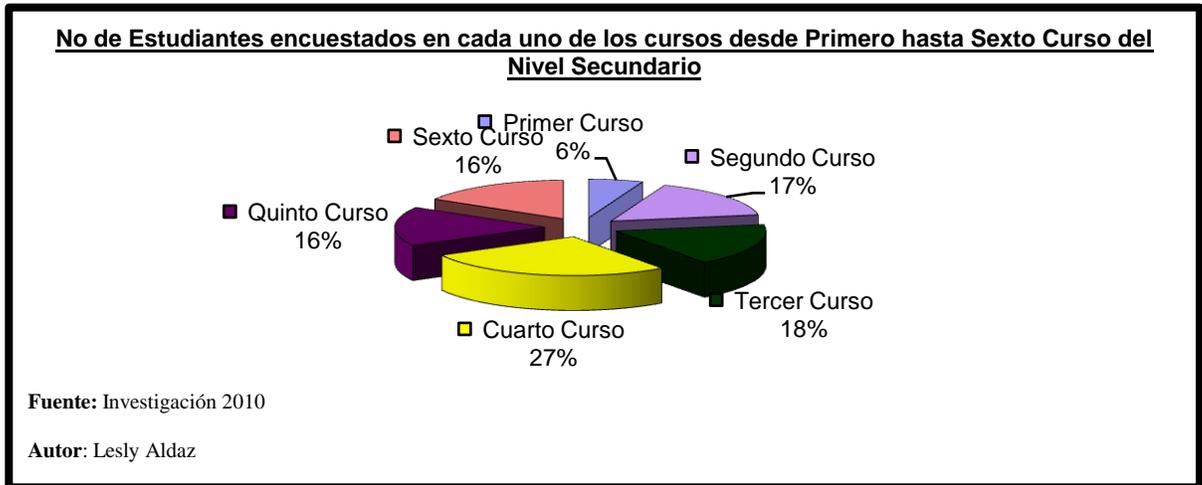
#### **¿Cómo se realizó la encuesta?**

- Prácticamente se realizó el mismo proceso que para del Nivel Primario.

- A través del muestreo aleatorio simple, se seleccionó y se aplicó la encuesta a 85 estudiantes del Nivel Secundario.

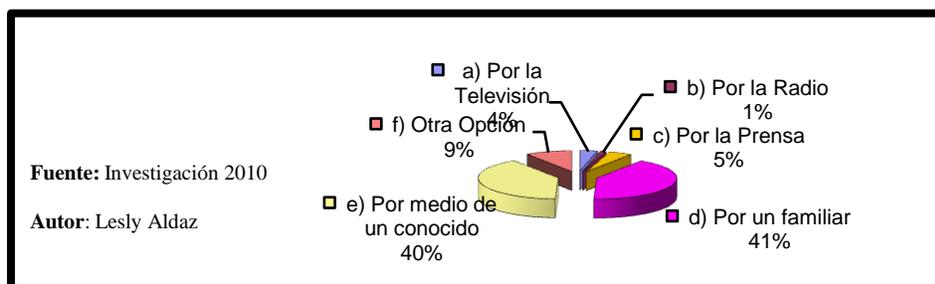
A continuación se procederá a mencionar la pregunta con su respectiva interpretación.

### 1- Porcentaje de alumnos escogidos a través de un muestreo aleatorio simple en el nivel secundario (Colegio)



### 2- ¿Cómo te enteraste de los servicios educativos que ofrece la UEPSA?

**GRAFICO 9: ¿Cómo se enteraron los estudiantes del Nivel Secundario de los servicios educativos que ofrece la UEPSA?**



### INTERPRETACIÓN

Los medios por los cuáles los estudiantes del nivel secundario se enteraron de la existencia del servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado son los siguientes:

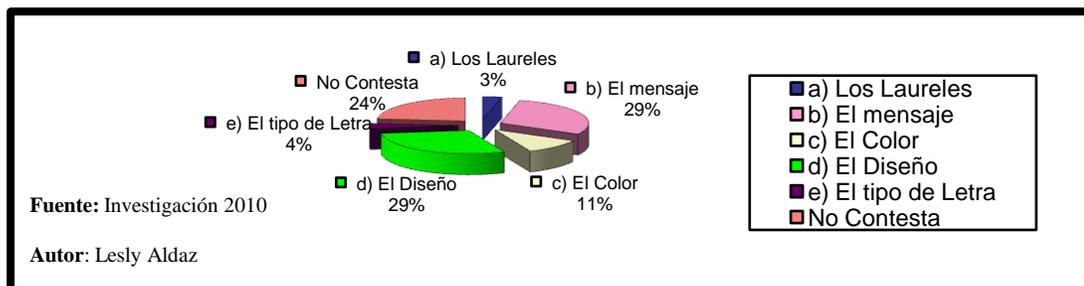
- El 41% se enteró por medio de un familiar.

- El 40% se enteró por medio de un conocido de la familia.
- El 9% se enteró por medio de un familiar que trabaja en UEPSA, o por experiencias propias vividas de los padres de familia.
- El 5% se enteró por medio de la prensa.
- El 4% se enteró por medio de la TV.
- El 1% restante se enteró por medio de la Radio.

Lo que quiere decir que un grupo muy reducido se enteró por la Televisión o por la Radio, esto se debe a que la UEPSA, ha puesto un anuncio publicitario en estos medios, pero en aquellos que tienen muy poca sintonía por parte de la población de Rumiñahui. Lo cual ha estado provocando un gasto en vano, lo mismo que perjudica radicalmente a las utilidades de la institución.

### 3- ¿Qué es lo que más te llama la atención del Logotipo y por qué?

**GRAFICO 10: Aspectos que más les gustaba del Logotipo a los estudiantes del Nivel Primario**

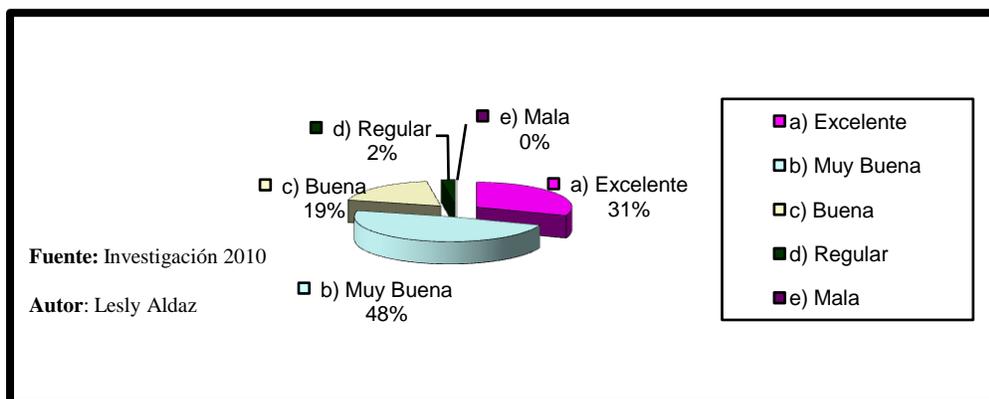


### INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en el gráfico, el 24% de los encuestados no contesta esta pregunta debido a que desconocen de la existencia del logotipo de la UEPSA, al 29% le gusta el diseño debido a que este es innovador, al otro 29% le gusta el mensaje debido a que es motivador y logra que llegue a la mente de los que lo leen, al 11% le gusta el color debido a que va de acuerdo al uniforme, el 3% le gusta los laureles, debido a que es sinónimo de libertad y formalidad y al 4% restante le gusta el tipo de letra, debido a que es clara, grande y se logra entender lo que quiere decir.

#### 4- La atención que recibes como estudiante por parte de la UEPSA es:

**GRAFICO 11: La atención que los estudiantes del Nivel Secundario reciben por parte de la UEPSA es:**

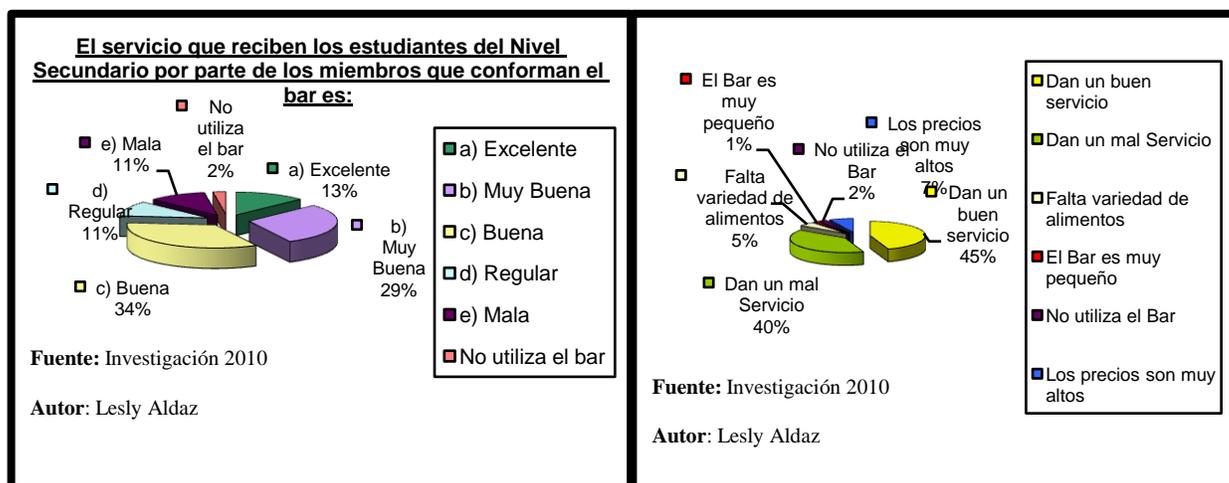


### INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 52% manifestó que ha recibido una buena atención por parte de los que conforman la UEPSA, el 33% dijo que los maestros son muy comprensivos, y el 15% restante dijo que no ha recibido un buen servicio, debido a que algunos departamentos de la UEPSA les han dado un mal trato.

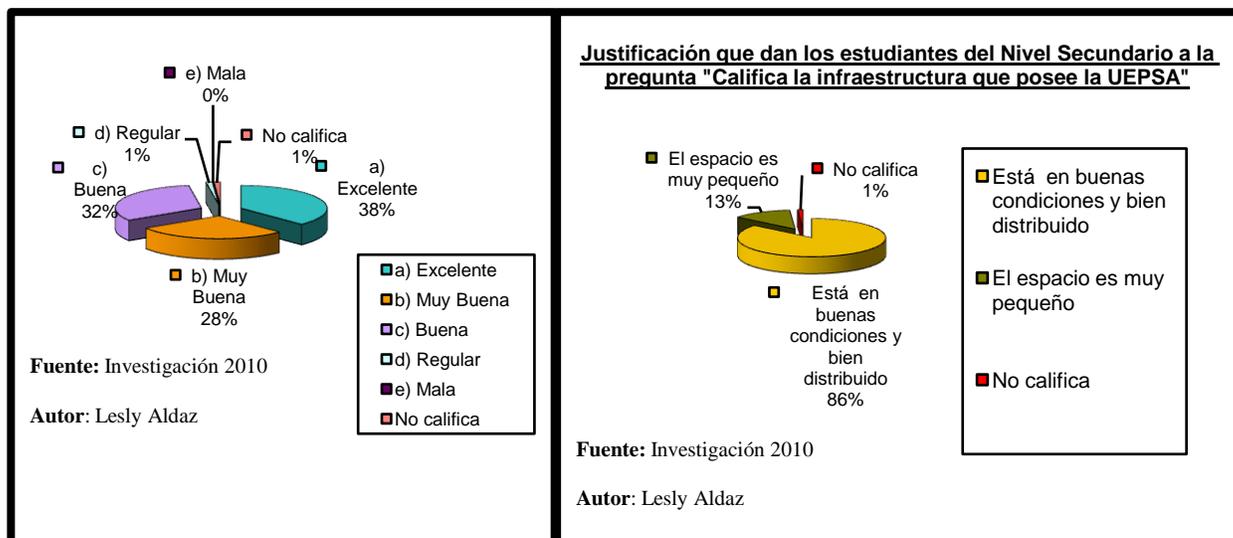
#### 5- Califica el servicio que recibes por parte de los miembros que conforman el bar de la institución.

**GRAFICO 12: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al servicio otorgado por el bar**



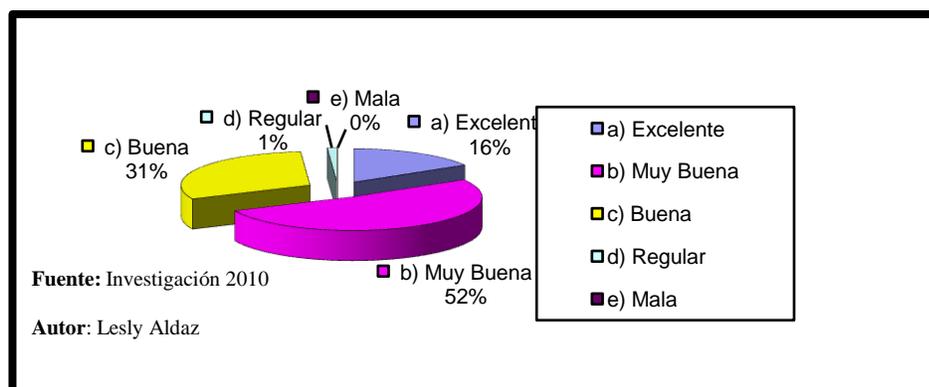
## 6- Califica la infraestructura que posee la institución.

**GRAFICO 13: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la infraestructura de la UEPSA**



## 7- Califica la relación que tienes con tus maestros.

**GRAFICO 14: Relación que los estudiantes del Nivel Secundario tienen con sus maestros**



### INTERPRETACIÓN

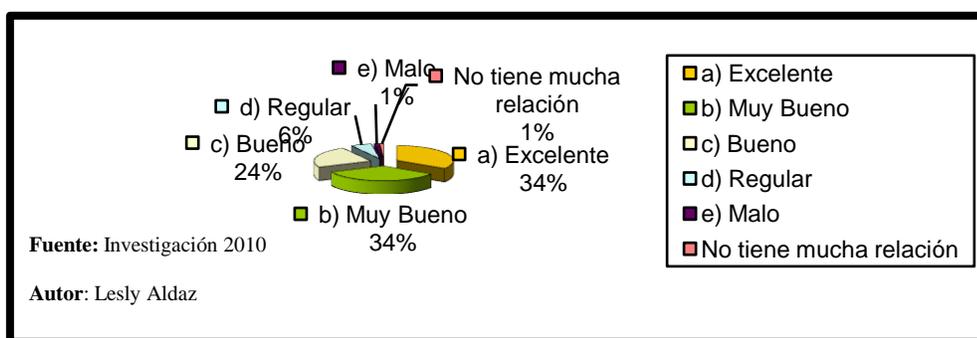
De este grupo de encuestados el 68% manifestó que los docentes son personas muy amables y comprensivas, el 27% dijo que algunos maestros no brindan confianza, y el 5% restantes manifestó que algunos profesores son groseros.

**8- Evalúa el desempeño de los siguientes departamentos y menciona el por qué de su calificación.**

En realidad se procedió a evaluar a nueve departamentos, pero solo se mencionará los departamentos que generen algún tipo de inconveniente, debido que los que no se señalen, es porque otorgan una satisfacción a los estudiantes.

**8.2- DEPARTAMENTO DEL DOBE (Orientación y Bienestar Estudiantil)**

**GRAFICO 15: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al Departamento del DOBE**

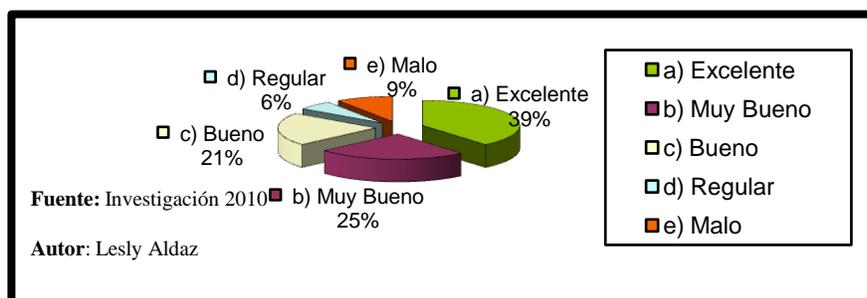


**INTERPRETACIÓN**

De este grupo de encuestados el 72% manifestó que la encargada de este departamento se preocupa por el bienestar de los estudiantes, el 21% dijo que no les brinda la suficiente confianza como para contarle los problemas, el 7% restante, expresó que le falta mucha experiencia y que se deberían ampliar los horarios de atención a los estudiantes.

**8.5- DEPARTAMENTO MÉDICO**

**GRAFICO 16: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario al Departamento Médico**



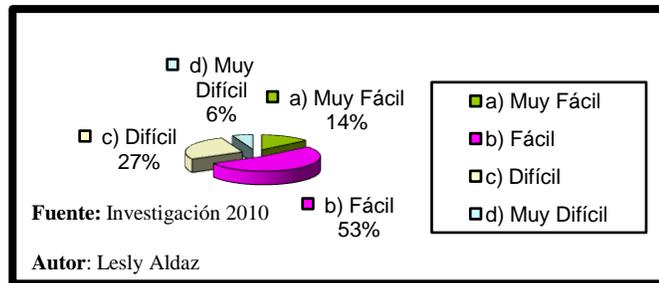
## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 59% manifestó que el encargado de este departamento da un buen servicio, 22% dijo que no da un buen servicio, debido a que el doctor es muy grosero, y el 19% restante manifestó que los horarios de atención son muy cortos y que este departamento no cuenta con los implementos necesarios para atender a los estudiantes y empleados.

- 9- Califica cada una de las siguientes asignaturas, según el grado de dificultad que tienes para comprenderlas y aprenderlas.

### 9.1- MATEMÁTICAS

**GRAFICO 17: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Matemáticas**

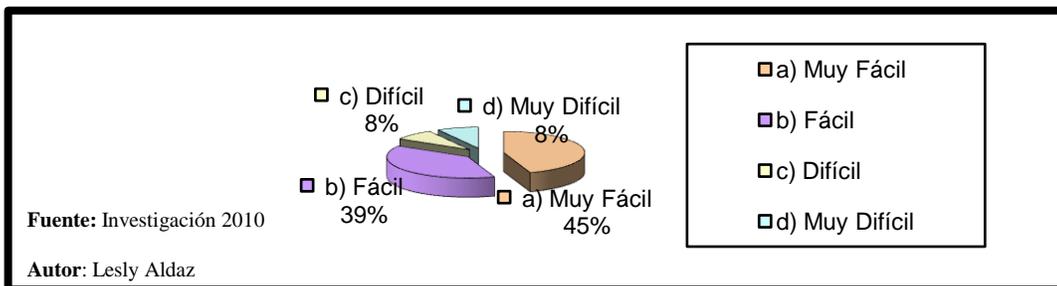


## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 66% manifestó que le entienden bastante la metodología de enseñanza al maestro, y el 34% no le entiende.

### 9.2- INFORMÁTICA

**GRAFICO 18: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Informática**

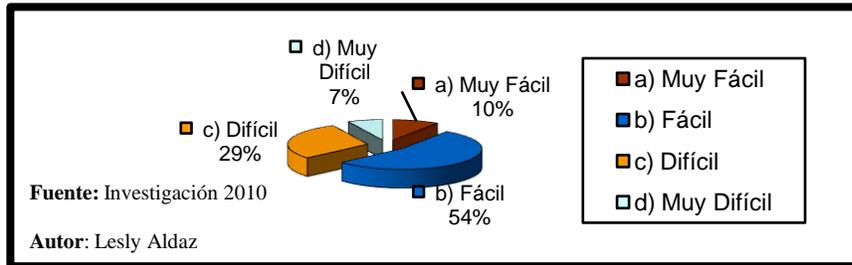


## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 76% manifestó que le entienden bastante la metodología de enseñanza de la maestra, el 20% no le entiende, y el 4% restante dijo que las maestras no les exigen esfuerzo alguno.

### 9.3- INGLÉS

**GRAFICO 19: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Inglés**

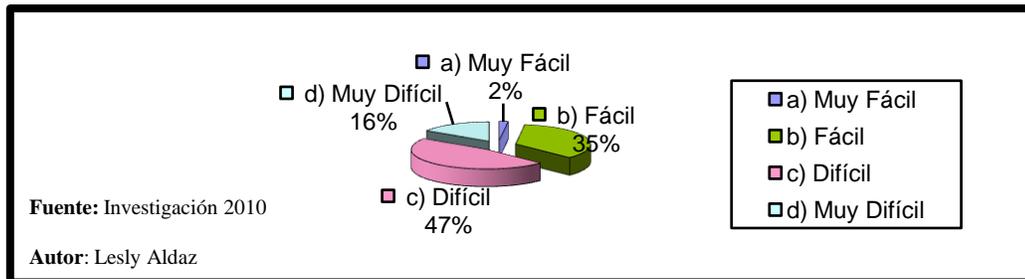


## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 62% manifestó que le entienden bastante la metodología de enseñanza a la maestra, y el 29% no le entiende, y el 9% restante dijo que las maestras no les exigen esfuerzo alguno, y eso ha provocado el desinterés de los estudiantes.

### 9.4- FÍSICA

**GRAFICO 20: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Física**



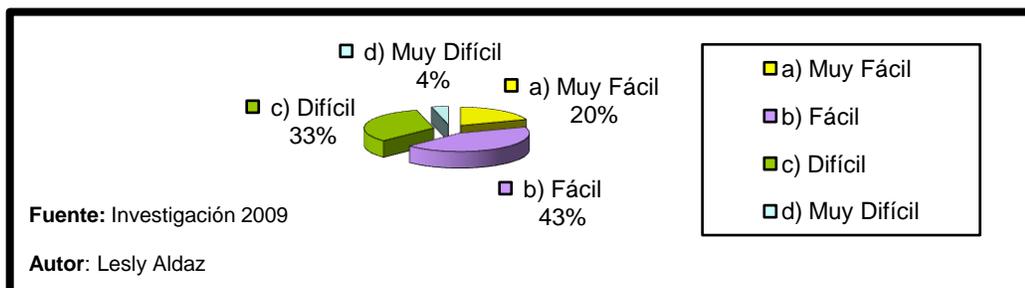
## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 65% manifestó que NO le entienden la metodología de enseñanza al maestro, pero reconocen la complejidad de la materia, el 35% restante dice

que SI le entienden la metodología de enseñanza, y dicen que solo es cosa de poner atención.

## 9.5- QUÍMICA

**GRAFICO 21: Calificación que dan los estudiantes del Nivel Secundario a la materia de Química**



### INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 61% manifestó que SI le entienden la metodología de enseñanza al maestro, el 39% restante dice que NO le entienden la metodología de enseñanza

#### **10- ¿Cómo calificarías la calidad de enseñanza de la UEPSA y por qué?**

- ❖ Al 22% le gusta la comprensión que el docente le da al estudiante.
- ❖ Al 13% le gusta la calidad de enseñanza que se imparte en la UEPSA.
- ❖ Al 12% le gusta mucho la Infraestructura.
- ❖ Al 8% le gusta el compañerismo que hay en la institución.
- ❖ Al 7% le gusta los diferentes clubes que cada año saca la UEPSA.

Estos son los aspectos más importantes tomados en cuenta por este grupo de estudiantes.

#### **11- ¿Qué es lo que más te gusta de la UEPSA y por qué?**

En realidad existen muchas cosas que les gustan a los estudiantes del nivel secundario, pero debido a los criterios divididos que estos tienen, a continuación se mencionarán los más importantes:

- A un 22% de los encuestados lo que más les gusta es la comprensión que presta el docente a los estudiantes.
- Al 13% le gusta la calidad y nivel de enseñanza que tiene la institución.
- Al 12% le gusta las instalaciones y la infraestructura en buen estado que tiene la institución.
- Al 8% le gusta el compañerismo que existe dentro de la institución no solo entre compañeros de curso, sino en general, se vive un ambiente agradable dentro de las instalaciones.
- El resto del porcentaje se encuentra dividido en cuanto a opiniones.

### **12- ¿Qué es lo que menos te gusta de la UEPSA y por qué?**

Existen opiniones divididas, es por eso que solo voy a mencionar los aspectos más importantes nombrados por este grupo de alumnos.

- La poca paciencia para enseñar de algunos maestros.
- No les gusta el bar, debido a que es poco higiénico y pequeño.
- El pequeño espacio de la institución.
- La personalidad y el mal ejemplo que proyectan algunos compañeros.
- Algunos maestros no tienen experiencia en la docencia.
- La atención al cliente de algunos departamentos, especialmente del Almacén.

### **13- ¿Qué otros servicios consideras debería ofrecer la UEPSA a parte del que ofrece actualmente?**

- Cursos de Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas.
- Creación de Nuevos clubes como el de Natación y Ajedrez.
- Transporte de Puerta a puerta.
- Creación de centro de convivencias estudiantiles.
- Máquina para hacer recargas para celular.
- Cursos de Natación.
- Cursos donde se dicten otros idiomas.

- Creación de una biblioteca completa.
- Cursos orientadores a la profesión universitaria.

**14- ¿Qué alternativa(s) propondrías para que mejore el servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado?**

Las alternativas propuestas son las siguientes:

- ❖ Mayor Publicidad: En medios que sean vistos, repartir boletines informativos.
- ❖ Ampliar la UEPSA: Construir más aulas.
- ❖ Casilleros para los deportistas.
- ❖ El actual es parecido al del colegio J.J.C
- ❖ Contratar nuevos maestros pero capacitados
- ❖ Tener clases de recuperación.
- ❖ Capacitación continúa para los maestros.
- ❖ Implementar laboratorios de Física y Química.
- ❖ Eliminar a los malos elementos de la UEPSA.
- ❖ No dar tantas facilidades para aprobar el año.
- ❖ Mejorar la calidad de enseñanza
- ❖ Crear nuevas carrera como Turismo Empresarial.
- ❖ Actividades recreativas.
- ❖ Como salir a estudiar la naturaleza, las plantas etc.
- ❖ Centro de Tareas Dirigidas y Nivelaciones

**2.5.3- Encuesta a los estudiantes egresados de séptimo de básica, del año lectivo (2008-2009).**

**Objetivos de la Investigación.**

- Recopilar información sobre las percepciones que tienen los egresados de séptimo de básica de la UEPSA con el objetivo de tener una idea de la imagen que proyecta la UEPSA en el mercado, en base a declaraciones y experiencias de los ex clientes.

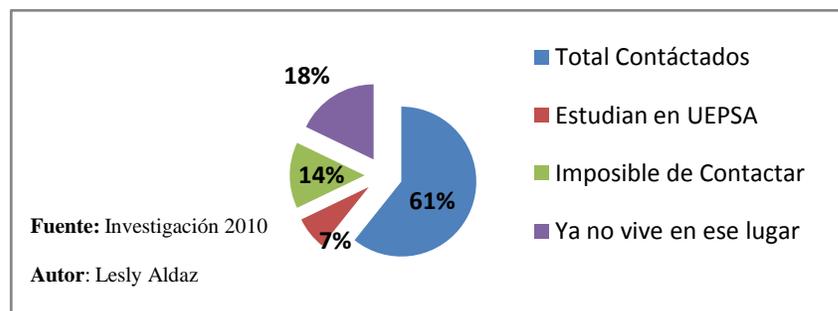
- Conocer si el servicio educativo que les ofreció la UEPSA, satisfacción o no con las necesidades y expectativas que tenían los estudiantes todo esto con el objetivo de proponer mejoras, las mismas que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional.
- Conocer los principales problemas académicos que tuvieron los estudiantes al momento de enfrentar el ambiente institucional de otro colegio con el objetivo de proponer mejoras al ámbito pedagógico de la UEPSA.
- Conocer los motivos por los cuales los estudiantes que formaron parte del Séptimo de básica de la UEPSA, decidieron ir a otros colegios, con el objetivo de eliminar esas barreras que provocan que los alumnos dejen de ser leales con la UEPSA

### ¿Cómo se realizó la encuesta?

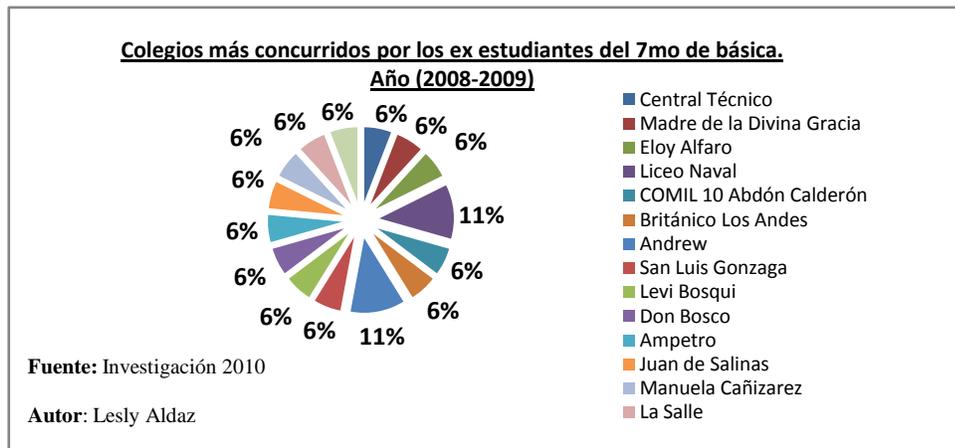
- Se solicitó a la señora secretaria de la institución las listas de los estudiantes de séptimo de básica año lectivo 2008-2009, con su respectiva información como dirección y número de teléfono.
- El número total de alumnos era de 28, pero se logró contactar apenas a 17, debido a que al resto fue difícil de encontrar, por varios motivos tales como: cambio de casa, migración, etc.
- Se procedió a realizar la encuesta vía telefónica.

A continuación se procederá a detallar las preguntas planteadas a los ex estudiantes localizados.

**GRAFICO 22: Ex Estudiantes de 7mo de Básica Encuestados Año Lectivo 2008-2009**



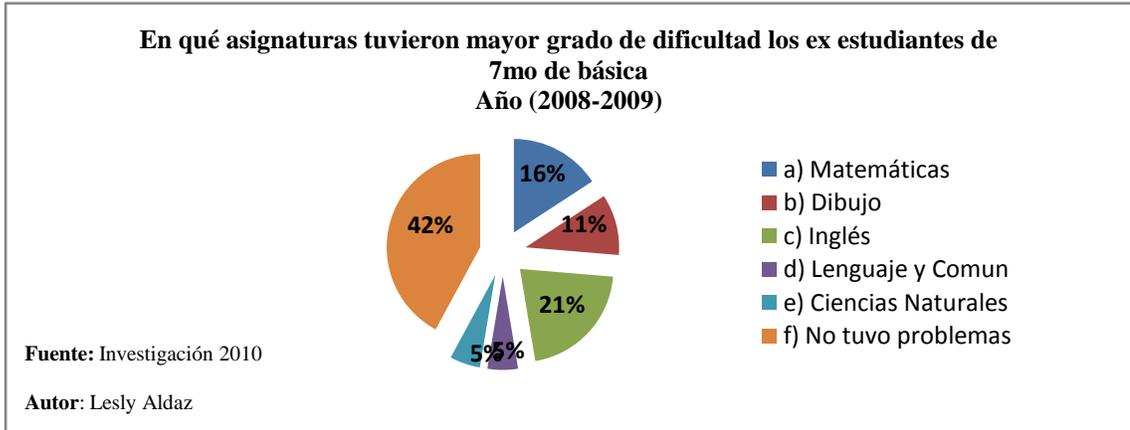
**GRAFICO 23: Colegios más concurridos por este grupo de estudiantes**



**Justificaciones al Porqué se cambiaron de colegio los estudiantes de 7mo de básica**  
**(2008-2009)**

- Porque la madre y padre decidieron cambiarle por la calidad de educación del otro colegio.
- La calidad de educación de la UEPSA es inferior a la de los colegios de Quito.
- Recibió mal trato por parte de los miembros de la UEPSA.
- Tuvo problemas con el maestro Gaspar Bolagay, ya que afirman que es una persona muy grosera y poco comprensiva.
- Se tuvo que cambiar de casa y por eso tuvo que cambiar de colegio.
- La UEPSA no contaba con transporte de puerta a puerta y por eso tuvo que cambiarse de colegio, ya que era en la tarde.
- Se cambió a otro colegio porque en el nuevo colegio se encontraban familiares del estudiante.
- Se cambió debido a influencias de los compañeros, como se dio cuenta que la mayoría de compañeros no se iban a quedar en la UEPSA, el estudiante también decidió cambiarse para no estar solo.
- Se dio cuenta que en la secundaria de la UEPSA, existían estudiantes que daban muy mal ejemplo y por eso decidió cambiarse.
- La UEPSA no cuenta con las especialidades que tienen otros colegios, como por ejemplo: Mecánica Automotriz, Industrial, Electrónica, electricidad.

**GRAFICO 24: Asignaturas en las que tuvieron mayor grado de dificultad.**



**Motivos por los que tuvieron problemas los estudiantes de 7mo de básica del año lectivo (2008-2009)**

- Los temas que dieron en la UEPSA, fueron demasiado básicos. Tuvieron que nivelarse particularmente.
- Los temas del otro colegio fueron más avanzados.
- No tenía bases de esta materia.
- En dibujo no tenía práctica en trabajar con madera.
- Los otros colegios tienen un nivel superior en este idioma
- En el nuevo colegio el inglés es más práctico que teórico.

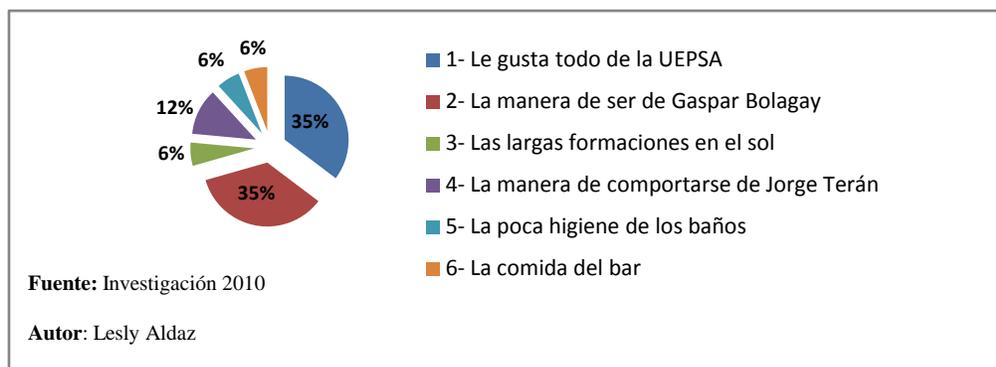
**¿Qué es lo que más les gustaba a los ex estudiantes de 7mo de básica de la UEPSA? Año (2008-2009)**

**GRAFICO 25: Lo que más les gustaba de la UEPSA a los ex estudiantes de 7mo de básica año Lectivo (2008-2009)**



## ¿Qué es lo que menos les gustaba a los ex estudiantes de 7mo de básica de la UEPSA? Año (2008-2009)

GRAFICO 26: Lo que menos les gustaba de la UEPSA a los ex estudiantes de 7mo de básica año Lectivo (2008-2009)



- **La manera de ser de Gaspar Bolagay:** El profesor Gaspar Bolagay es una persona muy grosera y no sabe tratar a las personas, desmotiva a los estudiantes a cumplir sus sueños.
- **La manera de comportarse de Jorge Terán.\*-** Aseguran que El Sr Jorge Terán es una persona que hace comentarios inadecuados frente de los estudiantes, como por ejemplo pone como tema general el sexo y hace bromas como " los hombres a trabajar las mujeres a la cocina", todo ha provocado malestar en los estudiantes y para evitar más problemas han optado por cambiarse de colegio.\*- Se creía muy ego centrista. \*- Era agresivo ya que mencionaba frases como mediocres y los bajoneava psicológicamente.
- **La comida del bar \*-** Venden comida chatarra y es perjudicial para la salud.

## ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS EGRESADOS DE 7MO DE BÁSICA DEL AÑOS LECTIVO 2008-2009 PARA QUE MEJORE EL SERVICIO EDUCATIVO QUE ACTUALMENTE OFRECE LA UEPSA EN EL MERCADO

- Que se ponga el transporte de puerta a puerta.
- Que se den cursos de tareas dirigidas a los estudiantes.
- Que mejore la calidad de enseñanza.
- Que los docentes se actualicen en base a bibliografía.

- Dictar frecuentemente cursos de capacitación para los maestros, ya que de esta forma los maestros se educarán en base a nuevas tendencias educativas.
- Implementar actividades como por ejemplo: En las vacaciones realizar cursos de nivelación y mejoramiento para entrar al nuevo año lectivo.
- Mejorar el Nivel de Inglés.
- Implementar materias relacionadas con Orientación personal.
- Crear nuevos clubes como el ajedrez, arte, pintura, periodismo.
- Contratar a maestros que tengan experiencia en el ámbito educacional y que sean 100% profesionales con título garantizado.
- Creación de nuevos laboratorios como son: de Ciencias. Física, Química e inglés.
- Que los licenciados aparte de ser profesores sean amigos de los estudiantes.
- Que algunos maestros aprendan a decir las cosas en las que están fallando los estudiantes, pero con mucha delicadeza y respeto.
- Que corrijan el área de el Almacén, debido a que la persona que atiende ahí es muy grosera, intransigente y se cree dueña de la UEPSA, se recomienda que le den un curso de atención al cliente o caso contrario pongan otra persona para que atienda el almacén.
- Preparar de mejor manera a los estudiantes de 6to curso, ya que tiene entendido que muchos de los estudiantes que ya egresaron en la UEPSA y salieron a la Universidad han tenido muchos problemas para ingresar a las diferentes instituciones.

#### **2.5.4- Encuesta a los estudiantes egresados de sexto curso, del año lectivo (2008-2009)**

##### **Objetivos de la Investigación.**

- ❖ Recopilar información sobre las percepciones que tienen los egresados de sexto curso de la UEPSA con el objetivo de tener una idea de la imagen que proyecta la UEPSA en el mercado, en base a declaraciones y experiencias de los ex clientes.

- ❖ Conocer si el servicio educativo que les ofreció la UEPSA, satisfacción o no con las necesidades y expectativas que tenían los estudiantes todo esto con el objetivo de proponer mejoras, las mismas que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional.
- ❖ Conocer los principales problemas académicos que tuvieron los estudiantes al momento de enfrentar el ambiente universitario, con el objetivo de proponer mejoras al ámbito pedagógico de la UEPSA.

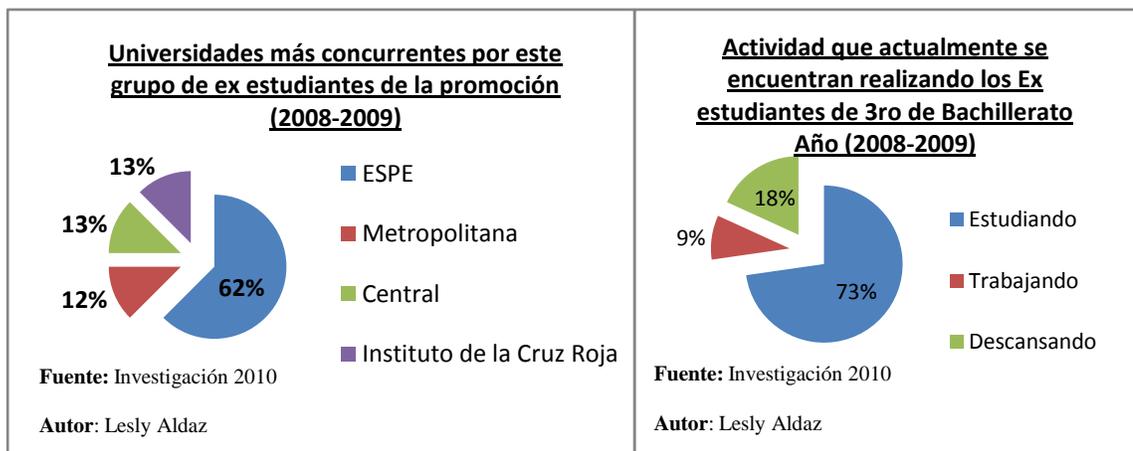
A continuación se van a detallar las respuestas que dieron los estudiantes que fueron encuestados del 3er año de bachillerato, del año lectivo 2008-2009.

El total de estudiantes era de 25 y se logró localizar a 11, esta encuesta fue idéntica al de los estudiantes de 7mo de básica Año (2008-2009)

**GRAFICO 27: Ex Estudiantes de 3ro de Bachillerato Encuestados Año Lectivo 2008-2009**



**GRAFICO 28: Universidades más concurridas por este grupo de ex estudiantes del Año Lectivo (2008-2009)**

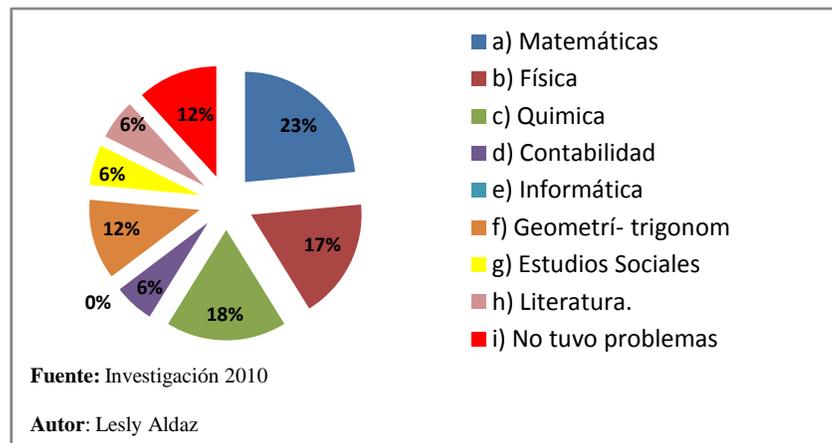


## Carreras que siguen en la Universidad

\*-Paramédica \*- Biotecnología, \*-Pre universitario, \*- Ciencias de la Educación \*- Mercadotecnia. \*- Ingeniería en Sistemas.\*- Administración de Empresas\*- Comunicación Social.

**Los estudiantes que se encuentran estudiando tuvieron problemas en algunas asignaturas, a continuación las voy a mencionar.**

**GRAFICO 29: Asignaturas con mayor grado de dificultad para los estudiantes de 3ro bachillerato Año (2008-2009)**

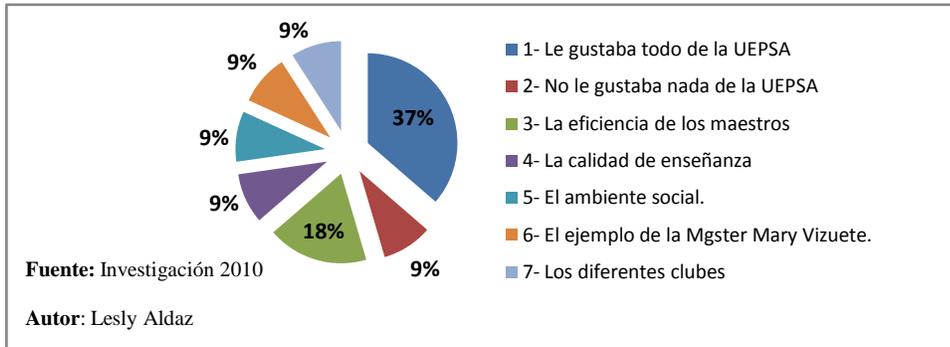


### Justificaciones a los principales problemas académicos.

- Los temas que dieron en la UEPSA, fueron demasiado básicos.
- El maestro era muy poco comprensivo.
- La metodología usada por el maestro ya está caducada, en relación a las nuevas tendencias educativas.
- La metodología de enseñanza ya no es la adecuada, y sugieren que se debe innovar la metodología de enseñanza.
- En la universidad les tomaron temas actualizados y relacionados a la realidad.
- En la UEPSA no les enseñaron ni lo básico.
- No tuvo bases para entrar a la Universidad.

**¿Qué es lo que más les gustaba a los ex estudiantes de 3ro de bachillerato (2008-2009) de la UEPSA?**

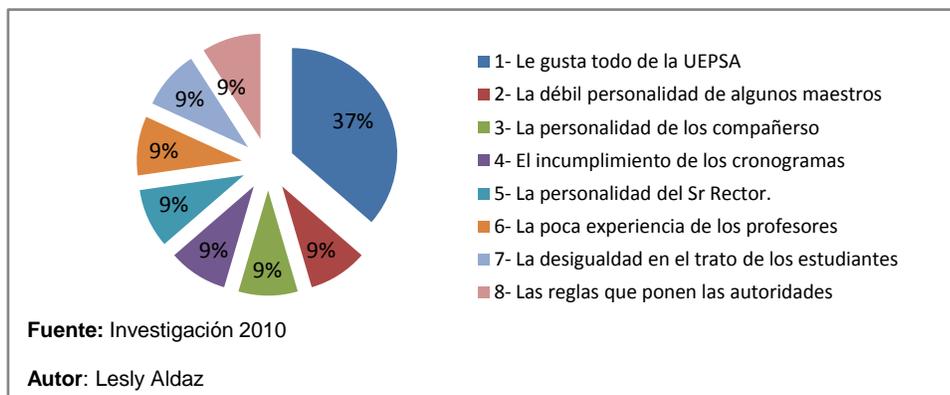
**GRAFICO 30: Lo que más les gustaba a los estudiantes de 3ro de bachillerato Año (2008-2009)**



- **No le gustaba nada de la UEPSA-** Estaba obligada a estar en el colegio, piensa que se equivocó de colegio.
- **La calidad de enseñanza-** Es muy buena y basada en valores, la paciencia para enseñar de los docentes.
- **El ejemplo de la Magíster Mary Vizuite.** Es una persona de mucho respeto, muy ejemplar y motivador para los estudiantes.
- **Los diferentes clubes-** La banda de guerra, ya que les permitían demostrar sus talentos.

**¿Qué es lo que menos les gustaba a los ex estudiantes de 3ro de bachillerato (2008-2009) de la UEPSA?**

**GRAFICO 31: Lo que menos les gustaba a los estudiantes de 3ro de bachillerato Año (2008-2009)**



- **La personalidad de los compañeros** - Algunos eran mal educados y dañaban a los demás.

- **El incumplimiento de los cronogramas** - Los maestros muchas de las veces no cumplían con el cronograma debido al retraso que se presentaba porque algunos compañeros no entendían las clases y esto provocaba que se estanque y no se avance académicamente.
- **La personalidad del Sr Rector.** - Se creía muy ego centrista, era agresivo ya que mencionaba frases como mediocres y los bajoneava psicológicamente.\*- Es una persona muy cerrada y no acepta criterios de otros.
- **La poca experiencia de los profesores** Algunos maestros parece que no eran profesionales, debido a que tenían dificultad para explicar las materias.
- **La desigualdad en el trato de los estudiantes** - Por motivo de embarazo hubo mucha discriminación. \*- Incluso no pudo ni jurar la bandera.

**ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS EGRESADOS DE 6TO CURSO DEL AÑO LECTIVO 2008-2009 PARA QUE MEJORE EL SERVICIO EDUCATIVO QUE ACTUALMENTE OFRECE LA UEPSA EN EL MERCADO.**

- ❖ Que los profesores incentiven en los estudiantes el Liderazgo Empresarial y laboral en general pero positivo.
- ❖ El incentivo a los estudiantes a ser buenos seres humanos.
- ❖ Evaluar al personal que labora en UEPSA, debido a la poca experiencia de algunos empleados.
- ❖ Controlar con más frecuencia lo que se refiere a disciplina y responsabilidad.
- ❖ Fortalecer los temas de todas las materias, especialmente de las siguientes: Matemáticas, Física, Química e Inglés, ya que fueron en las asignaturas que mayor problema tuvieron al momento de ir a la Universidad.
- ❖ Actualización de todas las metodologías de enseñanza, basada en las nuevas tendencias de la educación, en el mercado.
- ❖ Mejorar el nivel de inglés, debido a que el de la UEPSA es demasiado deficiente.
- ❖ Dictar varias asignaturas en inglés, como por ejemplo Ciencias Naturales, Estudios Sociales, con el objetivo de fortalecer mejor esta área.
- ❖ Realizar más actividades extracurriculares.

- ❖ Dar orientación a los estudiantes, con el fin de que estén bien guiados para enfrentar los retos de la vida.
- ❖ Exigir más a los estudiantes, ya que muchos estaban enseñados al facilismo, y eso a lo largo proyecta una mala imagen de la institución.
- ❖ Se debe hacer cumplir las normas establecidas por la UEPSA y no dejarse mandar ni mucho menos intimidar por los estudiantes.
- ❖ Que los docentes se actualicen en base a bibliografía universitaria.
- ❖ Como se puede observar los ex estudiantes realizaron todas las propuestas ya mencionadas en base a las experiencias propias, ya vividas.

#### **2.5.5- Encuesta a los padres de familia, periodo (2009-2010).**

##### **Objetivos de la Investigación.**

- ❖ Recopilar información sobre las percepciones que tienen los padres de familia de la UEPSA con el objetivo de tener una idea de la imagen que proyecta la UEPSA en el mercado.
- ❖ Conocer si el servicio educativo que ofrece la UEPSA, está satisfaciendo o no con las necesidades y expectativas que tienen los padres de familia, todo esto con el objetivo de proponer mejoras, las mismas que contribuirán al fortalecimiento de la imagen institucional.

##### **¿Cómo se realizó la encuesta?**

- Se solicitó a la señora guardalmacén de la institución las listas de los padres de familia de la institución del año lectivo 2009-2010,
- Se pudo determinar que existieron 320 padres de familia.
- Se aplicó la fórmula del muestreo aleatorio simple.
- Se aplicó la fórmula del muestreo aleatorio simple.

DATOS	
DESCRIPCIÓN	VALORES
N	401
P (éxito)	0,5
q (fracaso)	0,5
z	1,96
Error	0,05

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

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**Fuente:** UEPSA, Documento de Comité de Padres de Familia año lectivo 2009-2010.

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.15) * (0.85) * (320)}{(0.05)^2 * (320-1) + (1.96)^2 * (0.15) * (0.85)} = \frac{156.74}{0.7975 + 0.4898}$$

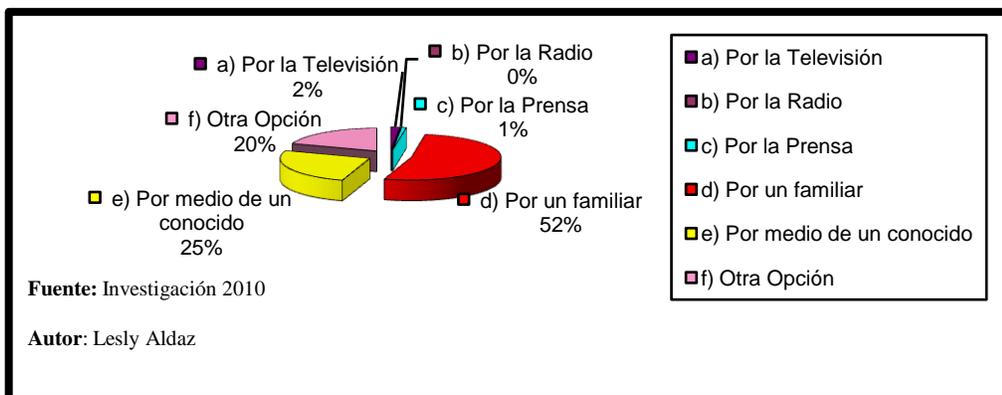
$$n = \frac{156,74}{1.287304} \quad n = 121,75 \quad n = \mathbf{122} \text{ Padres de Familia.}$$

- Deberán ser encuestados 122 padres de familia entre el nivel primario y secundario de la UEPSA.
- Luego se procedió a realizar un muestreo aleatorio simple de los padres, y por ende se comenzó a buscar a los seleccionados.
- Las encuestas fueron realizadas en las instalaciones de la UEPSA, entre estas tenemos el departamento de la biblioteca.
- Se tuvo que acudir a las demostraciones de natación ya que ahí llegaban los padres de familia a ver a sus hijos.
- Se encuestó en las sabatinas y casas adentro de los estudiantes, debido a la dificultad para localizar a los padres de familia.

A continuación se procederá a mencionar las preguntas con sus respectivas interpretaciones de la encuesta que fue aplicada a los padres de familia.

## 1- ¿Cómo se enteró del servicio educativo que ofrece la UEPSA?

**GRAFICO 32: Medios por los cuales se enteraron los Padres de Familia de los servicios educativos que ofrece la UEPSA?**



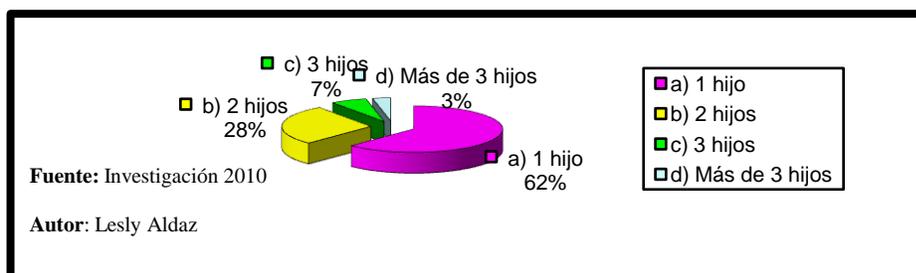
### INTERPRETACIÓN

- El 52% se enteró por medio de un familiar.
- El 25% se enteró por medio de un conocido de la familia.
- El 20% se enteró por medio de un familiar que trabaja en UEPSA, o por experiencias propias vividas de los padres de familia.
- El 2% se enteró por medio de la TV.
- Y el 1% se enteró por medio de la prensa.

Lo que quiere decir que un grupo muy reducido se enteró por la Televisión o por la Radio, esto se debe a que la UEPSA, ha puesto un anuncio publicitario en estos medios, pero en aquellos que tienen muy poca sintonía por parte de la población de Rumiñahui. Lo cual ha estado provocando un gasto en vano, lo mismo que perjudica radicalmente a las utilidades de la institución.

## 2- ¿Actualmente cuántos hijos tiene estudiando en la Institución?

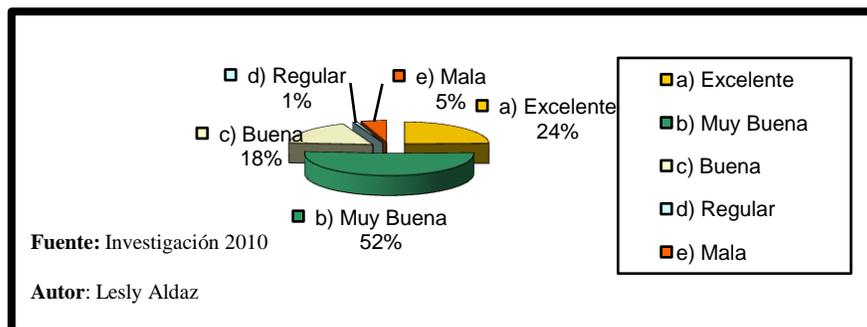
**GRAFICO 33: Promedio de Hijos que tiene los Padres de Familia encuestados en la UEPSA**



**3- Evalúe los siguientes aspectos que conforman la UEPSA y explique el por qué de su calificación.**

**3.1- La atención que le brinda la UEPSA, cuando usted asiste a esta es:**

**GRAFICO 34: Calificación a la atención que reciben los padres de familia cuando asisten a la UEPSA**



### **INTERPRETACIÓN**

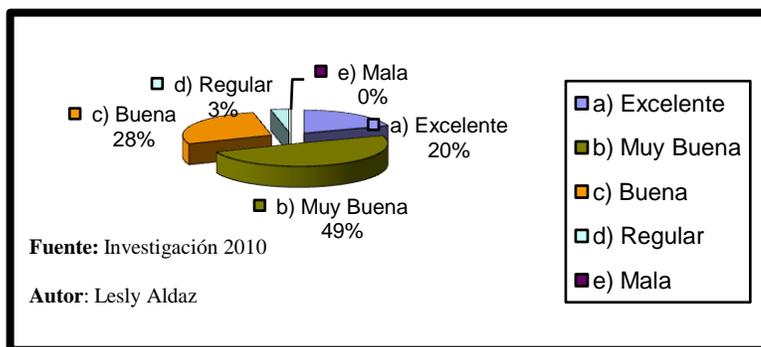
De este grupo de encuestados el 76% afirmó recibir una buena atención por parte de los que conforman la UEPSA, debido a que todos ahí son muy amables, respetuosos, amigables, cordiales, puntuales y muy organizados.

El 24% restante dijo que no ha recibido una buena atención debido a lo siguiente:

- Son poco comprensibles, muy groseros.
- La Sra. Laura Espinosa, del Almacén, es muy déspota, se le recomienda recibir un curso de RRHH.
- Sacan mucho dinero, durante el transcurso del año lectivo.
- Algunos docentes deben prepararse mejor.
- Cuando se necesita algo del almacén, la persona encargada jamás de encuentra ahí.
- Algunos docentes se creen muy importantes y cuando se les saludo casi ni contestan el saludo.
- El centro médico da malos diagnósticos y son poco pacientes para atender.

### 3.2- La infraestructura que posee la UEPSA es:

**GRAFICO 35: Calificación a la infraestructura de la UEPSA por parte de los Padres de Familia**

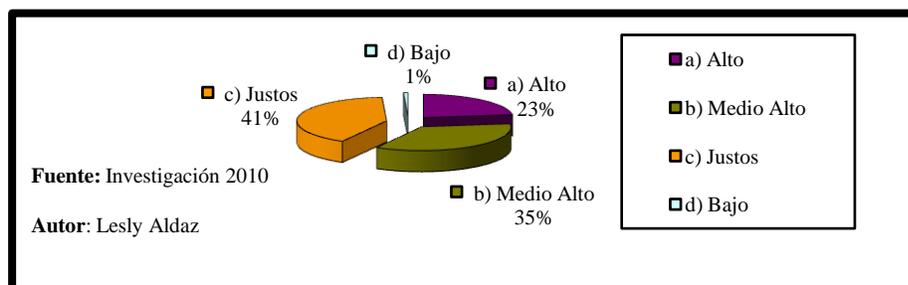


### INTERPRETACIÓN

El 58% de este grupo de encuestados manifestó que la UEPSA, se encuentra en perfectas condiciones y está muy bien distribuida, el 42% restante dice que a pesar de estar en muy buenas condiciones falta espacios, ya que es muy pequeña.

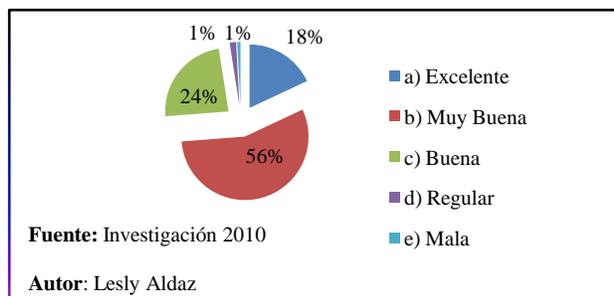
### 4- Califique el precio, tomando en cuenta la calidad del servicio educativo que ofrece la UEPSA

**GRAFICO 36: Calificación que dan los Padres de Familia al Precio de las Pensiones**



### 5- Califique la calidad del servicio educativo que brinda la UEPSA y explique el por qué de esa calificación.

**GRAFICO 37: Calificación que dan los Padres de Familia al Servicio Educativo que brinda la UEPSA**

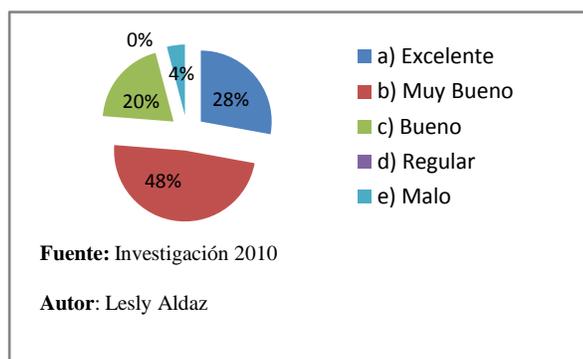


## INTRERPRETACIÓN.

De este grupo de encuestados el 74% manifestó que la UEPSA tienen un buen nivel de enseñanza, el 15% dijo que falta más exigencia por parte de los maestros hacia los estudiantes, el 6% dijo que no todos los maestros son buenos profesionales, el 5% restante manifestaron que los docentes no cumplen con un programa de estudio.

### **6- La atención que usted recibe por parte de los maestros cuando necesita hablar o relacionarse con ellos es:**

**GRAFICO 38: Calificación que dan los Padres de Familia a la atención que reciben por parte de los maestros**



## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 82% de los padres de familia afirmaron recibir un buen trato por parte de los maestros, ya que cuando necesitan que los atiendan los profesores son personas, muy cordiales y amables, siempre están dispuestos al diálogo y cuando lo necesitan les dan buenos consejos.

El 17% de los padres de familia dice que cuando han necesitado relacionarse o hablar con los maestros no ha recibido un buen trato, debido a que algunos maestros son muy groseros, no prestan atención cuando se habla con ellos, no tienen buena predisposición para atender.

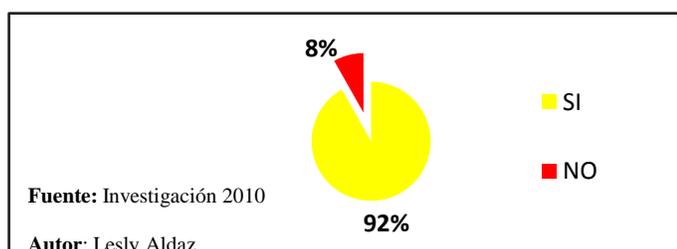
Este grupo de padres de familia nombran algunos maestros, entre estos voy a mencionar a los siguientes:

- Al maestro de educación física no le gusta atender a los padres de familia.
- El señor director es una persona muy seria, debería ser más abierto.
- La señora del Almacén debe ser más educada y atender de una mejor manera al cliente.
- El licenciado de matemáticas debe ser más comprensivo tanto con los padres de familia como con los estudiantes.

Y el 1% de los padres de familia dicen que no conocen los horarios de atención de los profesores, y que debería existir eso, hasta para que ellos puedan organizar mejor su tiempo y poder hablar con ellos

### 7- ¿Considera usted que la UEPSA es una institución capaz de brindar eficientemente el servicio educativo y satisfacer sus expectativas?

**GRAFICO 39: ¿Consideran los Padres de Familia que la UEPSA es una institución capaz de brindar eficientemente el servicio educativo?**



### INTREPRETACIÓN.

Como se puede observar en el gráfico el 92% de los padres de familia encuestados, tienen buenas expectativas de la UEPSA, lo cual es un porcentaje muy representativo, y positivo para la institución.

### 8- ¿Qué es lo que más le gusta de la institución y por qué?

Existen opiniones divididas, es por eso que solo voy a mencionar los aspectos más importantes nombrados por este grupo de padres de familia

- ❖ Al 20% le gusta la calidad de Educación y Enseñanza.
- ❖ Al 18% La Puntualidad para cada uno de sus eventos.
- ❖ Al 12% le gusta la Infraestructura.

- ❖ Al 11% le gusta los eventos sociales que organiza la UEPSA.
- ❖ Al otro 11% le gusta el ambiente que se respira en la UEPSA.
- ❖ Al 28% restante le gusta otros aspectos, entre estos tenemos:
  - El aseo de la institución.
  - La enseñanza religiosa.
  - El incentivo al deporte y la disciplina.

### 9- ¿Qué es lo que menos le gusta de la institución y por qué?

Igualmente existen opiniones divididas, es por eso que solo voy a mencionar los aspectos más importantes nombrados por este grupo de padres de familia.

- ❖ El precio de la pensión.
- ❖ La preferencia de algunos profesores a los alumnos.
- ❖ El servicio del Bar, ya que no venden comida Nutritiva.
- ❖ La atención que otorga el doctor en el Departamento Médico.
- ❖ La Maestra de Inglés Verónica Chacón. , debido a que no tiene buen método de enseñanza y es un poco grosera.
- ❖ La atención que da la Encargada del Almacén, ya que no tiene educación ni carisma para atender, es muy abusiva y grosera.
- ❖ Las cuotas que pide el comité de padres de familia
- ❖ Vocabulario de los estudiantes, ya que son muy mal hablados.
- ❖ El Espacio Físico, es muy pequeño.
- ❖ La atención que brinda la parte Administrativa de la UEPSA\*- Las personas que están a cargo de la administración tienen un pésimo carácter.
- ❖ El trato que brinda el personal docente, no son cordiales.
- ❖ El facilismo que dan los profesores a los estudiantes para aprobar el año lectivo, esto proyecta una mala imagen para la institución.
- ❖ La impuntualidad que tienen los estudiantes de primaria y secundaria.
- ❖ Algunos padres de familia no quieren colaborar en los procesos educativos.

**10- ¿Qué otros servicios considera usted, que la UEPSA debería ofrecer a parte del que actualmente ofrece?**

Entre estos se mencionarán los siguientes:

- Creación de Cursos, como por ejemplo de Arte, dibujo y música.
- Implementación del Recorrido de Puerta a Puerta, hacia varias rutas del cantón.
- Creación de Clubes y Talleres, como por ejemplo de Ajedrez, Pintura, Danza y Karate, etc.
- Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas
- Reformar los procesos del Departamento médico, mejorando así la atención al cliente y tomar en cuenta los horarios de Atención.
- Creación de nuevas carreras como: Mecánica y Turismo .
- Creación de un centro de Manualidades Actuales, para poder realizar bolsos, bisutería, tarjetas, y bordado
- Creación de un Centro de Capacitación Privada, donde se impartan, temas de diferentes áreas, las cuáles sean dictadas por personas capacitadas.
- La contratación de un psicólogo infantil, para que pueda ocuparse del ciclo básico.
- Creación de un curso donde se dicten diferentes lenguas.
- Creación de un centro de Convivencias para padres e hijos.
- UEPSA a distancia.

**11- ¿Qué alternativa(s) propondría usted para que mejore el servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado?**

Entre estas se mencionaron las siguientes:

- ✓ Que los profesores sigan capacitándose con frecuencia.
- ✓ Dar charlas de sexualidad a los Alumnos.
- ✓ Controlar con más cuidado a los estudiantes y eliminar al mal ejemplo.
- ✓ Promocionar a la UEPSA, a través de los propios estudiantes.
- ✓ Preparar a los estudiantes para que ganen concursos colegiales, para que de esa manera sean reconocidos en el mercado.

- ✓ Mejorar la atención que brinda cada departamento de la UEPSA.
- ✓ Evaluar al personal que labora en UEPSA, para verificar si están aptos tanto profesional como humanamente para desempeñar su cargo.
- ✓ Implementar otros servicios como Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas.
- ✓ Crear otras especialidades.
- ✓ Que todos los estudiantes sean tratados por igual
- ✓ Mejorar el Nivel de Inglés.
- ✓ No dar tantas facilidades para aprobar el año, especialmente en el colegio.
- ✓ Realizar proyectos de Campo como por ejemplo en el área agrícola, avícola, porcino, etc.
- ✓ Servicio a la Comunidad.

#### **2.5.6- Encuesta a los empleados de la UEPSA.**

##### **Objetivos de la Investigación.**

- Conocer si el personal docente, administrativo, médico y de limpieza, tienen la preparación académica y humana para desempeñar sus funciones con el fin de calificar o evaluar su eficiencia.
- Conocer las opiniones de los empleados sobre los equipos, materiales, insumos, instrumentos, entre otros, con los que cuenta la UEPSA, con el fin de determinar si disponen de lo necesarios para realizar su trabajo con eficiencia.
- Examinar la situación actual del Talento Humano para conocer si cuenta con la debida motivación y de esta manera pueden ofrecer los mayores beneficios a los clientes.

##### **¿Cómo se realizó la encuesta?**

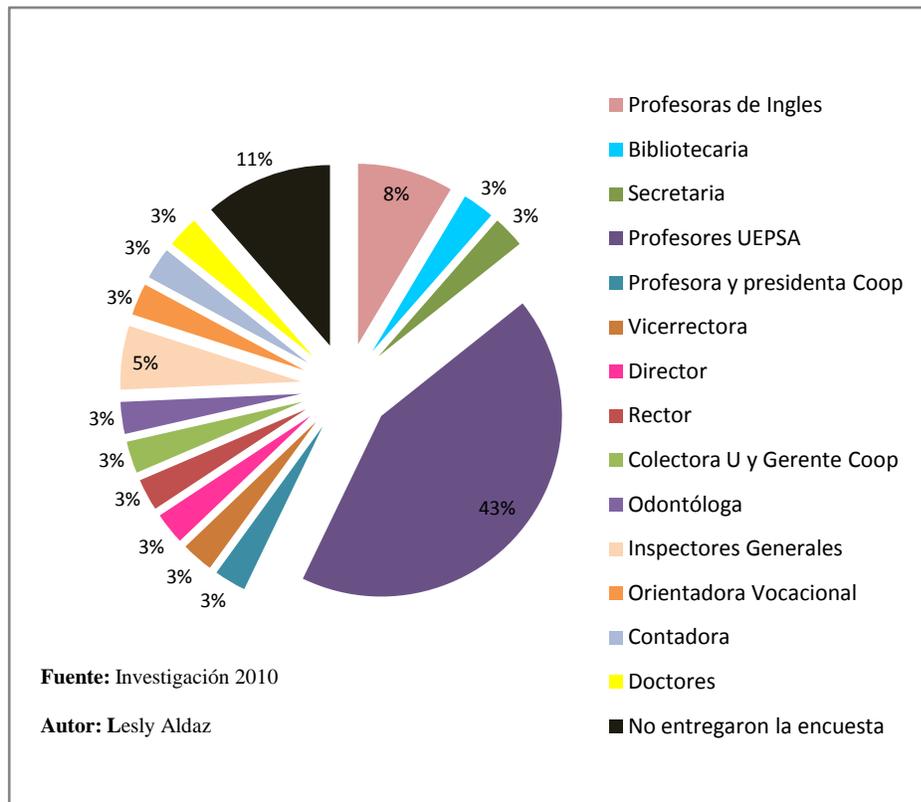
- ✓ Para realizar esta encuesta se pidió autorización al señor rector de la institución.
- ✓ Se procedió a pedir una lista de los empleados que laboran para la unidad, y en base a esta se fue ubicando al personal.

- ✓ Se buscó horas de recreo o se entregaba las encuestas a los empleados para que las llenen en las horas que ellos consideraban necesarias.
- ✓ El único inconveniente es que un grupo muy reducido de empleados no entregaron la encuesta, esto debido a que no querían comprometerse con la información que tenían que dar.

A continuación se procederá a mencionar la pregunta con su respectiva respuesta e interpretación.

### 1- ¿Qué cargo ocupa en la UEPSA y en la Cooperativa?

**GRAFICO 40: Cargos que los empleados ocupan en la Cooperativa o en la Unidad**

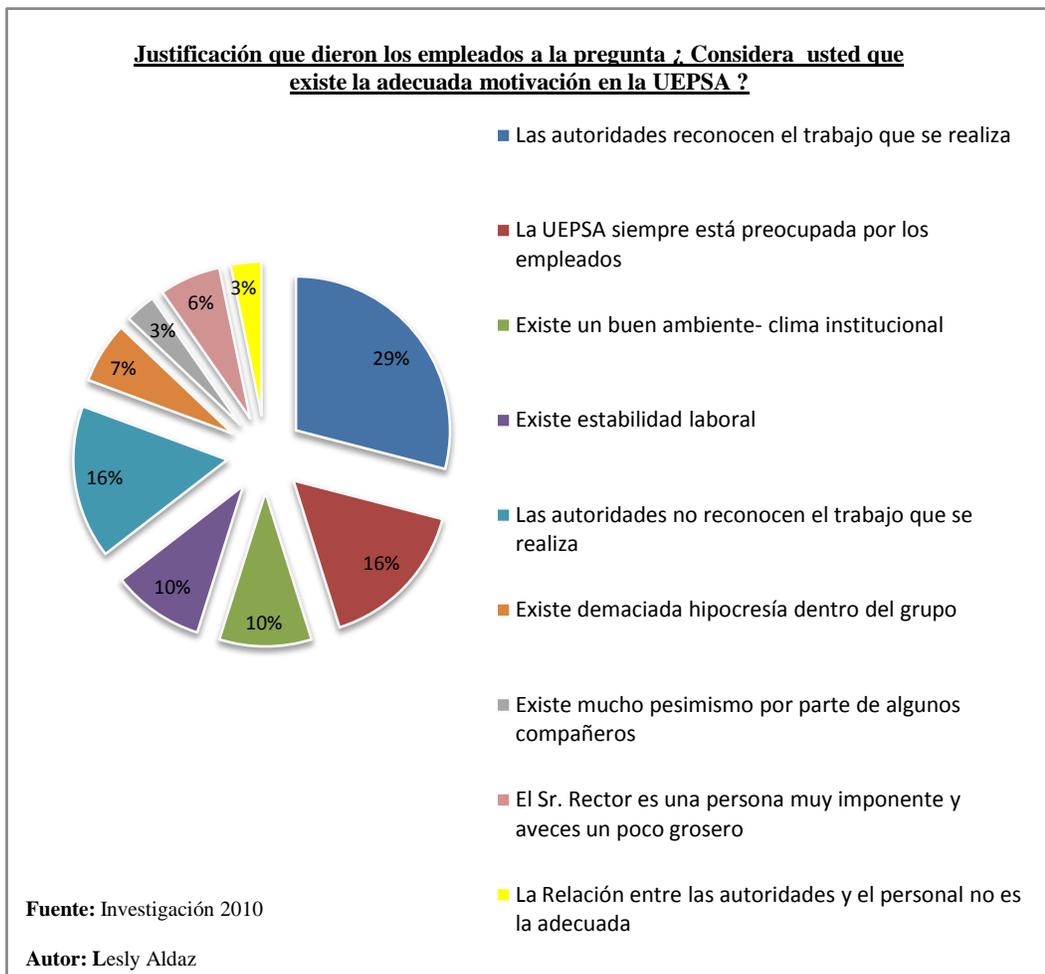


2- ¿Considera usted que existe la adecuada motivación para los empleados de la UEPSA?

GRAFICO 41: La Motivación de los empleados de la UEPSA



GRAFICO 42: Justificación a la Motivación o Desmotivación



### 3- ¿Cómo se siente anímicamente dentro de la UEPSA?

GRAFICO 43: ¿Cómo se sienten anímicamente los empleados de la UEPSA?

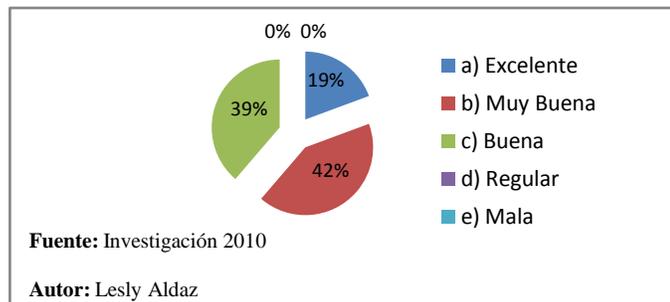


#### INTERPRETACIÓN

De todo este grupo, el 68% dijo que se siente a gusto haciendo su trabajo, el 10% dijo que existe mucho compañerismo, pero el 7% indicó que existe mucha hipocresía dentro del grupo, lo que impide un trabajo en equipo adecuado, el resto expresó que existe mucho apoyo por parte de las autoridades, que son evidentes los logros de tanto esfuerzo.

### 4- ¿Cómo calificaría la relación interpersonal que tiene usted con sus compañeros de trabajo y justifique el por qué de su calificación?

GRAFICO 44: Calificación a la relación interpersonal que tienen los empleados con los compañeros



#### INTERPRETACIÓN

Entre lo más importante se tienen que, de todo este grupo, el 91% dice que trata de llevarse con todos, respetando sus opiniones y diferentes manera de pensar, el resto manifestó que existe mucho individualismo y poca sinceridad dentro del grupo.

**5- Si tuviera la oportunidad de recibir capacitación. ¿Qué temas de capacitación considera que necesitaría y por qué?**

**TEMAS DE CAPACITACIÓN, PROPUESTOS POR LOS EMPLEADOS DE LA  
UEPSA**

Es muy importante aclarar que cada empleado ha dado varios temas de capacitación, considerando como punto de partida su especialidad y de ahí otras necesidades, es por eso que voy a clasificar los temas por áreas.

**ÁREA DOCENTE.**

- Estrategias para poder trabajar con estudiantes que tienen problemas de aprendizaje, con el objetivo de mejorar en este ámbito.
- Planificación y Evaluación por competencias, ya que se necesita pulir estos temas.
- Proyectos educativos motivadores, debido a que si es importante conocer de proyectos en general, pero se considera que es mejor que se traten proyectos relacionados con la educación.
- Estrategias Metodológicas para el aprendizaje, para que a través de esto se pueda brindar una mejor calidad de educación para los estudiantes.
- Inclusión educativa, debido a que se asegura que aproximadamente más del 50% de los alumnos de la UEPSA tienen diferentes tipos de problemas.

**ÁREA ADMINISTRATIVA.**

- NIC (Normas Internacionales de Contabilidad), y Atención al Cliente, para que a través de esto se sepa un poco de las normas de contabilidad y también se aprenda a tratar a los clientes de una mejor manera, ya que como dice el refrán el cliente, sea lo que sea siempre tiene la razón.
- Etiqueta y Protocolo, con el objetivo que los estudiantes aprendan a tener buenos modales, tanto dentro como fuera de la institución.

## **ÁREA CONTABLE.**

- Temas relacionados con Tributación, a través de esto se puede conocer varias alternativas que pueden beneficiar a la UEPSA y conocer de que aspectos se debe de cuidar la institución, todo esto con el fin de no tener problemas legales con el Fisco.

## **ÁREA PSICOLOGÍA.**

- Últimos adelantos de la Psicología, para conocer las últimas tendencias en esta rama y poder aplicar los nuevos conocimientos a la UEPSA.
- Terapias Familiares, para poder proponer soluciones de cambio y mejoramiento para las relaciones familiares de los estudiantes.

## **ÁREA TECNOLÓGICA- INFORMÁTICA.**

- Actualización de Tecnología e Informática, con el objetivo de estar con la tecnología al día, aplicación Multimedia,

## **ÁREA MÉDICA Y ODONTOLÓGICA.**

### **Odontológica.**

- Temas de actualidad relacionados con la Odontología, para poder aplicar estos nuevos conocimientos en los estudiantes.

### **Médica.**

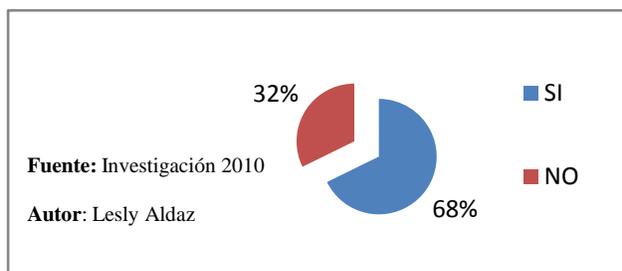
- La Nutrición en Niños y Adolescentes, con el objetivo de conocer y hacer campañas dentro de la UEPSA impulsando a la alimentación nutritiva.
- La Sexualidad en la adolescencia, con el objetivo de aplicar estos conocimientos en los estudiantes y sobre todo tratar de reducir el índice de niñas embarazadas dentro de la institución.

## PARA TODO EL PERSONAL.

- Cursos de Relaciones Humanas, con el objetivo de lograr formar un verdadero grupo de trabajo.
- Elaboración y Ejecución de Proyectos, ya que cuando una persona se actualiza en este tema, logra complementar a su profesión una parte para alcanzar el éxito profesional, a través de los proyectos una persona puede lograr mejoras en las empresas e incluso en la vida personal.
- Temas relacionados con Marketing Institucional, debido que a través de este se puede conocer varios temas como el posicionamiento, la demanda, la competencia, la oferta, posibles clientes, entre otros aspectos que involucran a la UEPSA.
- Cómo atender a los estudiantes con capacidades especiales, con el objetivo de saber cómo tratar algunos estudiantes dentro de la UEPSA.
- El liderazgo positivo, debido a que es fácil ser líder pero muy pocos saben ser líderes positivos.
- La asimilación del conocimiento, para poder enseñar a los estudiantes como prepararse de una manera más fácil para sus pruebas y exámenes.
- La convivencia con los compañeros, para que de esta manera mejore la relación interpersonal que existe entre compañeros en la UEPSA.

### 6- ¿Cuenta usted con los materiales, insumos, instrumentos, entre otros, necesarios para realizar su trabajo con eficiencia?

**GRAFICO 45: ¿Cuentan los empleados con los implementos necesarios para ejecutar su labor en la institución?**



## INTERPRETACIÓN

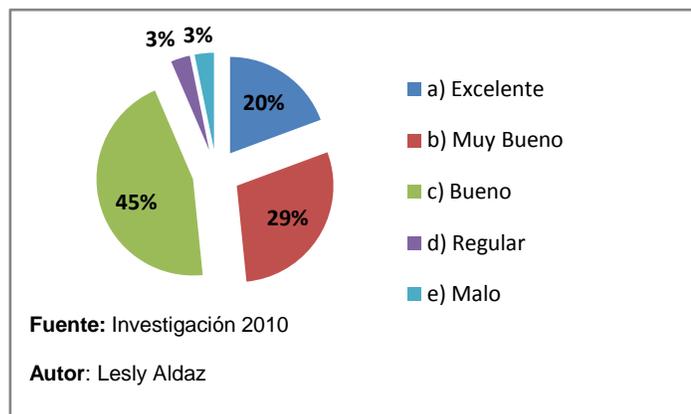
**El 32% de los empleados que contestaron que no cuentan con los insumos, instrumentos, entre otros necesarios, lo hicieron por los siguientes motivos:**

- Se necesita una sala de audiovisuales propia para el área de inglés.
- Se necesita un Salón con los implementos necesarios para el área de Música.
- Falta Bibliografía actualizada y material didáctico para el área de Química.
- Se necesita de un espacio más amplio para colocar las cosas que corresponden al almacén.
- Se necesita de baterías psicológicas y de una computadora para el área del DOBE.
- Los maestros y maestras necesitan material didáctico de Ciencias Naturales y Sociales, para la ejecución de sus clases.
- Se necesita de un Laboratorio de CCNN más completo.
- Se debe otorgar los pupitres adecuados a los niños.

**7- Evalúe el desempeño de los siguientes departamentos y menciona el por qué de su calificación**

### 7.1- DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

**GRAFICO 46: Calificación al Departamento de Contabilidad por parte de los empleados de la UEPSA**



## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 61% que manifestó que la contadora se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

### **La encargada de este departamento:**

- Cumple a cabalidad con su labor, y es muy puntual en los pagos.
- Para que este departamento mejore necesita la colaboración de todos.
- Conoce de su área y proporciona un buen trato a los demás.

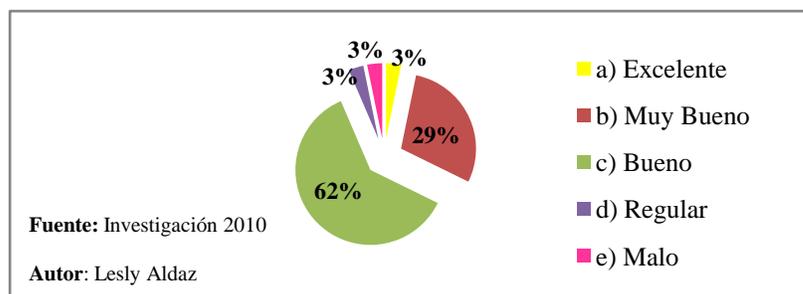
El 39% que manifestó que no se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

### **La encargada de este departamento:**

- No presenta propuestas para mejorar los ingresos de la UEPSA.
- No exige un manejo contable minucioso.
- No realiza tareas que se enrumben al mejoramiento.
- Siempre se atrasa en los Balances y Pagos.
- Falta la elaboración de un proyecto de Presupuestos.
- No existe una planificación estratégica y comete errores.
- Falta de eficiencia, de compañerismo no trata a todos por igual.

## 7.2- DEPARTAMENTO DEL DOBE (ORIENTACIÓN Y BIENESTAR ESTUDIANTIL)

**GRAFICO 47: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del DOBE**



## INTERPRETACIÓN

De este grupo de encuestados el 49% que manifestó que se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

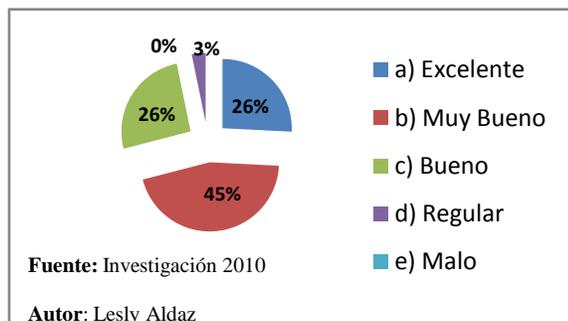
- Siempre está pendiente de los estudiantes del Nivel Secundario.
- Trata de solucionar problemas y dificultades de los estudiantes.

El 51% manifestó que no se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

- Este departamento necesita una persona con mayor experiencia en jóvenes con dificultades.
- El nivel primario carece del servicio de este departamento.
- La Doctora, no brinda confianza a los jóvenes estudiantes.
- Se debe preocupar por el seguimiento oportuno de los problemas de los estudiantes.
- No existe charlas y conferencias productivas para los estudiantes
- Se necesita mayor tiempo de atención en este departamento.

### 7.3- DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN

**GRAFICO 48: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de la Dirección**



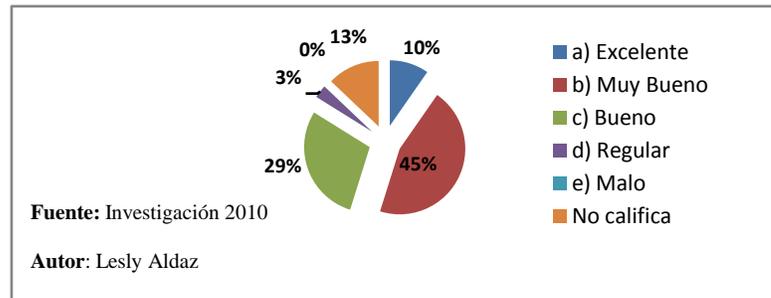
## INTERPRETACIÓN

El 74% de este grupo de encuestados manifestaron que el señor director es un buen líder, ya que es una persona muy organizada, ordenada, la misma que siempre realiza evaluaciones y seguimientos a los docentes, soluciona problemas con facilidad, y el 26%

restante dijo que falta mucha comunicación entre la dirección y el personal docente, algunas veces el director tiene mal carácter.

#### **7.4- DEPARTAMENTO DE INSPECCIÓN**

**GRAFICO 49: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de Inspección**



#### **INTERPRETACIÓN**

De este grupo de encuestados el 55% que manifestó que se NO se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

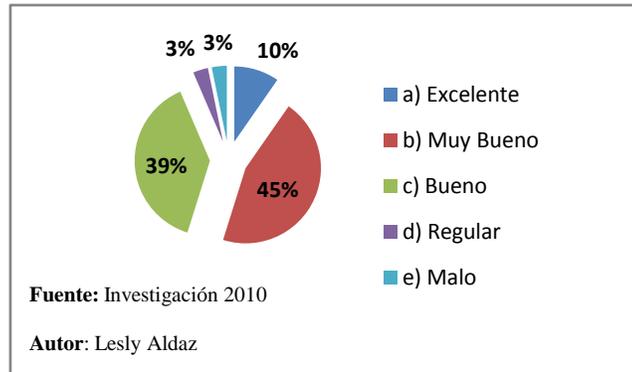
- No hay un correcto control de la conducta de los estudiantes.
- No conoce lo suficiente a la UEPSA, necesita aprender más.
- Falta más control en la puntualidad del Personal de la institución.
- Debe mejorar la coordinación de todas las actividades.
- Falta mucha comunicación., con todos los empleados.

El 45% manifestó que **SI** se desempeña bien en su puesto de trabajo, debido a lo siguiente:

- Es muy puntual y cumple con su trabajo.
- Siempre está controlando las actividades de los estudiantes.
- Sobre todo es muy cordial y educado.

## **7.5- DEPARTAMENTO MÉDICO**

**GRAFICO 50: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento Médico**



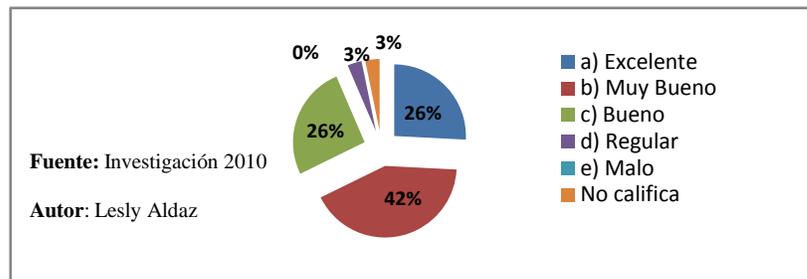
### **INTERPRETACIÓN**

El 48% de los encuestados dijeron que este departamento da un buen servicio, debido a que es muy paciente, educado y da una atención inmediata.

El 23% dijo que da un mal servicio, debido a que algunas de las veces son groseras y poco cordiales, y existe una escasa propuesta de proyectos nuevos para este departamento. El 29% restante dice que los horarios de atención son demasiado cortos.

## **7.6- DEPARTAMENTO ODONTOLÓGICO.**

**GRAFICO 51: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento Odontológico.**



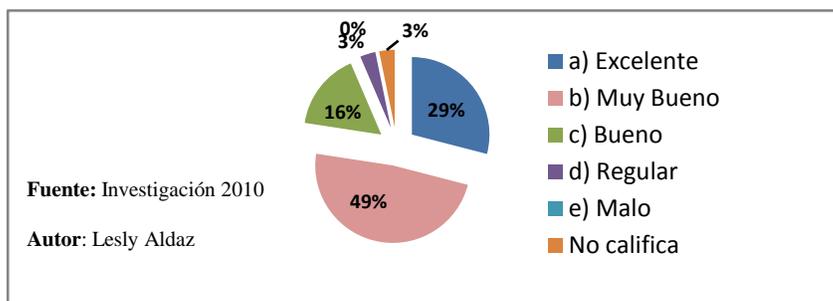
### **INTERPRETACIÓN**

El 68% de los encuestados dijeron que este departamento da un buen servicio, debido a que la doctora es muy paciente, amable y sobre todo muy profesional, el 32% restante

dice que falta propuestas nuevas, que los horarios de atención son muy cortos, y que no cuenta con los implementos necesarios para realizar su trabajo.

### **7.7- DEPARTAMENTO DEL RECTORADO**

**GRAFICO 52: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del Rectorado**

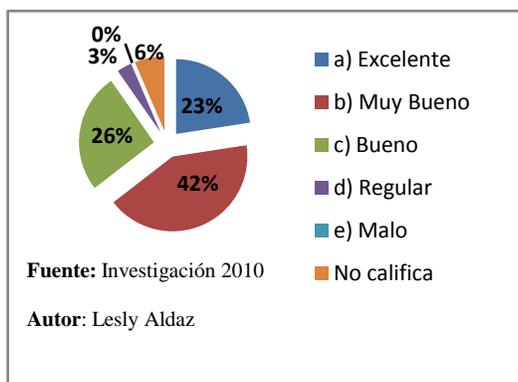


### **INTERPRETACIÓN**

El 74% de los encuestados dijeron que el rector es un buen líder, que es muy organizado, y que sobre todo existe una buena comunicación con el personal, el 26% restante dijo que tiene preferencias por algunos empleados, no presenta propuestas nuevas para el mejoramiento de la UEPSA, no acepta opiniones y consejos ajenos.

### **7.8- DEPARTAMENTO DE LA SECRETARÍA**

**GRAFICO 53: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento de la Secretaría**

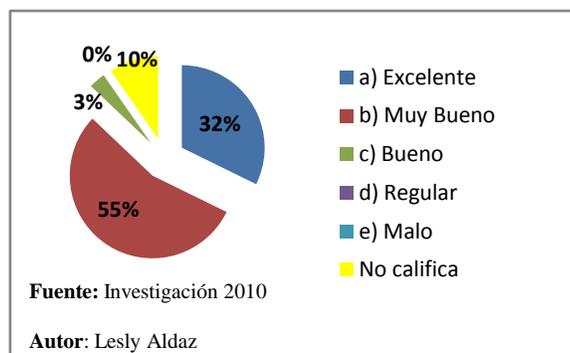


### **INTERPRETACIÓN**

El 77% de los encuestados dijeron que este departamento da un buen servicio, debido a que realiza de una manera eficiente su trabajo, el 23% restante dijo que tiene un carácter muy temperamental y que hace actividades ajenas al trabajo en horas laborables.

## **7.9- DEPARTAMENTO DEL VICERRECTORADO**

**GRAFICO 54: Calificación que dan los empleados de la UEPSA al departamento del Vicerrectorado**



### **INTERPRETACIÓN**

El 97% de los encuestados dijeron que la persona encargada de este departamento, es un líder excelente, un ejemplo a seguir, es una persona muy preparada, muy capacitada, y el 3% restante dice que falta mejorar la comunicación entre los empleados y la vicerrectora.

#### **8- ¿Qué es lo que más le gusta de la UEPSA y por qué?**

- El respeto al trabajo que se realiza en la institución.
- La organización para realizar las diferentes actividades en la institución
- El Ambiente de Trabajo.
- La calidez que brindan las autoridades a los empleados.
- Los valores que se practican como son la puntualidad, solidaridad, etc.
- La limpieza que existe en la UEPSA.
- La evaluación que se realiza a las actividades que ya fueron ejecutadas.
- Los cursos de capacitación que la UEPSA planifican para los empleados.
- Los proyectos que aporta el Personal Docente.
- La misión y visión que tiene la institución

### **9- ¿Qué es lo que menos le gusta de la UEPSA y por qué?**

- El mal trato que dan ciertos profesores a los estudiantes.
- La falta de compromiso con la institución por parte de algunos compañeros.
- La preferencia que tiene las autoridades por algunos empleados de la UEPSA
- La hipocresía y críticas destructivas de algunos compañeros(as).
- La actitud de algunos socios, ya que se consideran dueños de hacer y deshacer en la UEPSA, y piensan que ellos tiene autoridad de los empleados.
- Las reuniones que suelen realizarlas solo en las tardes, por falta de tiempo.
- El egoísmo y las críticas que hay entre los compañeros, debido a que esto perjudica mucho lo que uno rinde en el trabajo.
- Los extensos sermones y las largas formaciones de los días lunes        La prepotencia que tienen algunos miembros de las autoridades ya que manifiestan frases como " Aquí yo mando".
- Algunos compañeros no aceptan sugerencias.
- La remuneración es escasa por falta de ingresos, el número de alumnos, costos de matrículas y pensiones.
- La falta de control de asistencia a los maestros y personal que la institución.
- La ubicación geográfica de la institución, ya que está cerca del mercado central y existe mucho peligro.
- La realización de muchos eventos extracurriculares        .
- La incompetencia de algunos compañeros para ejercer su cargo.

### **10- ¿Qué alternativa(s) propondría usted para el fortalecimiento de la imagen institucional, y para el logro del Liderazgo en el servicio educativo que ofrece la institución?**

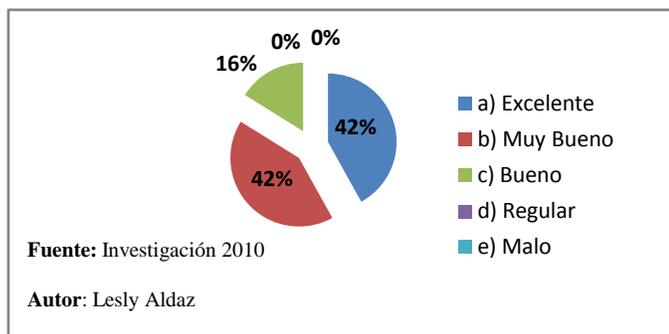
Entre estas alternativas tenemos las siguientes:

- ❖ Dar a conocer los logros alcanzados por la UEPSA, a toda la comunidad.
- ❖ Crear un proceso con el fin de recibir alumnos nuevos.
- ❖ Comprometer a los padres de familia en el proceso educativo.
- ❖ Incrementar el servicio de psicología educativa para niños.

- ❖ Los maestros deben comprometerse con la institución.
- ❖ Se debe poner en marcha los proyectos ya elaborados por las diferentes comisiones de trabajo.
- ❖ Cuidar la imagen del maestro , dentro y fuera de la institución.
- ❖ Fortalecer y hacer énfasis en la disciplina de los niños y adolescentes.
- ❖ Elegir un responsable para que maneje el marketing de la institución.
- ❖ Hacer publicidad, no la misma de siempre, se debe cambiar los medios de comunicación
- ❖ Realizar eventos sociales, culturales, deportivos, académicos hacia afuera y donde la UEPSA como institución sea la anfitriona.
- ❖ Se debe eliminar las barreras del egoísmo, se debe impulsar a la honestidad y la transparencia, para aprender a trabajar en equipo y así para proyectar una buena imagen a los estudiantes, padres de familia y a la comunidad en general.
- ❖ Mejorar la presentación de los docentes y de los alumnos.
- ❖ Eliminar a personas con problemas maritales.
- ❖ Dar cursos de capacitación actualizados para cada departamento.
- ❖ Capacitaciones por medio de charlas a padres de familia, escuela para padres.
- ❖ No dar tantas oportunidades y facilidades a los estudiantes del nivel secundario para aprobar el año, ya que ese facilismo proyecta una mala imagen para la UEPSA.
- ❖ Mejorar el nivel de inglés ya que muchos estudiantes se quejan de la modalidad de enseñanza que les imparten los maestros de esta lengua.
- ❖ Ir innovando los procesos pedagógicos.
- ❖ Mejorar el trato de los profesores hacia los estudiantes.
- ❖ Debe mejorar en un 100% el servicio que otorga el almacén, en general de atención a los clientes.

## 11- ¿Según usted el futuro de la UEPSA será?

GRAFICO 55: El futuro de la UEPSA según los empleados de la institución



### INTERPRETACIÓN

Los empleados de la UEPSA justificaron esta pregunta en lo siguiente:

El 74% dijeron que la institución día a día ha ido y va mejorando, lo que es muy bueno, el 19% manifestó que la UEPSA tiene a su cabeza excelentes líderes y el 7% restante dijo que la demanda de estudiantes en el ámbito educativo frecuentemente va creciendo de manera considerable, aspecto que es muy positivo para la institución.

### 2.6- Conclusiones de la Investigación previa al diagnóstico.

Con la utilización de los datos más relevantes que se obtuvieron de la investigación se establecen las siguientes conclusiones:

#### **PADRES DE FAMILIA**

- ❖ La Ubicación Geográfica de la UEPSA es considerada por la mayoría como un lugar de riesgo, debido a que está localizada muy cerca del mercado central de Sangolquí, por donde transitan personas de dudosa procedencia.
- ❖ Apenas el 3% de los padres de familia encuestados, se enteraron de la existencia de la UEPSA, a través de un medio televisivo o de la Radio.

- ❖ El 24% de los padres de familia aseguran recibir una mala atención y muchas de las veces malos tratos, especialmente nombran a la persona encargada del almacén de la UEPSA.
- ❖ El 97% de los padres de familia encuestados manifiestan que la infraestructura de la UEPSA, está en excelentes condiciones.
- ❖ El 98% de los padres de familia encuestados, manifestaron que están de acuerdo con la calidad del servicio educativo otorgado por la UEPSA, debido a que promueven en los alumnos una educación basada en valores.
- ❖ Los padres de familia manifestaron que la UEPSA da muchas facilidades a los estudiantes, especialmente del Nivel Secundario para aprobar el año, lo mismo que proyecta una mala imagen de la UEPSA.

#### **ESTUDIANTES DE LA UEPSA (2009-2010)**

- Aproximadamente el 50% de los estudiantes de la UEPSA no conocen el Logotipo de la Institución.
- Los estudiantes de la institución se quejan de la atención que reciben en el Departamento Médico y en el Almacén de la Institución.
- El 99% de los estudiantes de la UEPSA, manifestaron tener una buena relación con sus maestros.
- Más del 50% de los estudiantes del Nivel Secundario toman como ejemplo a la Vicerrectora de la Institución, la misma que según ellos es un buen ejemplo a seguir.
- En el nivel primario los estudiantes del (5to, 6to y 7mo de básica), se quejan de la actitud del profesor de Matemáticas, Gaspar Bolagar (es muy grosero) y de la Maestra de Inglés, Verónica Chacón, (No le entienden la metodología de enseñanza).

- Lo que más les llama la atención a los estudiantes de la UEPSA, es la existencia de las diferentes disciplinas que la institución suele poner en marcha cada año lectivo.

#### **EMPLEADOS DE LA UEPSA.**

- El 61% de los empleados de la UEPSA se sienten motivados, mientras que el 39% restante dice no estarlo.
- Los empleados manifestaron que dentro del grupo de trabajo existe mucha hipocresía y por ende división de grupos, lo que perjudica el trabajo en comisiones y grupos.
- El 68% de los empleados manifestaron tener todos los implementos necesarios como para realizar su trabajo de una manera eficiente.
- Los maestros se quejan de no existir bibliografía actualizada en la biblioteca, lo que muchas veces les impide trabajar de una mejor manera con los alumnos.
- No existe un manejo minucioso de la contabilidad y no se trabaja bajo proyectos de inversión y riesgos.

#### **ESTUDIANTES EGRESADOS DE LA UEPSA (2008-2009)**

- El 73% de los estudiantes egresados del 6to curso están estudiando, y la Universidad más concurrida es la ESPE.
- Hay otro grupo de estudiantes que no está estudiando, debido a que ha tenido muchos problemas para ingresar a las Universidades, entre estos los pedagógicos.
- Las asignaturas en las que tuvieron mayor grado de dificultad fueron en Matemáticas, Física, Química y Geometría y Trigonometría.

- Los ex estudiantes del sexto curso dicen no haber tenido los conocimientos suficientes como para ingresar a la Universidad.
- Los estudiantes Egresados proponen que la UEPSA, no de tantas facilidades a los estudiantes, debido a que cuando tienen que enfrentar el ámbito Universitario todo se torna más difícil.
- De los estudiantes egresados de 7mo de básica en el año lectivo 2008-2009, apenas el 7% se quedó en la UEPSA.
- Más del 50% de los ex estudiantes del 7mo de básica manifestaron haberse cambiado por la personalidad del Licenciado de Matemáticas, Gaspar Bolagay.
- El 42% de los ex estudiantes de 7mo de básica manifestaron no haber tenido problemas para ingresar u otro establecimiento educativo.

## CAPÍTULO III

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

#### **OBJETIVO GENERAL.**

Diagnosticar la situación actual del Mercado de la UEPSA.

#### **OBJETIVO ESPECÍFICO.**

Conocer los puntos débiles y fuertes, así como las oportunidades y amenazas de la UEPSA.

#### **3.1- Auditoría interna de la UEPSA**

Mediante este análisis se “detectan las fortalezas y debilidades en las áreas funcionales del negocio. Ninguna empresa es igualmente fuerte o débil en todas las áreas de la empresa”<sup>8</sup>

##### **3.1.1-Plan Estratégico**

- **RESEÑA HISTÓRICA DE LA UEPSA.**

La Escuela Particular “Santa Ana” fue fundada en Octubre de 1941, bajo la dependencia de la Parroquia Eclesiástica de Sangolquí. Desde esa fecha, con éxito, educó a varias generaciones del cantón Rumiñahui.

En los años comprendidos entre 1950-1970, llegó a su apogeo; pero, imprevisiones administrativas, económicas y técnico-pedagógicas, año tras año, fueron causa de

---

<sup>8</sup> FRED, David, *Conceptos de Administración Estratégica*, 10<sup>ma</sup>. Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México 2007, p.122.

resultados insatisfactorios y la consecuente disminución del número de niños. También, la apertura de otras instituciones educativas fiscales y particulares en Sangolquí, causaron la disminución del alumnado y la casi desaparición del Plantel.

Entonces, en Octubre de 1984, la Cooperativa de Servicios Educativos “Santa Ana” tomó a su cargo la administración de la Escuela y, gracias a una atinada dirección, en cinco años, se consiguió consolidar el funcionamiento legal de Pre básica, el Jardín de Infantes, la Escuela y el Colegio, en su local alegre y funcional, llegando de esta manera a formar la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”.

- **MISIÓN DE LA UEPSA**

Mejorar permanentemente la calidad de la educación, mediante la optimización del desempeño docente y administrativo, para obtener estudiantes con criterios, innovadores, creativos, con elevada autoestima, valores éticos y morales, que generen cambios en su entorno natural y social.

- **VISIÓN DE LA UEPSA**

La Unidad Educativa Particular “Santa Ana” será una Institución solidaria, comprometida con la formación de la niñez y juventud, para lograr personas de éxito, mediante una educación que privilegie la formación humanística, científica y técnica; que protagonice el mejoramiento de la calidad de vida, promueva el desarrollo local y regional, contribuyendo a la solución de los problemas del entorno natural y social.

- **OBJETIVOS ORGANIZACIONALES DE LA UEPSA**

### **OBJETIVOS GENERALES**

- ❖ Preparar integralmente a los estudiantes en los ámbitos de los aprendizajes científico, humanístico, técnico y en valores, en un contexto que les permita asumir roles de liderazgo en el campo educativo y en la vida real.
- ❖ Fomentar la integración de la comunidad educativa a través de su participación activa en el trabajo institucional, a fin de formar egresados que respondan, con éxito, a las exigencias sociales y a los requerimientos de la educación superior.
- ❖ Mantener una administración ágil y eficiente mediante lineamientos organizativos modernos.
- ❖ Mejorar el uso de la infraestructura de la Unidad Educativa “Santa Ana” con la optimización de los espacios físicos.
- ❖ Incrementar en un 8% el número de estudiantes en la UEPSA para el año lectivo 2010-2011.
- ❖ Lograr en el año 2010-2011 mayor reconocimiento como institución educativa sólida y confiable, en el área de los servicios educacionales.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Implementar un sistema de evaluación integral (auto, co y etero) micro curricular para desarrollar valores de responsabilidad, honestidad y verdad en los estudiantes.
- Reestructurar la organización, decoración e implementación de los rincones de trabajo, en el primer año de Educación Básica, para incentivar el desarrollo de las inteligencias múltiples.
- Elaborar el plan, el pensum y los contenidos de estudio acorde a las necesidades institucionales y de la comunidad.

- **VALORES INSTITUCIONALES DE LA UEPSA**

- ✓ **PUNTUALIDAD.-** Característica personal que indica la exactitud de las actividades con respecto al tiempo.
- ✓ **RESPONSABILIDAD.-** Responder por la autoría de un hecho educativo, ejecutado de acuerdo con las necesidades institucionales.
- ✓ **LEALTAD.-** Mantener y cumplir los compromisos establecidos.
- ✓ **SOLIDARIDAD.-** Adhesión circunstancial a las necesidades de otros.
- ✓ **HONESTIDAD.-** Cualidad de buen administrador, incapaz de engañar, defraudar o apropiarse de lo ajeno.
- ✓ **PERSEVERANCIA.-** Firmeza y constancia en la ejecución de los objetivos.
- ✓ **CONCIENCIA SOCIAL.-** Responder con acciones a las necesidades del entorno.
- ✓ **TOLERANCIA.-** Respeto y consideración hacia las opiniones, costumbres y actitudes de los demás.
- ✓ **VERACIDAD.-** Conformidad entre lo que se dice, siente o piensa.
- ✓ **ALTIVEZ.-** Sentimiento y actitud de confianza en sí mismo.
- ✓ **ALTRUISMO.-** Complacencia en el bien ajeno aún a costa de lo propio.
- ✓ **SALUD.-** Estado que le permite al organismo cumplir normalmente todas sus funciones.
- ✓ **DISCIPLINA.-** Acatamiento consciente de las disposiciones, normas y procesos que recomienda la institución.
- ✓ **LABORIOSIDAD.-** Afán por el trabajo.

- **POLITICAS DE LA UEPSA**

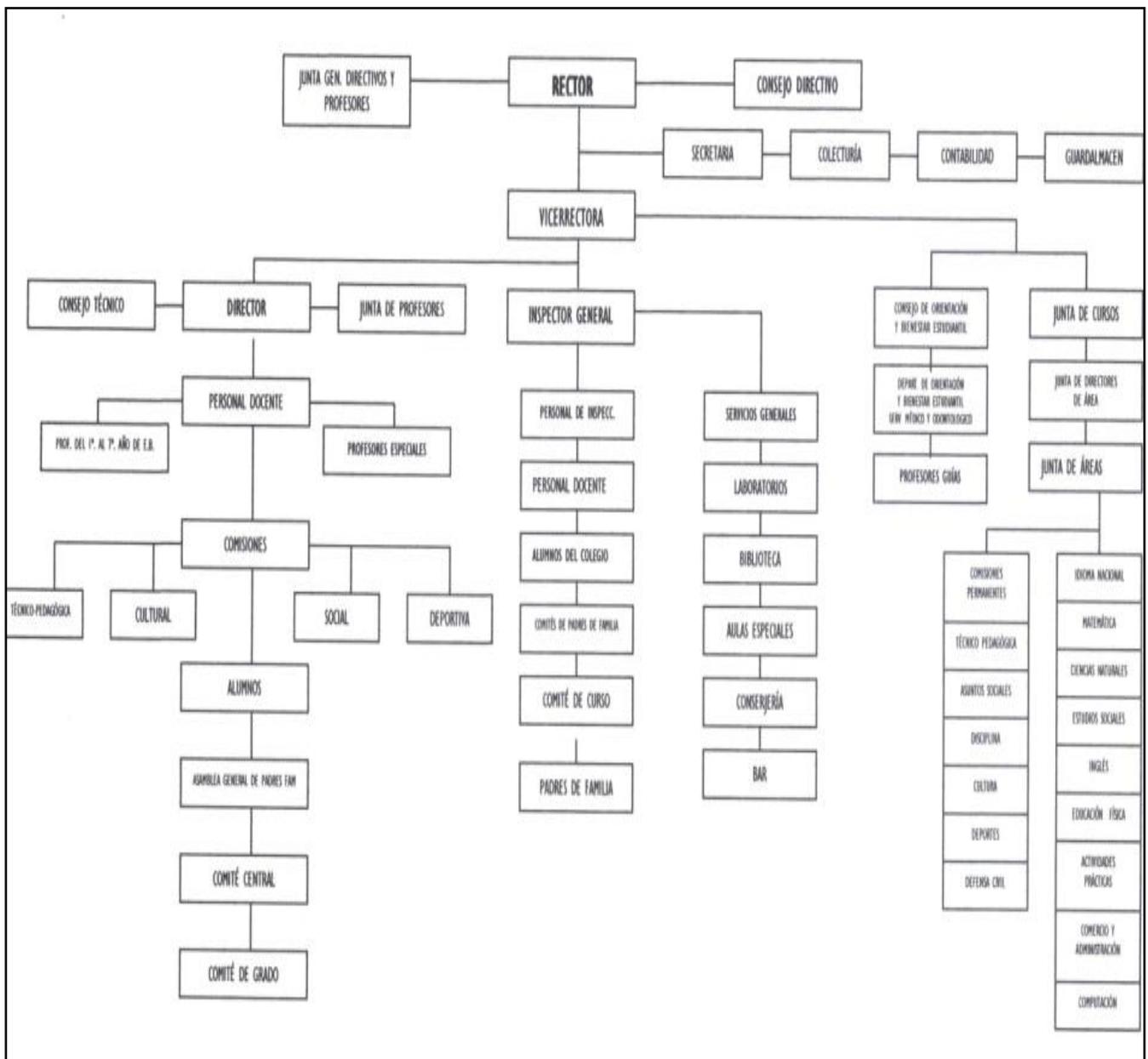
- Ofrecer el servicio educativo a todos los niños y jóvenes que lo requieran, sin distinción de condición social, religiosa y económica.
- Conceder becas para el estudio en la Unidad Educativa, a los mejores alumnos y carentes de recursos.

- Involucrar a los padres de familia en el proceso educativo, mediante la concientización de su responsabilidad.
- Aceptar alumnos con dificultades de aprendizaje, provenientes de otros colegios, para mediante el afecto y la firmeza lograr convertirlos en niños y jóvenes de éxito.
- El personal docente y administrativo de la Institución será seleccionado en función de su preparación y experiencia, siendo evaluado anualmente.
- Mediante una formación integral, habilitar al niño y al joven para vivir en sociedad, respetando los derechos ajenos, dentro de la línea de convivencia solidaria.
- Capacitar permanentemente a los docentes y elevar el nivel académico y profesional.
- Desarrollar la capacidad física, intelectual, creadora y crítica del estudiante, respetando su identidad para que contribuya activamente a la transformación moral, social, política, cultural y económica del país.
- Asistir a eventos, invitaciones, representaciones y concursos a los que se nos invite.
- Ofrecer el servicio de tareas dirigidas para mejorar las destrezas.
- Preservar y fortalecer los valores propios de la sociedad ecuatoriana, mediante la práctica perseverante.
- Potencializar la investigación educativa y la aplicación de teorías pedagógicas educativas importantes.

- **ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.**

El análisis organizacional trata sobre el análisis que se lleva a cabo sobre las áreas funcionales de la empresa y las relaciones existentes.

Las áreas o departamentos funcionales tienen fuerzas y debilidades como es el caso de la UEPSA.



**Fuente:** Plan Estratégico de la UEPSA.

**Elaborado por:** UEPSA.

### **3.1.2- Estructura organizacional de la UEPSA**

#### **ORGANIGRAMA DE LA UEPSA.**

A continuación se va a presentar el Organigrama de la UEPSA

#### **FORMA DE ADMINISTRACIÓN.**

La UEPSA está administrada por la Cooperativa de Servicios Educativos Santa Ana, donde la representante máxima es la Presidenta y la Gerente General de la misma.

La Administración se sustenta en una forma de coordinación, al interior de la organización, la misma que se basa en la comunicación de persona a persona o a través de comunicaciones escritas.

Los encargados del área administrativa de la UEPSA trabajan bajo sistemas de computación según para el área que lo necesite.

#### **PLANIFICACIÓN.**

La planificación “representa el puente esencial entre el presente y el futuro, puente que aumenta la probabilidad de alcanzar los resultados deseados. La planificación es la única piedra angular para formular nuevas estrategias.”<sup>9</sup>

En el caso de la UEPSA la planificación de algún evento, ocasión, actividades u otras son desarrolladas por todos los miembros de la UEPSA, comenzando por el personal docente, administrativo, autoridades de vigilancia, etc, los mismos que luego de ser

---

<sup>9</sup> FRED, David. Op. Cit. p. 163

desarrollados ç, deben ser presentados al consejo directivo y por ende ahí se los aprueba o se los rechaza, esta acción es realizada la Presidenta y la Gerente General de la Cooperativa.

## **ORGANIZACIÓN.**

La Organización “incluye todas las actividades gerenciales que producen una estructura de tareas y relaciones de autoridad” <sup>10</sup>

El propósito de toda empresa, incluida la UEPSA, es el de alcanzar un esfuerzo coordinado, a través del establecimiento de tareas y su correspondiente asignación a cada una de las áreas que forman la empresa, la adecuada organización, ha permitido que la UEPSA tenga un progresivo crecimiento, que se debe a la adecuada utilización de los recursos y a la correcta asignación de las responsabilidades y correspondientes tareas.

## **DIRECCIÓN.**

La Dirección “es el proceso de orientar las actividades del personal de la organización en las direcciones apropiadas. Las direcciones apropiadas son aquellas que conducen al logro de los objetivos del sistema administrativo”<sup>11</sup>

La Dirección de la UEPSA, se encuentra concentrada en las autoridades máximas de la unidad educativa, en este caso son el Rector y el Director de la institución, los mismos que hacen uso de su liderazgo para ejercer de la mejor manera la dirección de la institución.

---

<sup>10</sup> FRED, David. Op. Cit. p. 163

<sup>11</sup> CERTO Samuel, *Administración Moderna*, 8<sup>va</sup>. Edición, Editorial Pearson, Colombia 2001, p. 304.

## **CONTROL.**

El control se denomina a “todas las actividades gerenciales que pretenden asegurar que los resultados reales, sean consistentes con los resultados proyectados.”<sup>12</sup>

Si hablamos de la UEPSA los que llevan a cabo el control de las actividades son la Dirección en la escuela y el Rectorado en el colegio. Hablando de la Cooperativa los que llevan el control de las actividades son la gerente general, la presidenta, y los socios que la conforman, ya que siempre está pendientes de los aspectos relacionados con las ventas, ingresos, la contabilidad, etc. En la cooperativa por lo general se analizan los datos obtenidos con los datos proyectados.

## **ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD**

### **3.1.3-Análisis de la situación de la UEPSA**

En este análisis he tomado en cuenta los siguientes aspectos: el servicio que ofrece la UEPSA en el mercado, el segmento al que se dirige, el crecimiento que ha tenido y otros aspectos más.

La UEPSA es una unidad educativa que pertenece al sector privado, esto quiere decir que cobran una pensión, para de esta manera formar el rubro de ingresos de la institución y de esa manera pagar al personal que labora en la misma.

Actualmente la UEPSA ofrece un servicio académico basado en valores, esta institución se encarga de enseñar a estudiantes desde los cuatro años de edad hasta los dieciocho años aproximadamente.

Esta institución cuenta con el Nivel Pre Primario, Primario y Secundario.

---

<sup>12</sup> FRED, David. Op. Cit. p. 163

**TABLA 2: Los Niveles con el Respectivo grado de la UEPSA**

<b>NIVEL</b>	<b>GRADO</b>
Pre Primario	Pre básica
Primario	Primero de básica a Séptimo de básica
Secundario	Primer Curso a Sexto Curso.

A demás de este servicio la UEPSA también cuenta con un departamento de almacén en donde se vende varios artículos, tales como:

**TABLA 3: Artículos o Bienes que se venden en el Almacén**

<b>Artículo o bien</b>
<b>1- Uniformes de la UEPSA</b>
*- De Diario
*- De Educación Física
*- De Parada.
*- De Natación
<b>2- Todo de Papelería</b>
*- Hojas ( Bond, cuadriculadas, líneas, etc)
*- Esferos, Lápices, Borradores, Cuadernos, Reglas, etc)
<b>3- Tiene servicio de Copiadora.</b>

La venta de todos estos artículos ha permitido mejorar en algo el rubro de los ingresos de la Institución.

El segmento al que está dirigido el servicio educativo de la UEPSA tiene las siguientes características:

- Los estudiantes deben tener de entre cuatro años de edad hasta los dieciocho años aproximadamente.
- Como es una institución mixta se dirige al género masculino (hombres) y femenino (mujeres).
- Aunque es una religión católica, respeta mucho las variedades de religión que tiene cada uno de sus estudiantes.
- El nivel social de los clientes es medio bajo mientras que los niveles de ingresos de los padres de familia deben ser de nivel medio y alto, debido al que precio de la pensión es medio elevado.

- La mayoría de los clientes de la UEPSA son hijos de comerciantes que operan en el centro de la ciudad de Sangolquí.
- Se dirige a personas que tienen deseos de superación y ganas de aplicar a su vida el ámbito de valores.
- La institución no tiene discriminación con ninguna clase de raza, ya que está dispuesta a aceptar diferentes clases de estudiantes sin importar su color de piel, u otra característica física.
- La UEPSA prefiere que sus estudiantes provengan de hogares organizados
- También admiten estudiantes cuyos padres han migrado fuera del país.

En realidad estas son las características principales del segmento al cual está dirigido el esfuerzo del servicio académico que ofrece la UEPSA en el mercado.

Hoy en día la UEPSA es una institución muy reconocida en el mercado, debido a sus largos años de trayectoria y existencia en el mismo.

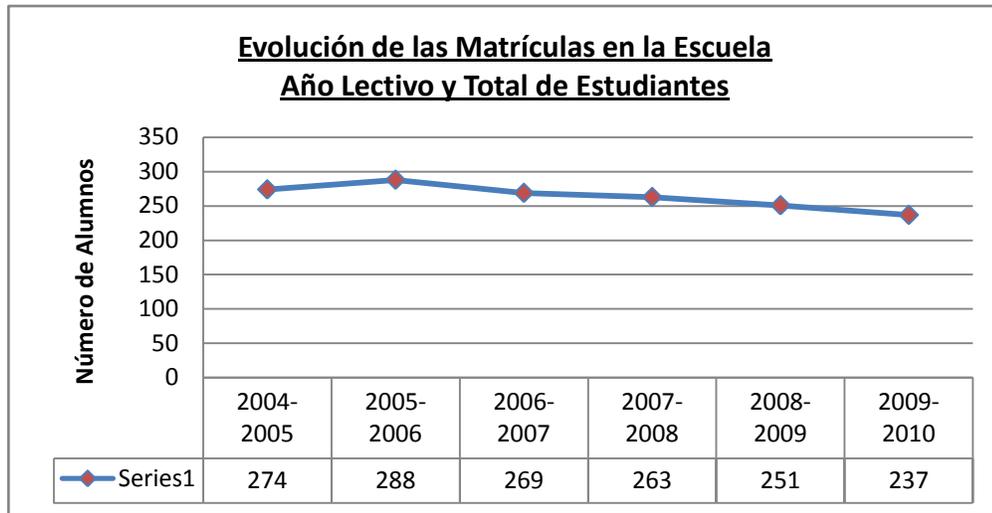
La UEPSA es una institución que aparte de destacarse académicamente en el nivel primario, también se ha destacado en el ámbito deportivo, ya que sus estudiantes en los concursos intercolegiales siempre han conseguido obtener los primeros lugares, y de esta manera han logrado poner el nombre de la UEPSA muy en alto.

A través de un estudio muy minucioso que realicé en el estudio de mercados he determinado que la UEPSA tiene más fortalezas en el nivel pre primario y primario, que en el nivel secundario, debido a los logros beneficiosos para la institución que han demostrado cada uno de los niveles.

Todos estos acontecimientos ya mencionados han logrado que la UEPSA sea reconocida en el mercado a pesar de la competencia que día a día se va posicionando en la ciudad de Sangolquí.

### EVOLUCIÓN DE LAS MATRÍCULAS DE LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS.

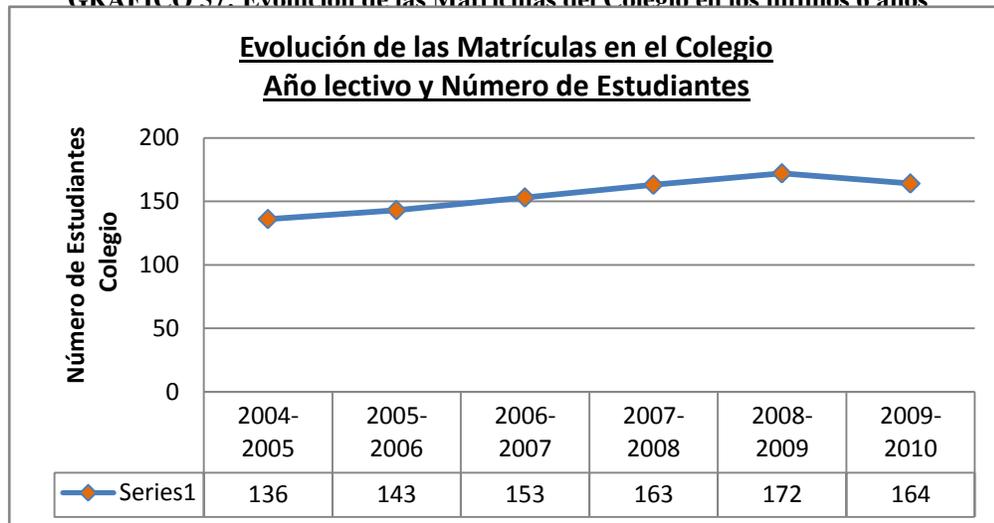
**GRAFICO 56: Evolución de las Matrículas de la Escuela en los últimos 6 años**



**Fuente:** Archivo de Secretaría de la UEPSA

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

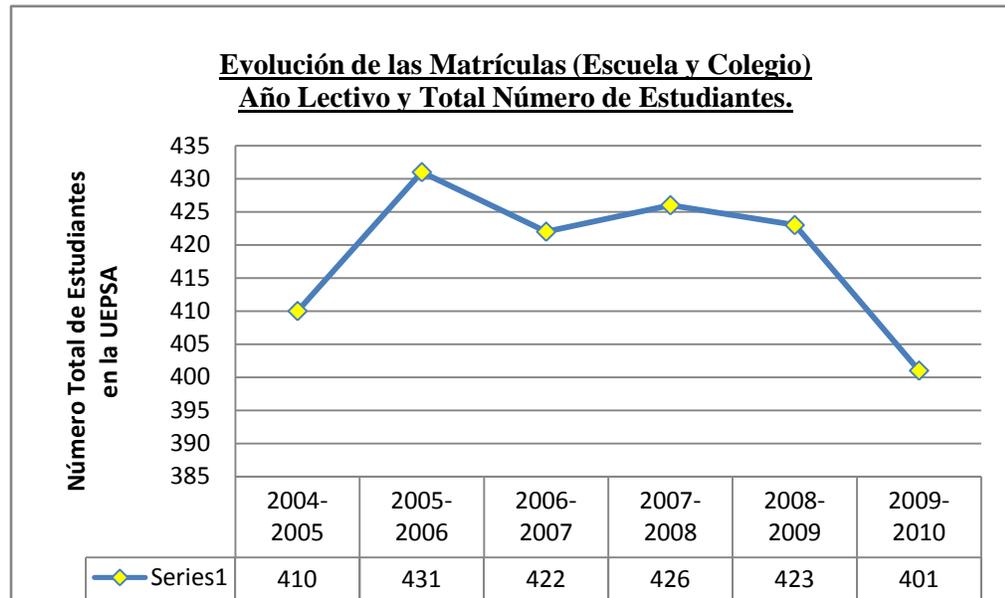
**GRAFICO 57: Evolución de las Matrículas del Colegio en los últimos 6 años**



**Fuente:** Archivo de Secretaría de la UEPSA

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

**GRAFICO 58: Evolución de las Matrículas de Escuela y Colegio en los últimos 6 años**



**Fuente:** Archivo de Secretaría de la UEPSA

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

Como se puede observar en el gráfico el número de alumnos que ha venido teniendo la UEPSA en los últimos años lectivos se encuentra en un rango de 400 a 431 aproximadamente.

Algo muy preocupante como se puede observar en el gráfico es que cada año lectivo los estudiantes de la institución han ido disminuyendo, aunque no es mucho, hablando en números si afecta a las utilidades de la institución, debido a que cada año esta tiene que invertir en personal, en servicios como mantenimiento de computadoras, en infraestructura y otros aspectos, y como los estudiantes han ido disminuyendo, también se han visto afectadas las utilidades de la institución, y por ende sus empleados no reciben un sueldo muy elevado.

## **ANÁLISIS DIRECTIVO**

Los directivos de esta cooperativa son los mismos docentes u empleados que trabajan para la institución educativa. Por ejemplo la Maestra de primero de básica de la Unidad es la Presidenta de la Cooperativa.

La Cooperativa actualmente se encuentra conformada por un total de 16 socios, los mismos que tienen algunos beneficios dentro de la institución.

- Un socio tiene derecho a dos cupos para que sus hijos estudien en el colegio o escuela, esto quiere decir que estos estudiantes están exentos del pago de pensión.
- Mientras que un docente o empleado que no es socio solo tiene la oportunidad de tener un hijo dentro de la institución sin pagar el precio de la pensión.

La Cooperativa tiene una presidente, la misma que es maestra de primero de básica de la institución, no tiene mucho conocimiento del área administrativa, pero hace lo que puede para sacar adelante a la institución.

La cooperativa también cuenta con una gerente, la misma que es la representante legal de la cooperativa, muchos de los empleados que laboran en la UEPSA, manifiestan tener una serie de dificultades con los socios, debido a que algunas de las veces estos se han llegado a creer muy superiores a ellos y sobre todo se llegan a creer dueños de la UEPSA, lo que provoca inconformidades dentro del grupo de trabajo.

La Gerente de la Cooperativa no tiene estudios superiores relacionados con el área de administración, debido a que actualmente se encuentra estudiando, pero temas afines a la educación, esto quiere decir para ser maestra.

La gerente de esta cooperativa no tiene la experiencia necesaria como para ejercer este puesto, debido a que solo es bachiller en lo referente a contabilidad, pero no tiene los conocimientos necesarios en el área de gerencia.

El problema principal de la gerente es el carácter temperamental que tiene, debido a que esto le impide tener una buena relación con sus compañeros de trabajo.

La gerente muchas de las veces está de buen genio, otras veces está de mal genio y las personas que laboran con ella no saben como tratarla.

## ANÁLISIS DEL TALENTO HUMANO

La UEPSA tiene 35 empleados, entre los cuales se encuentran divididos de la siguiente manera.

### Personal Docente:

Está conformado por 22 docentes.

**TABLA 4: Personal Administrativo**

Personal Administrativo	No de Empleados
Secretaria	1
Contadora	1
Doctora	1
Colectora	1
Odontóloga	1
<b>Total de Empleados Administrativos</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Investigación 2010.  
**Elaborado por:** Lesly Aldaz

**TABLA 5: Autoridades**

Autoridades	No de Empleados
Rector	1
Director	1
Vicerrectora	1
Inspectores Generales	2
<b>Total Autoridades de la UEPSA</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Investigación 2010.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

**TABLA 6: Empleados**

Autoridades	No de Empleados
Orientadora Vocacional	1
Bibliotecaria	1
Conserje (Limpieza)	1
<b>Total Otros Empleados</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Investigación 2010.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

### **Total de empleados en la UEPSA.**

**TABLA 7: Total de Empleados**

Personal	No de Empleados
Docente	22
Administrativo	5
Autoridades	5
Otros empleados	3
<b>Total de Empleados de la UEPSA</b>	<b>35</b>

**Fuente:** Investigación 2010.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

A través de estos cuadros he podido justificar el número de empleados que trabajan en la institución.

La UEPSA cuentan con un Reglamento Interno para la contratación y desempeño de personal, dentro de este reglamento hay una parte que habla del curso de merecimiento, donde se nombra a una comisión la cuál recoge y evalúa las carpetas de los aspirantes, y

luego esta comisión emite un informe a las autoridades, indicando si la persona está o no apta para desempeñar el cargo, hablando más claramente es una especie de reclutamiento interno.

En tanto a las remuneraciones se las realiza de acuerdo a la ley, es decir, si es profesor nuevo, se le paga el sueldo básico, y el resto de sueldo se los paga de acuerdo a la escala que está designada por el Ministerio de Trabajo; además se cumple con todos los pagos legales adicionales a su sueldo.

Las autoridades siempre están preocupadas por la evolución de sus empleados, es por eso que con mucha frecuencia se capacita al personal, en diferentes áreas.

## **ANÁLISIS DE LOS CLIENTES**

Algo que se debe tomar muy en cuenta es que en una institución educativa se consideran clientes tanto a los padres de familia como a los estudiantes, es por eso que en esta parte se analizará la situación de ambos miembros.

### **ANÁLISIS DE LOS PADRES DE FAMILIA**

La mayoría de los padres de familia de la UEPSA viven en los alrededores de la institución, está comprobado que más del 50% de estos son comerciantes en el centro de la ciudad de Sangolquí, esto quiere decir que tienen sus negocios implantados en esta ciudad. Los ingresos de los padres de familia son de nivel medio, y medio alto, son de clase social media baja y media. Está comprobado que apenas el 3% de los padres de familia se han enterado de los beneficios del servicio educativo que ofrece la UEPSA por la Televisión y por la Radio, esto quiere decir que se debe reforzar las herramientas

publicitarias ya que esta puede ser una alternativa muy importante para comunicar las ventajas o beneficios al utilizar este servicio educativo.

El 76% afirmó recibir buena atención por parte de los que conforman la UEPSA, debido a que todos ahí son muy amables, mientras que el 24% está descontento con la atención que ha recibido, especialmente del área administrativa.

En cuanto al precio el 41%, de los padres de familia están de acuerdo con el precio de la pensión, mientras que el 59% restante no.

El 92% de los padres de familia encuestados, tienen buenas expectativas de la UEPSA, ya que dicen que la institución es capaz de brindar un buen servicio educativo.

Entre las cosas que **MÁS** les gustan a los padres de familia de la UEPSA, se tiene:

- En nivel de educación y enseñanza, especialmente de los valores.
- La puntualidad con la que se maneja cada uno de sus eventos.
- La infraestructura, y el ambiente amigable de la institución.

Entre las cosas que **NO** les gustan a los padres de familia de la UEPSA, se tiene:

- ❖ El precio de la Pensión.
- ❖ La forma de ser y la falta de experiencia de algunos maestros.
- ❖ La atención que se reciben del área Administrativa, especialmente del Almacén y del Departamento Médico.
- ❖ El nivel de enseñanza de las áreas especiales, en particular del inglés.
- ❖ El facilismo con el cuál aprueban el año, especialmente los estudiantes del nivel secundario.

**ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS PADRES DE FAMILIA CON EL FIN QUE MEJORE EL SERVICIO EDUCATIVO QUE OFRECE LA UEPSA, EN EL MERCADO.**

- Capacitación continúa de los docentes.
- Dar charlas de sexualidad a los Alumnos.
- Incentivar a la disciplina y eliminar a los estudiantes que den mal ejemplo.
- Hacer más publicidad en medios masivos
- Preparar a los estudiantes para que ganen concursos, intercolegiales.
- Mejorar la atención al cliente que brinda la UEPSA.
- Evaluar al personal que labora en la institución.
- Implementar otros servicios como Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas.
- Crear otras especialidades.
- Mejorar el Nivel de Inglés.
- No dar tantas facilidades para aprobar el año.
- Contratar una psicóloga infantil.

**ANÁLISIS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UEPSA (2009-2010)**

**ESCUELA**

Se ha comprobado que aproximadamente el 77% de los estudiantes de la escuela no conocen el Logotipo de la Institución. Esto se debe a que en la UEPSA no se está fomentando la imagen de la institución, un marketing adecuado a sus clientes actuales y peor aún a los posibles clientes. El 96% de los estudiantes se sienten a gusto en la escuela. Desde el 5to de básica hasta 7mo de básica, afirman tener muchas dificultades con la materia de inglés, debido a que no le entienden la metodología de enseñanza de la maestra.

Es por eso que el 59% de este grupo de estudiantes tiene problemas en el área de inglés, y apenas el 41% no tienen problemas, ya que han tenido que coger clases particulares para nivelarse.

Entre las cosas que **MÁS** les gustan de la UEPSA, a este grupo de estudiantes se tiene:

- Los patios y las canchas de fútbol y básquet.
- El parque de juegos.
- La biblioteca, etc.

Entre las cosas que **NO** les gustan de la UEPSA, a este grupo de estudiantes se tiene:

- Los baños.
- Las clases de inglés.
- La atención que reciben en el almacén.
- Las materias de las áreas especiales, como la de música, inglés y educación física.

**ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL PRIMARIO, CON EL FIN QUE MEJORE EL SERVICIO EDUCATIVO QUE OFRECE LA UEPSA, EN EL MERCADO.**

- Implementar variedad de Juegos en el parque de Juegos.
- Poner horarios para usar las canchas y patios
- Otra sala de Videos y Juegos.
- Creación de un Jardín con más variedad de Flores y plantas
- Incrementen los eventos sociales para participar padres e hijos.
- Limpiar los baños con más frecuencia.
- Poner TV en cada uno de los cursos

## EN EL COLEGIO

De este grupo de encuestados el 85% manifestó que ha recibido una buena atención por parte de los que conforman la UEPSA, mientras que el 15% restante dijo que no ha recibido un buen servicio, debido a que algunos departamentos de la UEPSA les han dado un mal trato.

El 85% de los estudiantes del colegio manifestaron que la infraestructura de la UESPA está en excelentes condiciones.

Los estudiantes que ya cogieron especialidad manifestaron tener una serie de inconvenientes en la materia de Física, debido a que no le entienden la cátedra al maestro, debido a que les propician de un horario cansado, esto quiere decir en la últimas horas, y a que frecuentemente les han estado cambiando de profesores.

El 99% de los estudiantes dicen que reciben una enseñanza de calidad, mientras que el 1% dice que es falso, debido a que la UEPSA está retrasada en comparación a otros colegios.

Entre las cosas que **MÁS** les gustan de la UEPSA, a este grupo de estudiantes se tiene:

- ❖ La infraestructura y el ambiente interno.
- ❖ Los diferentes clubes de la UEPSA.
- ❖ Los patios y canchas.
- ❖ El Laboratorio de Computación, debido a que es muy completo.
- ❖ La organización de los eventos en la UEPSA .

Las cosas que **NO** les gustan de la UEPSA, a este grupo de estudiantes se tienen:

- ✓ Algunos maestros no tienen experiencia para enseñar.
- ✓ Poca paciencia para enseñar de algunos maestros

- ✓ La atención de algunos departamentos .

### **OTROS SERVICIOS QUE PROPONEN LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO PARA QUE TOME EN CUENTA LA UEPSA**

- Cursos de Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas.
- Transporte de Puerta a puerta
- Creación de centro de convivencias estudiantiles .
- Cursos de Natación
- Cursos donde se dicten otros idiomas.
- Creación de una biblioteca completa .
- Cursos orientadores a la profesión universitaria.

### **ALTERNATIVAS PROPUESTAS POR LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL SECUNDARIO, CON EL FIN QUE MEJORE EL SERVICIO EDUCATIVO QUE OFRECE LA UEPSA, EN EL MERCADO.**

- Hacer mayor Publicidad, dando a conocer los logros.
- Contratar nuevos maestros pero capacitados y sobre todo con experiencia.
- Tener clases de recuperación.
- Capacitación continúa para los maestros.
- Eliminar a los malos elementos de la UEPSA.
- Mejorar la calidad de enseñanza.
- Crear nuevas carrera como Turismo Empresarial, entre otras.

### **ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES**

La UEPSA tiene algunos proveedores los cuáles colaboran con la institución para que pueda desarrollar su trabajo. A continuación voy a detallar la lista de los principales proveedores, el producto o servicio y el departamento.

**TABLA 8: Análisis de los principales Proveedores**

PROVEEDOR	PRODUCTO/SERVICIO	DEPARTAMENTO
JAVI-ANDI	Uniformes de la UEPSA, para los estudiantes	Almacén
Jorge Suquillo	Camisas del Diario	Almacén
GUTEX	Medias para el uniforme	Almacén
FRANCELANA	Telas para los alumnos y maestros	Almacén
DILIPA	Suministros de Oficina, hojas, utensilios escolares	Almacén
COMPUSOFT “Marco Caiza”	Mantenimiento de Computadoras	Todos los Departamentos de la UEPSA.
ANDI	Programa Contable	Contabilidad
Ing. Omar Zurita	Sistema de Secretaría	Secretaría
Magda	Productos Médicos/Odontológicos	Médico y Odontológico
Ministerio de Educación	Cursos de Capacitación	Todos los miembros de la UEPSA.
<b>Total de Principales Proveed</b>	<b>10</b>	

**Fuente:** UEPSA, Informe de Proveedores.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

Todos estos son los proveedores principales con los cuáles hace negocio la UEPSA, hasta el día de hoy no han tenido ninguna clase de problemas con estos, ya que todas las transacciones que han realizado han sido en base a la ley y de mutuo acuerdo entre las empresas.

## **ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES**

Para analizar este punto he tomado en cuenta a los competidores más directos para la UEPSA, debido a que existen demasiados centros educativos operando en la ciudad de Sangolquí y en el Cantón Rumiñahui.

A través de un análisis que he realizado he considerado como competencia a instituciones tanto fiscales como particulares, debido a que a través de un estudio estadístico se ha podido determinare que en instituciones fiscales se encuentran estudiando un buen grupo de personas, las mismas que por su condición social y

económica podrían formar parte de una institución particular, pero que por tradición u otros factores optan por ir a los colegios fiscales más conocidos en la ciudad de Sangolquí.

A continuación voy a mencionar la competencia más significativa para la UEPSA, debido a la similitud de sus características, precios, infraestructura, entre otros aspectos que las hacen muy parecidas.

Entre estas instituciones tenemos las siguientes:

**PRINCIPAL COMPETENCIA DE INSTITUCIONES PARTICULARES**  
**DENTRO DE SANGOLQUÍ**

**TABLA 9: Competencia de Instituciones Particulares en Sangolquí**

<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>PRE-PRIMARIA</b>	<b>PRIMARIA</b>	<b>SECUNDARIA</b>	<b>TOTAL ESTUDIANTES</b>
Darío Figueroa Larco	22	136	274	<b>432</b>
La Inmaculada	41	337	80	<b>458</b>
Lev Vygostky	115	490	183	<b>788</b>
Liceo del Valle	32	154	246	<b>432</b>
Marqués de Selva Alegre	29	237	201	<b>467</b>
El Camino	8	118	62	<b>188</b>
Galileo Galilei	10	87	154	<b>251</b>
<b>Total Estudiantes</b>	<b>257</b>	<b>1559</b>	<b>1200</b>	<b>3016</b>

**Fuente:** Supervisión Educativa de Pichincha.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**PRINCIPAL COMPETENCIA DE INSTITUCIONES PARTICULARES EN LOS  
ALREDEDORES DE SANGOLQUÍ**

**TABLA 10: Competencia de Instituciones Particulares en los alrededores de Sangolquí**

INSTITUCIÓN	PRE-PRIMARIA	PRIMARIA	SECUNDARIA	TOTAL ESTUDIANTES
Geovanni Farina	119	793	795	1707
Ángel Polivio Chávez	87	420	340	847
Madre de la Divina Gracia	20	196	319	535
Jaques Dalcroze	21	172	288	481
<b>Total Estudiantes</b>	<b>247</b>	<b>1581</b>	<b>1742</b>	<b>3570</b>

**Fuente:** Supervisión Educativa de Pichincha.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

Luego de un análisis de la ubicación, ciertas características similares y la distancia que existe entre la UEPSA y estas instituciones he concluido que 11 establecimientos educativos representan una competencia significativa para la Unidad Educativa Particular Santa Ana.

La institución Educativa que representa la mayor competencia es la Unidad Educativa Darío Figueroa Larco ya que es muy similar a la UEPSA en algunos aspectos tales como: la infraestructura, la capacidad instalada, el precio de las pensiones, entre otros factores, a demás esta institución se encuentra localizada muy cerca de la UEPSA. A pesar que esta institución tiene casi la misma capacidad e infraestructura que la de la UESPA, esta tiene más estudiantes.

## PRECIOS DE LA COMPETENCIA, SIMILARES A LOS DE LA UEPSA

**TABLA 11: Precios de la competencia principal de la UEPSA**

INSTITUCIÓN	PRE- PRIMARIA(\$)	PRIMARIA (\$)	SECUNDARIA (\$)
<b>Darío Figueroa Larco</b>	80	84	89
La Inmaculada	50	52	57
Marqués de Selva Alegre	75	79	82
<b>UEPSA</b>	69.60	72,00	74,40

**Fuente:** Supervisión Educativa de Pichincha.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

## PRINCIPAL COMPETENCIA DE INSTITUCIONES FISCALES DENTRO DE SANGOLQUÍ

**TABLA 12: Competencia de Instituciones Fiscales en Sangolquí**

INSTITUCIÓN	PRE-PRIMARIA	PRIMARIA	SECUNDARIA	TOTAL ESTUDIANTES
Juan Montalvo	160	993	0	<b>1153</b>
Marietta de Ve intimilla	420	0	0	<b>420</b>
Alberto Acosta Soberón	0	702	30	<b>732</b>
Carlos Larco Hidalgo	0	1038	0	<b>1038</b>
Leopoldo Mercado	0	777	54	<b>831</b>
31 de Mayo	0	635	0	<b>635</b>
Jacinto Jijón y Caamaño	0	0	1479	<b>1479</b>
Juan de Salinas	0	0	2732	<b>2732</b>
<b>Total Estudiantes</b>	<b>580</b>	<b>4145</b>	<b>4295</b>	<b>9020</b>

**Fuente:** Supervisión Educativa de Pichincha.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

**PRINCIPAL COMPETENCIA DE INSTITUCIONES FISCALES ALREDEDOR  
DE SANGOLQUÍ**

**TABLA 13: Competencia de Instituciones Fiscales alrededor de Sangolquí**

INSTITUCIÓN	PRE-PRIMARIA	PRIMARIA	SECUNDARIA	TOTAL ESTUDIANTES
Gabriel Noroña	78	555	0	633
Cristóbal Colón	100	683	0	783
Juan Pío Montufar	89	706	0	795
San Rafael	0	0	502	502
<b>Total Estudiantes</b>	<b>267</b>	<b>1944</b>	<b>502</b>	<b>2713</b>

**Fuente:** Supervisión Educativa de Pichincha.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

Como ya lo mencioné anteriormente también he considerado a instituciones fiscales, debido a que muchos de los alumnos que acuden a estas tienen las posibilidades para poder estudiar en una institución particular.

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN PEDAGÓGICA.**

Antes de comenzar con el nuevo año lectivo, el personal docente bajo la supervisión e inspección del rector y del director, hacen una revisión de los resultados obtenidos en el año lectivo anterior, con el objetivo de conocer las falencias y fortalezas que obtuvieron en el aspecto pedagógico.

Par comenzar con el nuevo año lectivo se nombran grupos de comisiones entre los mismos docentes, donde se desarrolla el Plan Institucional Curricular, tomando en cuenta como base el pensum que es otorgado por el Ministerio de Educación. Pero se le hacen los cambios de acuerdo a las necesidades y objetivos de la institución, también se suelen desarrollar los proyectos establecidos por el Ministerio de Educación.

Los docentes con frecuencia son evaluados por la comisión de evaluación, otra manera de evaluar a los docentes es a través de las sabatinas que se realizan al finalizar cada año escolar, los docentes siempre tratan de innovar los métodos de enseñanza- aprendizaje para poder impartir las clases.

## **ANÁLISIS FINANCIERO.**

Para poder realizar el análisis financiero de la UEPSA, voy hacer uso del análisis horizontal, con lo que se busca determinar cuál fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado.

Con este análisis también se busca encontrar la variación relativa que haya sufrido cada partida de los estados financieros, en un periodo respecto a otro.

A través de este análisis se podrá determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno, regular o malo.

Para poder determinar la variación relativa en (porcentaje), de un periodo respecto a otro se aplica una regla de tres, para esto se va a dividir el periodo 2008 (P2), para el periodo 2007 (P1) y se le resta 1 y ese resultado se le multiplica por 100, para así convertirlo en porcentaje, quedando la fórmula de la siguiente manera:  $((P2/P1)-1)*100$ , este mismo proceso se realiza para determinar la variación del año 2009 – 2008.

## ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL DE LA UEPSA

<b>BALANCE GENERAL</b>						
	<b>2007</b>		<b>2008</b>		<b>2009</b>	
<b>ACTIVO</b>		<b>Variac %</b>		<b>Variac %</b>		<b>Variac %</b>
Activo Corriente	31224,19	100%	29556,04	-5,34	45155,17	52,78
Activo Fijo	14124,3		11841,63	-16,16	9221,77	-22,12
Activo Diferido	1087,32		14925,51	1272,69	6275,88	-57,95
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>46435,81</b>		<b>56323,18</b>	<b>21,29</b>	<b>60652,82</b>	<b>7,69</b>
<b>PASIVO</b>		100%				
Pasivo Corriente	38202,37		47028,64	23,10	31636,92	-32,73
Pasivo a Largo Plazo	-1601,52		0,00	-100,00	0,00	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>36600,85</b>		<b>47028,64</b>	<b>28,49</b>	<b>31636,92</b>	<b>-32,73</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>9834,96</b>		<b>9294,54</b>	<b>-5,49</b>	<b>29015,9</b>	<b>212,18</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>46435,81</b>		<b>56323,18</b>	<b>21,29</b>	<b>60652,82</b>	<b>7,69</b>

Para poder elaborar este análisis se ha tomado en cuenta las variaciones relativas más representativas. Como se puede observar en el Balance General han ido incrementando los activos y disminuyendo los pasivos.

Esto se debe a que han ido incrementando las ventas de la institución, aunque evidentemente no hayan más número de estudiantes con el pasar de los años, el precio de las pensiones, han ido subiendo, y aparte de eso las ventas del almacén han ido incrementando, en un 20% anual aproximadamente.

## **ACTIVO CORRIENTE**

El activo corriente de la institución experimentó una disminución del 5.34%, durante el periodo 2007-2008, pero en el periodo 2008-2009 experimentó un incremento del 52.78%.

Esto se produjo debido a lo siguiente en el año 2007-2008 disminuyeron las cuentas por cobrar, mientras que en el periodo 2008-2009, las cuentas por cobrar incrementaron.

## **ACTIVO FIJO**

Los activos fijos de la institución han ido disminuyendo, ya que en el periodo 2007-2008 la baja fue del 16.16% y 22.12% durante el periodo 2008-2009.

Esto se debe a que los activos fijos depreciables han ido disminuyendo.

## **PASIVOS CORRIENTES**

Los pasivos corrientes de la institución han experimentado un incremento en el periodo 2007-2008, y un decremento en el periodo 2008-2009. Esto se justifica que en el periodo 2007-2008 las cuentas por pagar de la empresa incrementaron, mientras que para el periodo 2008-2009 las cuentas por pagar disminuyeron considerablemente.

**ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE LA  
UEPSA**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>						
	<b>2007</b>		<b>2008</b>		<b>2009</b>	
		<b>Variac %</b>		<b>Variac %</b>		<b>Variac %</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>304563,11</b>		<b>326395,43</b>	7,17	<b>345479,31</b>	5,85
<b>VENTAS</b>	304563,11	100	326395,43		345479,31	
Pre-Primaria	10376,40		8933,76	-13,90	9105,5	1,92
Primaria	136068,77		140394,44	3,18	155027,77	10,42
Secundaria	105125,55		114428,43	8,85	108704,52	-5,00
Ventas Almacén	49068,73		50271,03	2,45	57408,75	14,20
Otros Ingresos	3923,66		12367,77	215,21	15232,77	23,17
<b>COSTOS Y GASTOS</b>						
Pre-Primaria	12680,82	100	12498,37	-1,44	12106,97	-3,13
Primaria	91175,17		98861,35	8,43	103748,73	4,94
Secundaria	107567,58		117756,79	9,47	132237,67	12,30
<b>OTROS COSTOS</b>						
Costos Ventas Almacén	34220,12	100	37414,92	9,34	41648,06	11,31
<b>TOTAL OTROS COSTOS</b>	34220,12		37414,92	9,34	41648,06	11,31
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Gastos del Personal	20918,53	100	24888,84	18,98	24807,12	-0,33
Servicios de Terceros	30941,09		30288,09	-2,11	28531,84	-5,80
Educación	47,47		51,48	8,45	113,24	119,97
Intereses	0		0,48		0	-100,00
Cooperativismo	240,84		288,57	19,82	302,03	4,66
Depreciaciones	1505,4		857,92	-43,01	982,09	14,47
Financieros	1152,53		940,79	-18,37	712,14	-24,30
Centavos	0,33		6,73	1939,39	0,02	-99,70
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>300449,88</b>		100	<b>323854,33</b>	7,79	<b>345189,91</b>
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE</b>	<b><u>4113,23</u></b>	100	<b><u>2541,10</u></b>	-38,22	<b><u>289,40</u></b>	-88,61

A través del análisis del Estado de Pérdidas y Ganancias, he podido determinar las siguientes conclusiones:

## **INGRESOS**

- ✓ El volumen de ventas han ido incrementando lentamente, a pasar que a través de los años ha ido disminuyendo el número de estudiantes de la institución, este pequeño incremento se justifica en lo siguiente:
- ✓ En el nivel pre-primario han ido bajando las ventas, debido a la disminución de estudiantes en este curso.
- ✓ En la Primaria se ha ido incrementado el volumen de ventas, debido a que ha ido aumentando el número de estudiantes, en el ciclo básico. En el periodo 2007-2008 se dio un incremento del 3.18% y el 10.42% del periodo 2008-2009.
- ✓ En la secundaria en el periodo 2007-2008 han incrementado el 8.85%, pero en el periodo 2008-2009 se ve una baja del 5%, debido ha que han bajado el número de estudiantes del nivel secundario.
- ✓ El volumen de ventas ha ido incrementando debido a que el almacén ha ido aumentando sus ventas considerablemente, ya que en el periodo 2007-2008 este departamento experimentó un incremento del 2.45%, y el 14.20% en el periodo 2008-2009, lo que justifica el pequeño incremento de las ventas.

## **GASTOS**

- ✓ Realmente el aspecto de los gastos es muy preocupante, debido a que se han ido incrementando casi en los mismos porcentajes que el incremento de las ventas, cuando debería ser lo contrario, aunque las ventas vayan creciendo lentamente los gastos deberían reducir, es por eso que las utilidades han ido bajando.
- ✓ Los gastos se han incrementado, debido a que tienen que pagar a los docentes y algunas de las veces a terceras personas, los rubros de pagos han ido incrementando considerablemente, es por eso que los gastos totales también.
- ✓ Así como un buen porcentaje de las ventas se encuentra concentrado en el almacén, de la misma manera se gasta en mercadería y otros para que este pueda funcionar y ofrecer los productos a los estudiantes.

**RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS DE LA UNIDAD EDUCATIVA**  
**PARTICULAR “SANTA ANA”**

**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007**

**RAZONES DE LIQUIDÉZ**

**1- RAZÓN CIRCULANTE**

$$\text{RC} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{RC} = \frac{\$ 31224.19}{\$ 38202.37}$$

$$\text{RC} = \$ 0.82$$

La UEPSA, dispone de \$0.82 en activos corrientes para cubrir sus deudas a corto plazo en el periodo 2007.

**2- RAZÓN DE EFECTIVO**

$$\text{RE} = \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{RE} = \frac{\$ 2219.87}{\$ 38202.37}$$

$$\text{RE} = \$ 0.058$$

La UEPSA tiene \$ 0.058 para cubrir cada dólar de deuda.

## **RAZONES DE ENDEUDAMIENTO**

### **1. RAZÓN DE DEUDA TOTAL**

$$\text{RDT} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{RDT} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{RDT} = \frac{\$36600.85}{\$46435.81}$$

$$\text{RDT} = 0.79$$

$$\text{RDT} = 79\%$$

La UEPSA, tiene un 79% en deudas totales, en relación a los activos.

### **2. RAZÓN ENTRE DEUDA Y CAPITAL**

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\$36600.85}{\$9834.96}$$

$$\text{RDYC} = \$3.72$$

$$\text{RTYC} = 372.15\%$$

La UEPSA, tiene un pasivo que representa el 372.15%, del patrimonio total, midiendo así su capacidad.

### 3. MULTIPLICADOR DEL CAPITAL

$$\text{RMC} = \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RMC} = \frac{\$ 46435.81}{\$ 9834.96}$$

$$\text{RMC} = 4.72 \text{ veces}$$

La UEPSA, tiene en activos totales un total de 4.72 veces su patrimonio.

### RAZONES DE ROTACIÓN O ACTIVIDAD

#### 1- ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

$$\text{RCC} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{RCC} = \frac{\$ 304563.11}{\$ 4752.21}$$

$$\text{RCC} = 61.1 \text{ veces.}$$

La UEPSA, cobró a sus clientes un promedio de 61 veces al año.

#### 2- PERIODO DE COBRANZA

$$\text{PMC} = \frac{365 \text{ días}}{\text{Rotación Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{PMC} = \frac{365}{61.1}$$

$$\text{PMC} = 5.98 \text{ días} = 6 \text{ días}$$

La UEPSA, necesita para cobrar a sus clientes alrededor de 6 días.

### **3- ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS NETOS**

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos Netos}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 304563.11}{\$ 14124.30}$$

$$= 21.56 \text{ veces}$$

$$\text{RAF} = 21.56 \text{ veces, } = 22 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 22 veces sus activos fijos para generar sus ventas.

### **4- ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES**

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 304563.11}{\$ 46435.81}$$

$$= 6.56 \text{ veces}$$

$$\text{RAF} = 6.56 \text{ veces, } = 7 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 7 veces el total de sus activos para generar sus ventas.

## **RAZONES DE RENTABILIDAD**

### **1- RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS**

$$\text{RSA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RSA} = \frac{\$ 4113.23}{\$ 46435.81}$$

$$= 0.08857$$

$$\text{RSA} = 0.08857$$

$$\text{RSA} = 8.86\%$$

La UEPSA, generó el 8.86% en la utilidad con la utilización total de activos.

### **2- MARGEN DE UTILIDAD NETA**

$$\text{MUN} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{MUN} = \frac{\$ 4113.23}{\$ 304563.11}$$

$$\text{MUN} = 0.0135$$

$$\text{MUN} = 1.35\%$$

La UEPSA, generó el 1.35% de ventas sobre la utilidad.

### **3- RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL**

$$\text{RSC} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RSC} = \frac{\$ 4113.23}{\$ 9834.96}$$

$$\text{RSC} = 0.4182$$

$$\text{RSC} = 41.82\%$$

La UEPSA, generó 41.82% en utilidad invertido en el capital.

## **RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS DE LA UNIDAD EDUCATIVA** **PARTICULAR "SANTA ANA"**

**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008**

### **RAZONES DE LIQUIDÉZ**

#### **1 -RAZÓN CIRCULANTE**

$$\text{RC} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{RC} = \frac{\$ 29556.04}{\$ 47028.64}$$

$$RC= \$ 0.62$$

La UEPSA, dispone de \$0.62 en activos corrientes para cubrir sus deudas a corto plazo en el periodo 2008.

## **2- RAZÓN DE EFECTIVO**

$$RE= \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$RE= \frac{\$ 5851.19}{\$ 47028.64}$$

$$RE= \$ 0.1244$$

La UEPSA tiene \$ 0.1244 para cubrir cada dólar de deuda.

## **RAZONES DE ENDEUDAMIENTO**

### **1- RAZÓN DE DEUDA TOTAL**

$$RDT= \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$RDT= \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$RDT= \frac{\$47028.64}{\$56323.18}$$

$$RDT= 0.835$$

$$RDT= 83.5\%$$

La UEPSA, tiene un 83.5% en deudas totales, en relación a los activos.

## **2- RAZÓN ENTRE DEUDA Y CAPITAL**

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\$47028.64}{\$ 9294.54}$$

$$\text{RDYC} = \$ 5.059$$

$$\text{RTYC} = 505,98\%$$

La UEPSA, tiene un pasivo que representa el 505.98%, del patrimonio total, midiendo así su capacidad.

## **3- MULTIPLICADOR DEL CAPITAL**

$$\text{RMC} = \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RMC} = \frac{\$ 56323.18}{\$ 9294.54}$$

$$\text{RMC} = 6.059 \text{ veces}$$

La UEPSA, tiene en activos totales un total de 6.059 veces su patrimonio.

## **RAZONES DE ROTACIÓN O ACTIVIDAD**

### **1- ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR**

$$\text{RCC} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{RCC} = \frac{\$ 326395.43}{\$ 4442.59}$$

$$\text{RCC} = 73.5 \text{ veces.}$$

La UEPSA, cobró a sus clientes un promedio de 74 veces al año.

## 2- PERIODO DE COBRANZA

$$\text{PMC} = \frac{365 \text{ días}}{\text{Rotación Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{PMC} = \frac{365}{73.5}$$

$$73.5$$

$$\text{PMC} = 4.96 \text{ días} = 5 \text{ días}$$

La UEPSA, necesita para cobrar a sus clientes alrededor de 5 días.

## 3- ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS NETOS

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos Netos}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 326395.43}{\$ 11841.63}$$

$$27.6 \text{ veces,} = 28 \text{ veces.}$$

$$\text{RAF} = 27.6 \text{ veces,} = 28 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 28 veces sus activos fijos para generar sus ventas.

## 4- ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 326395.43}{\$ 56323.18}$$

$$5.795 \text{ veces,} = 6 \text{ veces.}$$

$$\text{RAF} = 5.795 \text{ veces,} = 6 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 6 veces el total de sus activos para generar sus ventas.

## **RAZONES DE RENTABILIDAD**

### **1- RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS**

$$\text{RSA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RSA} = \frac{\$ 2541.10}{\$ 56323.18}$$

$$\text{RSA} = 0.04512$$

$$\text{RSA} = 4.51\%$$

La UEPSA, generó el 4.51% en la utilidad con la utilización total de activos.

### **2 MARGEN DE UTILIDAD NETA**

$$\text{MUN} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{MUN} = \frac{\$2541.10}{\$ 326395.43}$$

$$\text{MUN} = 0.00778534$$

$$\text{MUN} = 0.78\%$$

La UEPSA, generó el 0.78% de ventas sobre la utilidad.

### **3-RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL**

$$\text{RSC} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RSC} = \frac{\$ 2541.10}{\$ 9294.54}$$

$$\text{RSC} = 0.2734$$

$$\text{RSC} = 27.34\%$$

La UEPSA, generó 27.34% en utilidad invertido en el capital.

**RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS DE LA UNIDAD EDUCATIVA**  
**PARTICULAR “SANTA ANA”**

**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009**

**RAZONES DE LIQUIDÉZ**

**1 -RAZÓN CIRCULANTE**

$$\text{RC} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{RC} = \frac{\$ 45155.17}{\$ 31636.92}$$

$$\text{RC} = \$ 1.43$$

La UEPSA, dispone de \$1.43 en activos corrientes para cubrir sus deudas a corto plazo en el periodo 2009.

**2- RAZÓN DE EFECTIVO**

$$\text{RE} = \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{RE} = \frac{\$ 4330.64}{\$ 31636.92}$$

$$\text{RE} = \$ 0.137$$

La UEPSA tiene \$ 0.14 para cubrir cada dólar de deuda.

## **RAZONES DE ENDEUDAMIENTO**

### **1- RAZÓN DE DEUDA TOTAL**

$$\text{RDT} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{RDT} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{RDT} = \frac{\$31636.92}{\$60652.82}$$

$$\text{RDT} = 0.52161$$

$$\text{RDT} = 52.16\%$$

La UEPSA, tiene un 52.16% en deudas totales, en relación a los activos.

### **2- RAZÓN ENTRE DEUDA Y CAPITAL**

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RDYC} = \frac{\$ 31636.92}{\$ 29015.90}$$

$$\text{RDYC} = \$ 1.09033$$

$$\text{RTYC} = 109.033\%$$

La UEPSA, tiene un pasivo que representa el 109.033%, del patrimonio total, midiendo así su capacidad.

### 3- MULTIPLICADOR DEL CAPITAL

$$\text{RMC} = \frac{\text{Activos Totales}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RMC} = \frac{\$ 60652.82}{\$ 29015.9}$$

$$\text{RMC} = 2.090 \text{ veces}$$

La UEPSA, tiene en activos totales un total de 2.090 veces su patrimonio.

### RAZONES DE ROTACIÓN O ACTIVIDAD

#### 1- ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

$$\text{RCC} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{RCC} = \frac{\$ 345479.31}{\$ 5898.74}$$

$$\text{RCC} = 58.57 \text{ veces.}$$

La UEPSA, cobró a sus clientes un promedio de 59 veces al año.

#### 2- PERIODO DE COBRANZA

$$\text{PMC} = \frac{365 \text{ días}}{\text{Rotación Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{PMC} = \frac{365}{58.57}$$

$$\text{PMC} = 6.23 \text{ días} = 6 \text{ días}$$

La UEPSA, necesita para cobrar a sus clientes alrededor de 6 días.

#### 3- ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS NETOS

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos Netos}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 345479.31}{\$ 9221.77}$$

$$\text{RAF} = 37.5 \text{ veces, } = 38 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 38 veces sus activos fijos para generar sus ventas

#### **4- ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES**

$$\text{RAF} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RAF} = \frac{\$ 345479.31}{\$ 60652.82}$$

$$\text{RAF} = 5.69 \text{ veces, } = 6 \text{ veces.}$$

La UEPSA, utiliza 6 veces el total de sus activos para generar sus ventas.

### **RAZONES DE RENTABILIDAD**

#### **1- RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS**

$$\text{RSA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{RSA} = \frac{\$ 289.40}{\$ 60652.82}$$

$$\text{RSA} = 0.00477$$

$$\text{RSA} = 0.477\%$$

La UEPSA, generó el 0.48% en la utilidad con la utilización total de activo.

## 2- MARGEN DE UTILIDAD NETA

$$\text{MUN} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{MUN} = \frac{\$289.40}{\$345479.31}$$

$$\text{MUN} = 0.000837$$

$$\text{MUN} = 0.0837\%$$

La UEPSA, generó el 0.083% de ventas sobre la utilidad.

## 3-RENDIMIENTO SOBRE EL CAPITAL

$$\text{RSC} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Total}}$$

$$\text{RSC} = \frac{\$289.40}{\$29015.90}$$

$$\text{RSC} = 0.00997$$

$$\text{RSC} = 0.997\%$$

La UEPSA, generó 0.997% en utilidad invertido en el capital.

Luego de realizar este análisis se puede observar que la UEPSA no es lo suficientemente fuerte en el aspecto financiero, ya que las utilidades han ido bajando considerablemente.

### 3.1.4 Análisis de las actividades de marketing

#### MEZCLA DE MARKETING

- **PRODUCTO/SERVICIO**

La Unidad Educativa Santa Ana promueve la siguiente oferta académica:

**TABLA 14: Oferta Académica de la UEPSA**

<b>Nivel</b>	<b>Edad</b>
<b>ESCUELA</b>	
<b>Edad Escuela</b>	
Pre básica	4 años
Primero de Básica	5 años
Segundo de Básica	6 años
Tercer de Básica	7 años
Cuarto de Básica	8 años
Quinto de Básica	9 años
Sexto de Básica	10 años
Séptimo de Básica	11 años
<b>COLEGIO</b>	
<b>Edad Colegio</b>	
Primer Curso	12 años
Segundo Curso	13 años
Tercer Curso	14 años
Cuarto Curso Ciencias	15 años
Cuarto Curso Informática	15 años
Quinto Curso Ciencias	16 años
Quinto Curso Informática	16 años
Sexto Curos Ciencias	17-18 años
Sexto Curso Informática	17-18 años

**TABLA 15: Servicios Pedagógicos que ofrece la UEPSA**

<b>SERVICIOS PEDAGÓGICOS</b>
<b>Personal Capacitado</b>
<b>Expresión Corporal</b>
<b>Expresión Musical</b>
<b>Danza Folklórica</b>
<b>Actividades Extracurriculares (Banda de Guerra- Bastoneras, Grupos de Fútbol, Básquet, etc)</b>
<b>Inglés Audio-Visual</b>
<b>Atención personalizada y permanente para los jóvenes estudiantes.</b>
<b>Trabajo con Proyectos.</b>
<b>Computación</b>
<b>Laboratorios de Ciencias Naturales</b>
<b>Salas de Video.</b>

También ofrece el servicio de venta de uniformes y artículos en el almacén de la institución.

Artículo o bien	
<b>1- Uniformes de la UEPSA</b>	
	*- De Educación
*- De Diario	Física
*- De Parada.	*- De Natación
<b>2- Todo de Papelería</b>	
*- Hojas ( Bond, cuadriculadas, líneas, etc)	
*- Esferos, Lápices, Borradores, Cuadernos, Reglas, etc)	
<b>3- Tiene servicio de Copiadora.</b>	

- **EL PRECIO.**

Como ya mencione la UEPSA es una institución particular, esto quiere decir que cobra un precio por el servicio educativo que ofrece, este precio es más conocido como pensión la misma que pagan los padres de familia para que sus hijos puedan estudiar en esta entidad educativa.

Al inicio de cada año lectivo la institución suele cobrar los siguientes rubros, claro está que los costos que voy a mencionar suelen variar dependiendo del año lectivo y de las autorizaciones respectivas del ministerio de educación. Estos costos también suelen variar según los niveles con los cuales cuenta la UEPSA, esto quiere decir nivel pre-primario, primario y secundario.

A continuación voy a detallar los costos para matricularse en la UEPSA.

### **Precio para la matricula de PRE-BÁSICA**

**TABLA 16: Precios de Matrícula para Pre básica**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTOS \$</b>
Inscripción	10.00
Matrícula	43.50
Pensión Mensual del mes de Septiembre	60.00
Fotos y Carné	5.00
<b>Total Precio de Matrícula Pre- Básica</b>	<b>118.50</b>

Entonces el precio mensual de la pensión para Pre-Básica es de 60,00\$.

### **Precio para la matricula de Primero de Básica.**

**TABLA 17: Precios de Matrícula para Primero de básica**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTOS \$</b>
Inscripción	10.00
Matrícula	43.50
Pensión Mensual del mes de Septiembre	69.60
Fotos y Carné	5.00
<b>Total Precio de Matrícula Primero de básica</b>	<b>128.10</b>

El precio mensual de la pensión para Primero de Básica es de 69,60\$.

### **Precio para la matricula de Segundo a Séptimo de Básica.**

**TABLA 18: Precios de Matrícula para Segundo a Séptimo de Básica**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTOS \$</b>
Inscripción	10.00
Matrícula	45.00
Pensión Mensual del mes de Septiembre	72.00
Fotos y Carné	5.00
<b>Total Precio de Matrícula 2do-7mo de básica</b>	<b>132.00</b>

Entonces el precio mensual de la pensión para Primero de Básica es de 72,00\$.

### **Precio para la matrícula del Colegio**

**TABLA 19: Precios de Matrícula para el Colegio**

<b>RUBRO</b>	<b>COSTOS \$</b>
Inscripción	10.00
Matrícula	46.50
Pensión Mensual del mes de Septiembre	74.40
Fotos y Carné	5.00
<b>Total Precio de Matrícula Primero de básica</b>	<b>135.90</b>

Entonces el precio mensual de la pensión para todo el colegio, esto quiere decir desde el primer curso hasta el sexto curso, es de 74,40\$.

El precio está orientado al cliente, de acuerdo a la actitud y comportamiento que han tenido en relación a la competencia.

Algo que hay que tomar muy en cuenta es que la UEPSA, cada año lectivo sube el precio de la pensión, lo cual mucha de las veces causa malestar en los padres de familia.

Sin embargo actualmente la UEPSA es una de las Instituciones que tiene un precio de pensión por debajo del de la competencia.

- **PROMOCIÓN**

La Unidad Educativa, como ya lo mencioné anteriormente gasta \$2000 anuales para realizar el marketing de la institución, la publicidad la realizan en el medio televisivo, radial y de una revista.

A través del estudio de mercados he detectado que la UEPSA se ha dado a conocer por medio de referencias, recomendaciones, experiencias, de conocidos, de los propios padres de familia y por otros medios.

También se promocionan a través de las participaciones en los diferentes eventos que involucran a las instituciones del cantón.

Suelen participar en:

- ✓ Concursos deportivos intercolegiales.
- ✓ Concursos de oratoria,
- ✓ Concursos de matemáticas.
- ✓ Entre otros, y siempre se ha logrado tener unos de los mejores puestos.

- **PLAZA**

La UEPSA vende su servicio de una manera directa, ya que no existen intermediarios.

El padre de familia acude a la institución y tienen contacto directo con el Rector en el colegio o el Director en la escuela, aquí se dan a conocer los beneficios y la capacidad de la unidad.

Luego el padre de familia toma la decisión de si quedarse o no con el servicio ofrecido.

Actualmente la UEPSA no cuenta con un departamento de marketing, el mismo que planifique, organice, dirija y controle, las actividades de promoción, publicidad y marketing para la institución.

Se supone que la aplicación de marketing en cualquier empresa que ofrezca tanto un producto como servicio se convierte en una inversión y no en un gasto.

Pero a través del Estudio de Mercado realizado en la UEPSA he determinado que el presupuesto que se asigna a la promoción y publicidad no se ha convertido en una inversión sino en un gasto, debido a que apenas el 3% de encuestados tanto entre estudiantes como en padres de familia se enteraron de la existencia y beneficios de la UEPSA a través de medios publicitarios como son la televisión y la radio.

Esto he justificado, debido a lo siguiente:

- La UEPSA invierte aproximadamente \$2000 al año en lo que se refiere a publicidad, los medios en los que hace publicidad son los siguientes:

**TABLA 20: Inversión en Publicidad para la UEPSA**

Nombre del Programa	Emisora/ Canal/ Nombre de Revista
Súper Deportes	AM
Identidad TV (Rumiñahui)	Canal No 40
Revista El Valle	Revista El Valle.

**Fuente:** UEPSA, Informe de Presupuestos, año 2008

**Elaborado por:** Lesly Aldaz

Todos estos medios son sintonizados en el Cantón Rumiñahui, pero realmente tienen muy poca sintonía, debido a que pocas personas se interesan en esta sección.

Algo que hay que tomar en cuenta es que la sección en la que se hace publicidad del servicio educativo que ofrece la UEPSA no tiene nada que ver con el espacio deportivo.

- Otra de las maneras como se da información de la UEPSA es a través del departamento de secretaría, debido a que la encargada recibe llamadas telefónicas y se encarga de responder a las preguntas realizadas por los interesados del servicio educativo.
- También la UEPSA tienen una pancarta gigante a los exteriores de la Unidad, donde se indican datos como el teléfono, especialidades, hobbies, actividades extracurriculares, entre otro tipo de información que interese a las persona

### **ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO**

Actualmente la UEPSA es una institución que como ya lo mencioné tiene varias aulas, desde pre básica hasta 6to curso.

Las aulas están divididas en base a la cantidad de estudiantes que puede recibir, a continuación voy a mencionar como están distribuidos cada una de las aulas y departamentos de la UEPSA, áreas donde se ofrece el servicio educativo que da la institución

## DISTRIBUCIÓN DE CADA UNO DE LOS CURSOS.

### CAPACIDAD INSTALADA DE CADA UNO DE LOS CURSOS

**TABLA 21:** Capacidad Instalada de la UEPSA

Nivel	No Alumnos (2009-20010)	Capacidad Instalada
<b>ESCUELA</b>		
Pre básica	14	20
Primero de Básica	28	35
Segundo de Básica	37	35
Tercer de Básica	33	35
Cuarto de Básica	22	35
Quinto de Básica	31	35
Sexto de Básica	35	35
Séptimo de Básica	40	35
<b>Total Estudiantes Escuela</b>	<b>240</b>	<b>265</b>
<b>COLEGIO</b>		
Primer Curso	17	35
Segundo Curso	25	30
Tercer Curso	29	30
Cuarto Curso Ciencias	26	30
Cuarto Curso Informática	11	30
Quinto Curso Ciencias	22	30
Quinto Curso Informática	11	30
Sexto Curos Ciencias	9	30
Sexto Curso Informática	11	30
<b>Total Estudiantes Colegio</b>	<b>161</b>	<b>275</b>
<b>Total Estudiantes UEPSA</b>	<b>401</b>	<b>540</b>

En cada uno de los cursos los maestros son los encargados de enseñar nuevas cosas y llenar de conocimientos a los estudiantes, a través de esta actividad la UEPSA está cumpliendo con el servicio académico.

Como se puede observar la UEPSA es una institución que en el último año lectivo tuvo 401 estudiantes, pero su capacidad instalada es para 540 estudiantes aproximadamente, lo cual si se cubriría con esta las utilidades de la UEPSA serían mucho mejores.

La Unidad Educativa no está haciendo uso de su capacidad instalada, y uno de sus objetivos es que esta capacidad se cubra con el fin de mejorar sus rubros de ingresos y por ende de las utilidades.

### **DISTRIBUCIÓN DE CADA UNO DE LOS DEPARTAMENTOS**

**TABLA 22: Distribución de los Departamentos de la UEPSA**

Departamento	No Empleados/ Departamento
Almacén	1
Biblioteca	1
Contabilidad	1
Dirección- Escuela	2
DOBE	1
Inspección	1
Médico	1
Odontológico	1
Rectorado- Colegio	1
Secretaría	1
Vicerrectorado	1
<b>Total Empleados / Departamentos</b>	<b>12</b>

En cada uno de los departamentos se encuentran un encargado, el mismo que tiene la tarea de atender al estudiante y en alguno de los casos al padres de familia, en realidad lo que los departamentos realizan es dar el servicio de atención al cliente.

Estos departamentos deben dar información, atender, guiar, y otras a los estudiantes, y padres de familia.

## **DISTRIBUCIÓN DE CADA UNO DE LOS LABORATORIOS**

**TABLA 23: Distribución de los Laboratorios de la UEPSA**

<b>Laboratorios</b>	<b>No de laboratorios</b>
Computación	2
Ciencias Naturales	1
<b>Total Laboratorios</b>	<b>3</b>

Actualmente la UEPSA cuenta con dos tipos de laboratorios, entre estos se tiene al de Computación y el de inglés, en estos laboratorios se enseña a los estudiantes de manera práctica lo aprendido teóricamente, entonces en estas áreas se está también ofreciendo un servicio a los estudiantes.

## **DISTRIBUCIÓN DE CADA UNA DE LOS SALAS**

**TABLA 24: Distribución de los Salas de la UEPSA**

<b>Salas</b>	<b>No de Salas</b>
Videos	1
Audiovisuales	1
<b>Total de Salas</b>	<b>2</b>

A parte de todas las divisiones ya mencionadas la UEPSA también cuenta con un bar, con dos sectores donde se encuentran localizados los baños, tanto para la escuela como para el colegio, también tiene un pequeño parque de juegos para los niños, realmente cuenta con muy pocos espacios verdes, debido a que la capacidad de espacios no es muy amplia.

En sí la UEPSA se encuentra distribuida internamente de la manera ya indicada y otra forma de distribuir su servicio externamente en el mercado es la siguiente.

Se utiliza la venta directa del servicio, ya que no existen intermediarios. El padre de familia acude a la institución y tienen contacto directo con el Rector en el colegio o el Director en la escuela, aquí se dan a conocer los beneficios y la capacidad de la UEPSA.

Luego de un análisis el padre de familia toma la decisión de si quedarse o no con el servicio educativo ofrecido.

### **3.1.5-Análisis de los factores internos de la industria**

- **FACTORES ECONÓMICOS**

En lo económico la UEPSA se siente afectada por la economía, debido a la crisis por la que atraviesa todo el país. Muchas de las veces esto ocasiona que los padres de familia tengan problemas al momento de pagar las pensiones.

Como la economía es inestable, debido a varios factores como el desempleo, inestabilidad laboral, impuntualidad en los pagos de sueldos en las empresas en las cuales trabajan los padres de familia y otros factores han provocado que la UEPSA cada mes tenga una serie de dificultades con un grupo de estudiantes que no pagan a tiempo la pensión, todo esto consecuencia de los factores ya mencionados.

Algo que es muy importante acotar es que un gran porcentaje de los padres de familia de la UEPSA son comerciantes, muchas de las veces su economía depende de las ventas, y estos han justificado sus atrasos en el bajo nivel de las ventas que han tenido sus negocios, y por consecuencia algunas de las veces no tienen dinero para pagar la pensión.

Los factores que mencioné también han provocado que algunos padres de familia retiren a sus hijos de la institución, ya que no tienen el recurso económico para pagar la pensión.

Todo esto perjudica y ha perjudicado bastante al rubro de ingresos que tiene la UEPSA.

- **FACTORES TECNOLÓGICOS**

La institución forma bachilleres en la rama de la Informática, y por ende las autoridades siempre están pendientes del ámbito tecnológico de la institución.

Actualmente la UEPSA cuenta con dos laboratorios de Computación, uno para la escuela y otro para el colegio

**TABLA 25: Número de Computadoras en los Laboratorios que posee la UEPSA**

<b>LABORATORIO</b>	<b>No DE COMPUTADORAS</b>
1	22
2	13
<b>Total Computadoras</b>	<b>35</b>

Los programas que por lo general se encuentran instalados en las computadoras de los laboratorios son los siguientes:

- ✓ Todo el Paquete de Office.
- ✓ Programas Educativos.
- ✓ El Autocad.
- ✓ El Corel Draw.
- ✓ Puerto para instalar la memory flash.
- ✓ Internet.

Estos son los principales programas con los que cuentan las computadoras que a diario utilizan los estudiantes en el transcurso del año escolar.

En el área Administrativa se encuentran seis computadoras más, a continuación voy a detallar el departamento y los programas que se utilizan en cada computadora.

DEPARTAMENTO	No DE COMPUTADORAS	PROGRAMAS QUE UTILIZAN
Secretaría	1	Office, Internet, Sistema Escolástico, Administración de Notas
Dirección	1	Paquete de Office
Contabilidad	1	Office, Andi, T-Max, Internet.
Vicerrectorado	1	Paquete de Office.
Inspección	1	Paquete de Office, Internet.
Almacén	1	Office, T-Max, Internet.
<b>Total de computadoras</b>	<b>6</b>	<b>Programas usados en los Departamentos</b>

En la sala de videos se encuentra un computador el cual se lo usa para conectarle al proyector y de esa manera mostrar exposiciones en pantalla gigante. En total la UEPSA cuenta con 42 computadores los mismos que se encuentran en uso diario.

**TABLA 26: Total de Computadores con los que cuenta la UEPSA**

Área	No de Computadoras
Laboratorio No1	22
Laboratorio No2	13
Secretaría	1
Dirección	1
Contabilidad	1
Vicerrectorado	1
Inspección	1
Almacén	1
Sala de Videos	1
<b>Total/Computadoras</b>	<b>42</b>

La UEPSA suele realizar un mantenimiento preventivo y correctivo a las computadoras.

**El Mantenimiento Preventivo** se lo realiza una vez al año para prevenir desperfectos físicos.

**El Mantenimiento Correctivo** se lo realiza a diario para corregir defectos de hardware y software.

Todas las tablas anteriores fueron investigadas en la institución y en el área de informática.

La UEPSA actualiza o cambia las computadoras cuando los equipos ya no tienen un funcionamiento adecuado.

La institución durante las vacaciones escolares suele gastar aproximadamente 1000\$ en el mantenimiento de las computadoras, ya que para iniciar el nuevo año lectivo las mismas deben estar actualizadas, deben tener todos los programas para que los estudiantes puedan trabajar, las PC's deben estar limpias, deben estar libres de virus, etc, en síntesis deben estar listas para que puedan ser utilizadas.

Este costo se cancela al Ingeniero Marco Caiza dueño de la empresa COMPUSOFT, por el mantenimiento de las computadoras.

- **FACTORES GUBERNAMENTALES**

En la actualidad todas las empresas se han visto obstaculizadas por las ordenanzas, reglamentos, entre otras dispuestas por el gobierno, y la UEPSA no es la excepción.

La labor de la UEPA se ha visto obstaculizada por las ordenanzas dictadas por organismos que tienen relación con sus actividades, por ejemplo la institución siempre tiene que estar presta a cumplir con las disposiciones expuestas por el Ministerio de Educación, de Trabajo, por la Supervisión de Educación, entre otras entidades que se encuentran controlando frecuentemente el desenvolvimiento de la UEPSA en el mercado

En resumen hoy en día la inestabilidad política del Ecuador afecta al desenvolvimiento de cualquier empresa ya sea que esta ofrezca un producto o un servicio en el mercado.

- **FACTORES LEGALES**

La UEPSA como toda empresa ha tenido problemas legales, pero estos han sido solucionados con facilidad, nunca se ha tenido un problema significativo o de gran magnitud.

La institución frecuentemente se encuentra actualizando y siempre cumple con las disposiciones de las entidades gubernamentales que tiene relación directa con la UEPSA.

Cuando se trata del personal que labora en la UEPSA se rige a las disposiciones del Ministerio de Trabajo, cuando se trata del ámbito Pedagógico o de la Educación se rige a las disposiciones establecidas por el Ministerios de Educación y Cultura.

En lo referente a los impuestos se basa en las reglas dispuestas por el Servicio de Rentas Internas.

Todo esto con el objetivo de evitar tener problemas con las entidades del Gobierno.

En cuanto a las declaraciones del IVA y del Impuesto a la Renta suele realizarla de la siguiente manera:

Cuando se cobra las pensiones a los padres de familia no se retiene el IVA debido a que la Educación grava IVA 0%.

Cuando la institución hace adquisición de un producto o servicio retiene IVA dependiendo del producto o servicio que esté adquiriendo.

La UEPSA se mantiene en la filosofía que todo producto grava IVA, claro está con excepción de algunos.

En cuanto al Impuesto a la Renta se toma en cuenta al 1%, al 2% y al 8% dependiendo de la empresa con la que se esté haciendo las diferentes transacciones.

La UEPSA realiza la declaración del Impuesto a la Renta de Manera Mensual y Anual, tal como estipula la ley.

- **FACTORES CULTURALES**

El ambiente cultural que se vive en la UEPSA se puede describir en los siguientes aspectos:

Los padres de familia y los estudiantes tienen diferentes tipos de hábitos, no todos los clientes de la UEPSA tienen buenos hábitos, esto ha provocado que la UEPSA desde sus inicios enseñe todo lo relacionado con hábitos y valores, con el objetivo de lograr un complemento de vida para sus estudiantes y familiares.

Como los empleados de la UEPSA son los encargados de enseñar buenos hábitos a los estudiantes obviamente ellos tienen que practicarlos por lo menos frente a los estudiantes.

La UEPSA suele realizar eventos como por ejemplo las fiestas patronales, con el objetivo de rescatar las costumbres y tradiciones de nuestro país.

La institución siempre está preocupada por la cultura positiva, es por eso que se ha establecido políticas con el objetivo de mejorar los hábitos, tanto de clientes como de empleados de la institución.

- **FACTORES RELIGIOSOS**

La UEPSA es una institución católica la misma que forma a sus estudiantes con valores religiosos, pero la institución también recibe a estudiantes que pertenecen a otras religiones para de esta manera no limitar a poner trabas a los estudiantes que quieran ingresar a la UEPSA.

La UEPSA prepara a los estudiantes para que realicen la Primera Comunión y Confirmación, este evento no es obligatorio para todos los estudiantes, debido a que se respeta las religiones ajenas a las de la UEPSA.

En el ámbito religioso la institución promueve lo católico pero respetando las otras religiones, tratando de evitar molestias para los clientes que no comparten estas creencias.

### **3.2- Auditoría externa de la UEPSA**

#### **3.2.1- Análisis del atractivo del entorno.**

Las Instituciones educativas fueron y son creadas con el objetivo de reducir la tasa de analfabetismo dentro de un país o nación. Estas se dividen en Particulares y Fiscales.

Las Instituciones Educativa Particulares son aquellas que ofrecen su servicio a cambio de recibir lucro de estas, .mientras que las Instituciones Educativas Fiscales son creadas por el estado con el fin de educar a personas de escasos recursos económicos.

Hoy en día están incrementando las instituciones educativas particulares, debido al crecimiento de la población, y a las escasas instituciones fiscales que tienen cupos libres para recibir a más estudiantes.

Ambos tipos de instituciones deben estar respaldadas legal y constitucionalmente por el estado, a través del Ministerio de Educación y Cultura.

### **3.2.2- Análisis de la tendencia de mercados.**

La población del Cantón Rumiñahui día a día va creciendo, lo cual se ve reflejado en el incremento de la demanda para el servicio educativo de este cantón.

El lugar donde se concentra el mayor porcentaje de la población del Cantón Rumiñahui es en la ciudad de Sangolquí. En la ciudad de Sangolquí existen aproximadamente 30 instituciones educativas particulares y 27 fiscales. En todo el Cantón Rumiñahui existen 84 instituciones fiscales y 134 particulares, de esa manera se puede notar la magnitud de la competencia que existe en este servicio educativo.

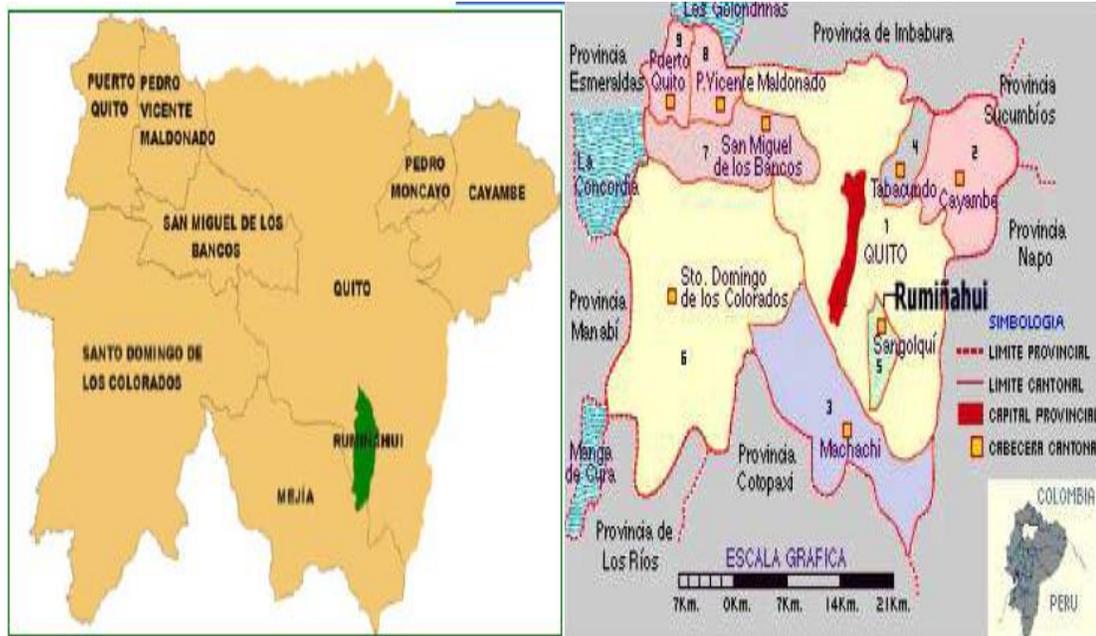
### **3.2.3- Análisis del Macro entorno.**

En el Macro entorno se deben reconocer las posibilidades que se le presentan a la UEPSA, para poder alcanzar una posición que le permita estar mejor que la competencia (oportunidades), así como las posibilidades que puedan perjudicarla (amenazas), para facilitar este análisis se realiza una investigación de los datos demográficos, económicos, políticos, legales, religiosos y culturales. Las tendencias del Macro entorno son muy importantes, debido a que influyen mucho en la formulación de estrategias de marketing.

### **ENTORNO GEOGRÁFICO.**

A continuación he seleccionado dos mapas donde indican donde está localizado el Cantón Rumiñahui, y la ciudad de Sangolquí.

**GRAFICO 59: Mapa Geográfico del Cantón Rumiñahui**



## ENTORNO DEMOGRÁFICO

En este análisis se tomará en cuenta a la población del Cantón Rumiñahui, debido a que la UEPSA, recibe estudiantes provenientes de todo el Cantón Rumiñahui.

El Entorno demográfico es definido como:

Los cambios sociales, culturales, demográficos y ambientales ejercen un impacto en casi todos los productos, servicios, mercados y clientes. Las oportunidades y amenazas que surgen de los cambios en las variables sociales, culturales, demográficas y ambientales impresionan y desafían a empresas grandes, pequeñas, lucrativas y no lucrativas de todas las industrias. (David Fred, 2003)<sup>13</sup>

<sup>13</sup> FRED, David, *Conceptos de Administración Estratégica*, 9na. Edición, Editorial Prentice Hall, México 2003, p. 84.

**TABLA 27: Crecimiento Poblacional en el Cantón Rumiñahui (2001-2010)**

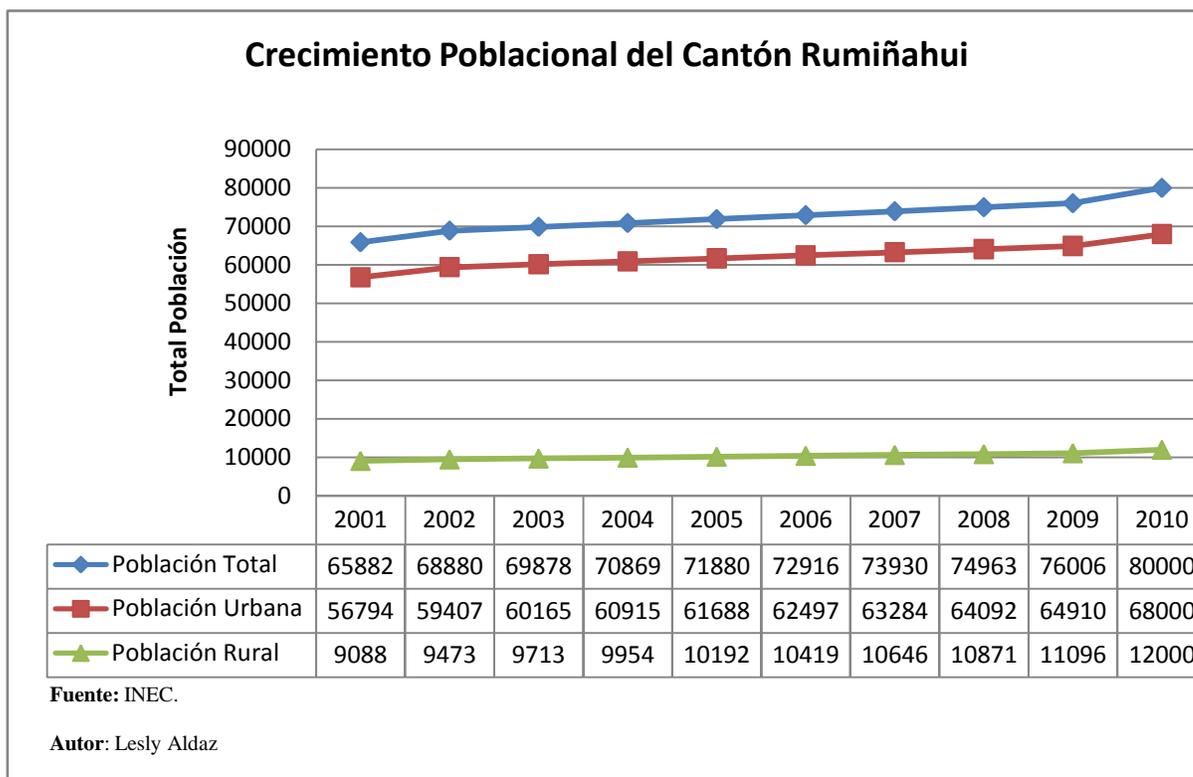
**CRECIMIENTO POBLACIONAL EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI  
PERIODO (2001-2010)**

<b>Año</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Población Total</b>	65882	68880	69878	70869	71880	72916	73930	74963	76006	80000
<b>Población Urbana</b>	56794	59407	60165	60915	61688	62497	63284	64092	64910	68000
<b>Población Rural</b>	9088	9473	9713	9954	10192	10419	10646	10871	11096	12000

<b>Año</b>	<b>2002-2001</b>	<b>2003- 2002</b>	<b>2003- 2004</b>	<b>2004- 2005</b>	<b>2005- 2006</b>	<b>2006-2007</b>	<b>2007- 2008</b>	<b>2008-2009</b>	<b>2009- 2010</b>	<b>Sumatoria Total</b>
<b>Tasa de Crecimiento %</b>	4,35	1,43	1,40	1,41	1,42	1,37	1,38	1,37	4,99	19,12
									Tasa Promedio de crecimiento	<b>2,12</b>  3

**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**GRAFICO 60: Crecimiento Poblacional del Cantón Rumiñahui (2001-2010)**



**TABLA 28: Distribución de la Población del Cantón Rumiñahui según Parroquias.**

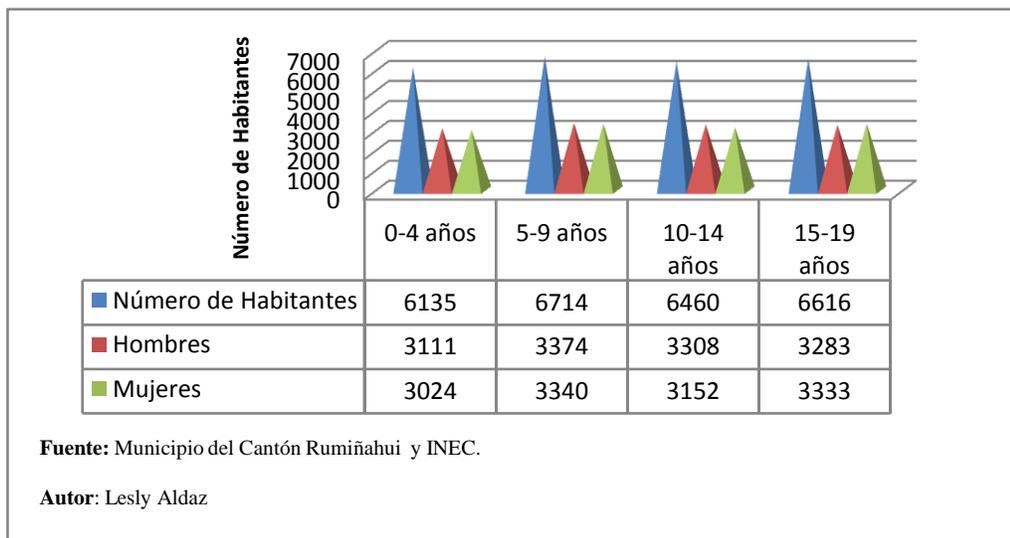
<b>DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI, SEGÚN PARROQUIAS</b>			
<b>PARROQUIAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>TOTAL</b>	<b>65.882</b>	<b>32.275</b>	<b>33.607</b>
<b>SANGOLQUÍ (URBANO)</b>	<b>56.794</b>	<b>27.743</b>	<b>29.051</b>
<b>ÁREA RURAL</b>	<b>9.088</b>	<b>4.532</b>	<b>4.556</b>
<b>PERIFERIA</b>	<b>5.768</b>	<b>2.868</b>	<b>2.900</b>
<b>COTOGCHOA</b>	<b>2.843</b>	<b>1.422</b>	<b>1.421</b>
<b>RUMIPAMBA</b>	<b>477</b>	<b>242</b>	<b>235</b>

**Fuente:** Página Web Ilustre Municipio de Rumiñahui.  
**Elaborador por:** Municipio del Cantón Rumiñahui.

En el año 2001 el 86.2% de la población del Cantón Rumiñahui corresponde a la ciudad de Sangolquí. Para justificar este dato voy a poner como ejemplo el siguiente cuadro.

Como se puede observar la parroquia urbana de Sangolquí representa más del 80% de la población del Cantón Rumiñahui, este porcentaje se ve reflejado en todos los años de evolución de la población del Cantón Rumiñahui.

**GRAFICO 61: Distribución de la población del Cantón Rumiñahui en el año 2001**



**TABLA 29: Población Total del Cantón Rumiñahui por Sexo y Edad**

POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI				
Denominación	Hombres	Mujeres	Total (2001)	Total (2010)
<b>Población Total</b>	32275	33607	65882	80000
POBLACIÓN COMPRENDIDA ENTRE LOS 0 Y 19 AÑOS DE EDAD				
Denominación	Hombres	Mujeres	Total (2001)	Total (2010)
<b>Población Total</b>	13076	12849	25925	31480
		<b>%Población</b>	<b>39,35</b>	
POBLACIÓN DEL CANTÓN RUMIÑAHUI				
Denominación	Hombres	Mujeres	Total (2001)	Total (2010)
<b>Población Total</b>	32275	33607	65882	80000
POBLACIÓN COMPRENDIDA ENTRE LOS 5 Y 19 AÑOS DE EDAD				
Denominación	Hombres	Mujeres	Total (2001)	Total (2010)
<b>Población Total</b>	9965	9825	19790	24032
		<b>%Población</b>	<b>30,04</b>	

**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

La población de 0 a 19 años de edad es el 39.35% de la población del Cantón Rumiñahui, mientras que la población de 5 a 19 años que sería la población objetivo de la UEPSA corresponde al 30.04% del total de la población del Cantón.

**TABLA 30: Población de 5 y más por Sexo, Áreas y Nivel de Instrucción**

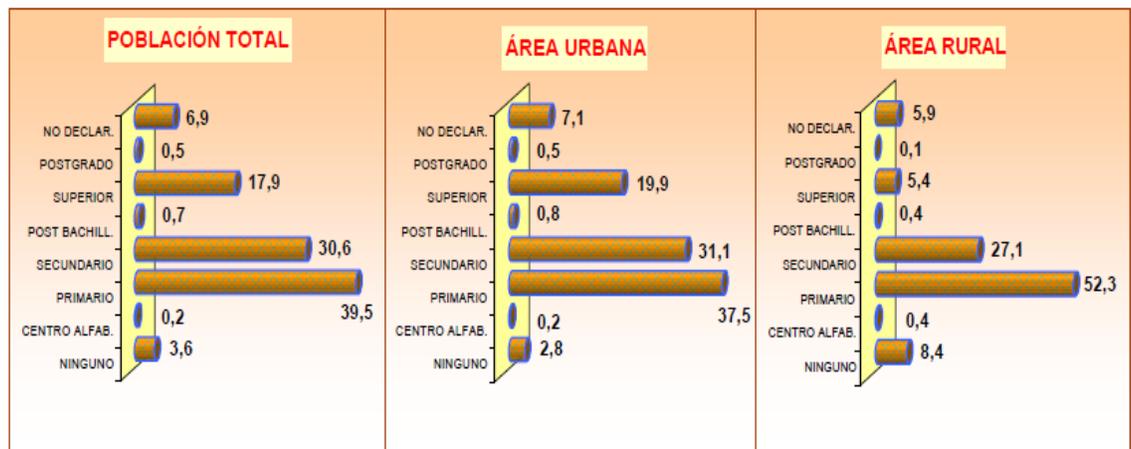
CANTÓN RUMIÑAHUI: POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	59.747	51.645	8.102	29.164	25.138	4.026	30.583	26.507	4.076
NINGUNO	2.135	1.458	677	674	450	224	1.461	1.008	453
CENTRO ALFAB.	138	106	32	62	48	14	76	58	18
PRIMARIO	23.627	19.392	4.235	11.790	9.583	2.207	11.837	9.809	2.028
SECUNDARIO	18.260	16.063	2.197	8.374	7.306	1.068	9.886	8.757	1.129
POST BACHILLERATO	441	407	34	206	189	17	235	218	17
SUPERIOR	10.722	10.284	438	5.753	5.520	233	4.969	4.764	205
POSTGRADO	287	280	7	194	191	3	93	89	4
NO DECLARADO	4.137	3.655	482	2.111	1.851	260	2.026	1.804	222

El promedio de años aprobados por la población de 10 años y más (escolaridad media) para el Cantón Rumiñahui es de 8,5 años, para la población del área urbana es de 8,9 años y para el área rural 6,2 años. Para hombres 8,9 y para mujeres 8,2 años

**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.

**Elaborado por:** INEC.

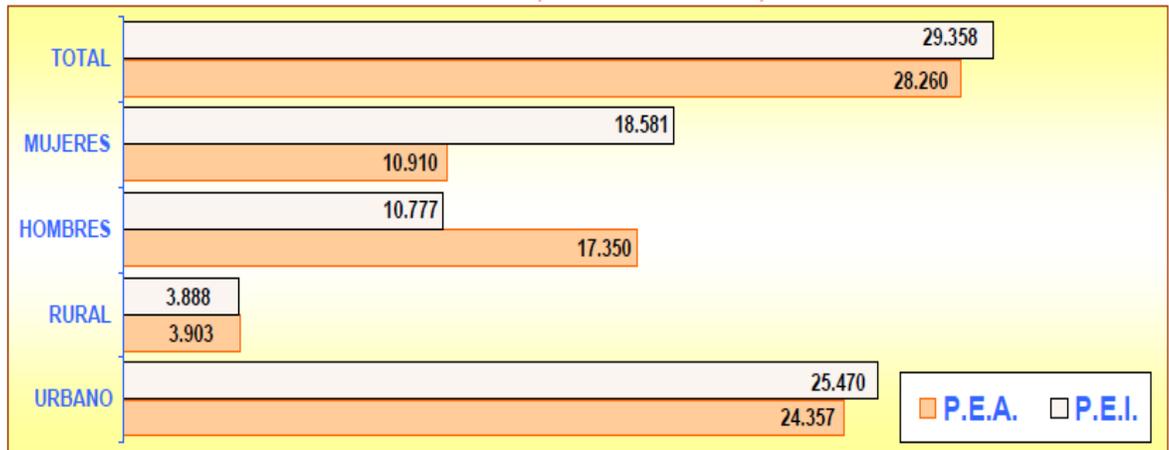
**TABLA 31: Porcentaje de la Población según niveles de Instrucción en el Cantón Rumiñahui**



**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.

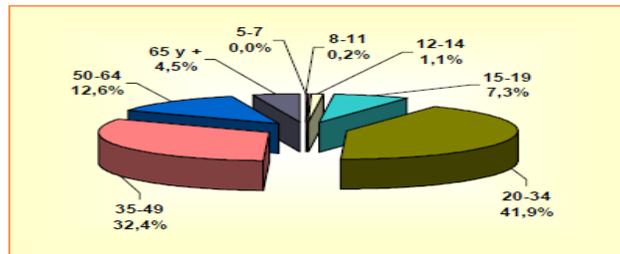
**Elaborado por:** INEC.

**TABLA 32: Población Económicamente Activa e Inactiva según áreas y sexo en el Cantón Rumiñahui**

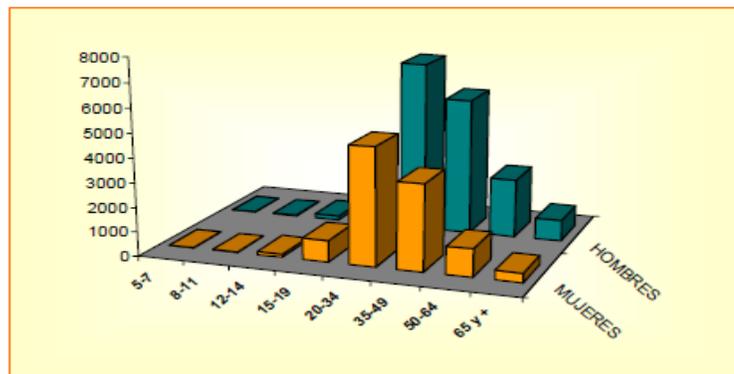


**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC

**GRAFICO 62: Población ocupada por grupos de edad y sexo**



**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC



**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC

**TABLA 33: Población Económicamente Activa según grupos ocupacionales**

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	28.260	17.350	10.910
MIEMBROS, PROFESIONALES			
TÉCNICOS	4.566	2.675	1.891
EMPLEADOS DE OFICINA	2.538	1.305	1.233
TRAB. DE LOS SERVICIOS	4.241	1.965	2.276
AGRICULTORES	1.232	820	412
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	8.777	7.193	1.584
TRAB. NO CALIFICADOS	4.263	1.717	2.546
OTROS	2.643	1.675	968

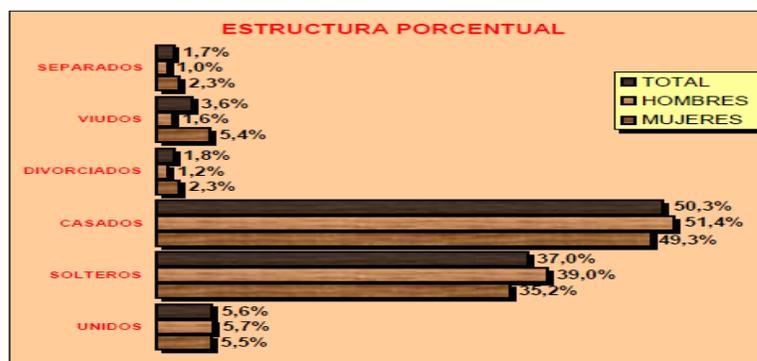
**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC

**TABLA 34: Población Económicamente Activa según ramas de actividad**

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	28.260	17.350	10.910
AGRICULTURA, GANADERÍA			
CAZA, PESCA, SILVICULTURA	2.101	1.397	704
MANUFACTURA	4.965	3.288	1.677
CONSTRUCCIÓN	2.217	2.114	103
COMERCIO	4.639	2.582	2.057
ENSEÑANZA	1.409	563	846
OTRAS ACTIVIDADES	12.929	7.406	5.523

**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC

**TABLA 35: Población según el Estado Civil o Conyugal, según el sexo.**



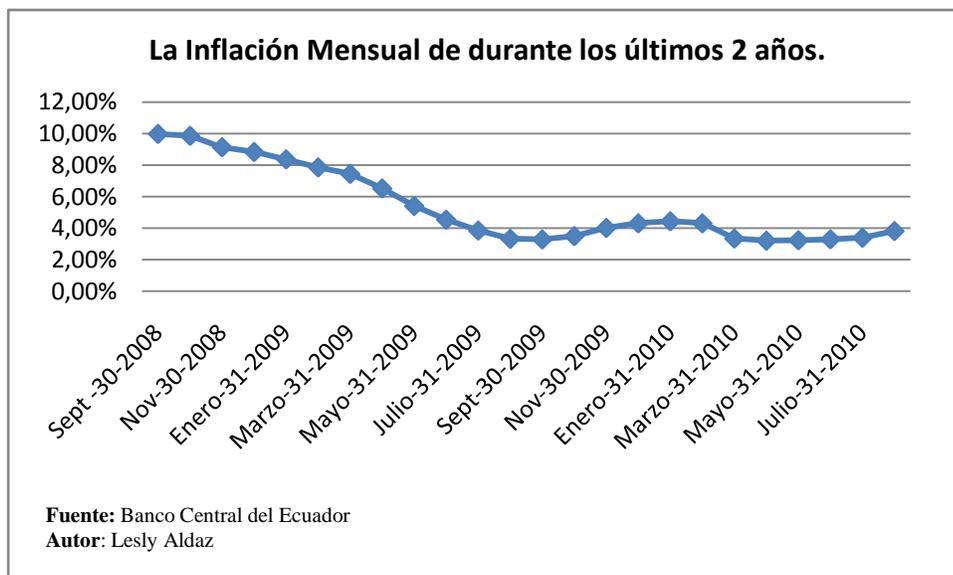
**Fuente:** Municipio del Cantón Rumiñahui e INEC.  
**Elaborado por:** INEC

## ENTORNO ECONÓMICO.

- **LA INFLACIÓN**

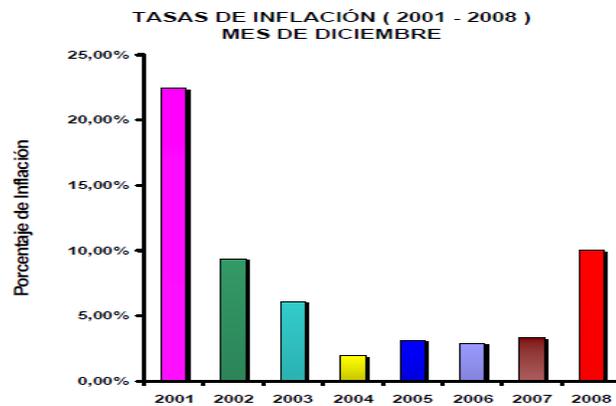
“La inflación es considerada el incremento del nivel general de precios de los grupos que ofrecen mercancías en ventas (oferta), y una disminución permanente del poder adquisitivo de la moneda del país que sufre el proceso, o sea del grupo de personas que compran las mercancías (demanda).”<sup>14</sup>

**GRAFICO 63: Inflación Mensual durante los últimos 2 años**



Como se puede ver la inflación ha ido decreciendo durante los últimos dos años, esto quiere decir que los precios de las mercancías de productos o servicios han ido bajando relativamente, esto puede deberse a varios factores, pero considero que el más importante se debe al incremento de la competencia que obliga a las empresas a reducir sus costos y precios.

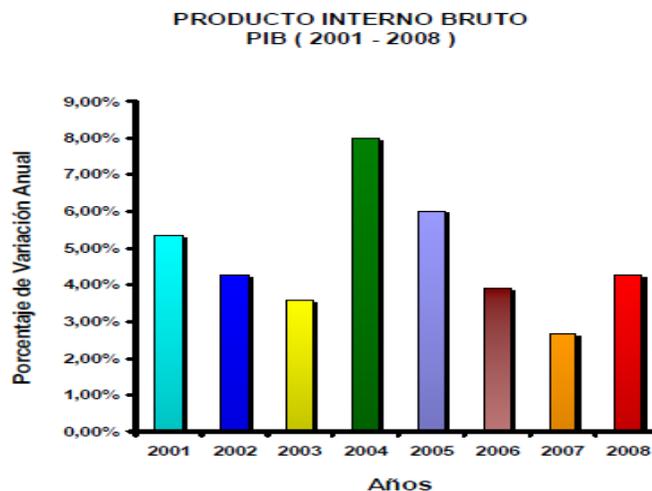
<sup>14</sup> CHIRIBOGA- LUIS, “La Inflación”, DICCIONARIO TÉCNICO FINANCIERO ECUATORIANO, Editorial Publigráficas, 101-102.



- **EL PRODUCTO INTERNO BRUTO**

El producto interno bruto (PIB) es la producción de un país en el interior de este, representa el tamaño de la economía en términos de producción. El PIB se debe reportar en dólares, para permitir comparaciones a nivel internacional y evitar la distorsión que produce la inflación, el nivel de crecimiento y desarrollo de un país se mide según la evolución del PIB en forma anual.<sup>15</sup>

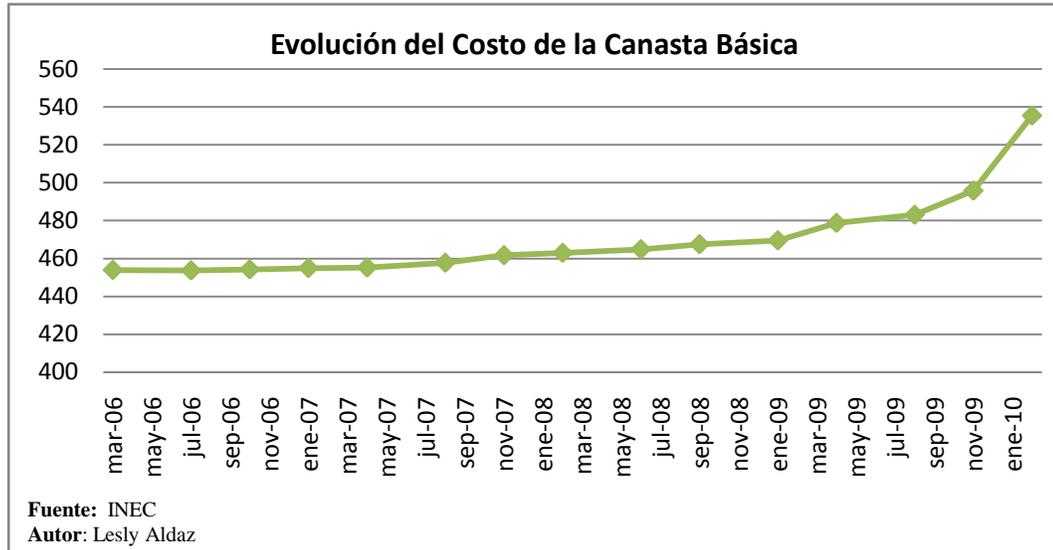
**GRAFICO 64: Producto Interno Bruto de (2001-2008)**



<sup>15</sup> MONTALVO, Mariana, Introducción al mundo del Mercado de Capitales: *Lea antes de Jugar en la Bolsa*, 3<sup>ra</sup>. Edición, p. 276

- **LA CANASTA BÁSICA.**

**GRAFICO 65: Evolución del Costo de la Canasta Básica (2006-2010)**

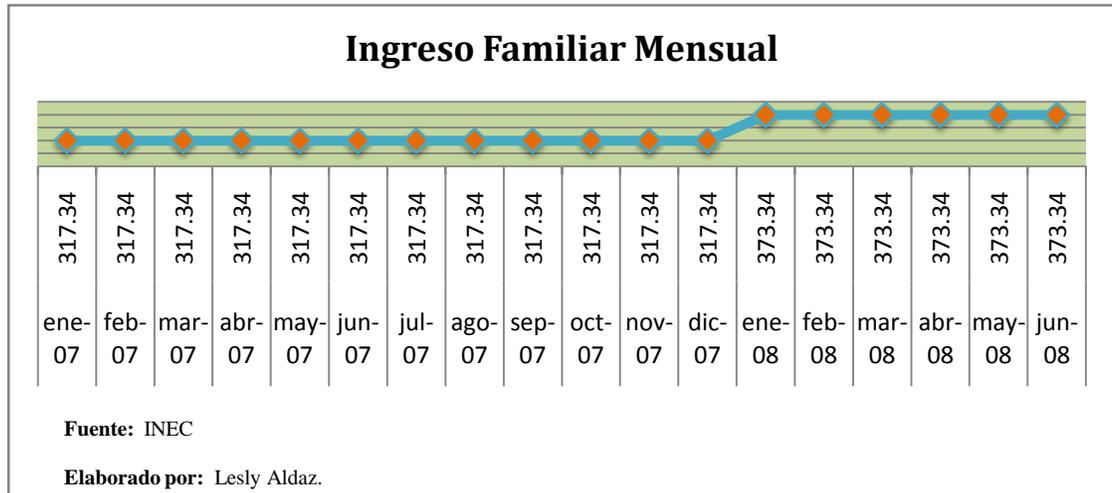


El costo de la Canasta Familiar a partir del 2006, ha tenido un rápido crecimiento, por lo que la mayoría de las familias no tiene el dinero suficiente para poder siquiera brindar a su familia el alimento diario, menos aún pueden pensar en brindar una educación particular para sus hijos.

Según el INEC, una familia de cuatro miembros tiene un ingreso mensual promedio de \$448; se calcula que 1,6 de sus integrantes percibe ingresos. Aún así, el costo de la canasta básica no está al alcance de todos, pues hay familias en las que solo una persona tiene ingresos fijos y el salario mínimo vital está en \$240

- **EL INGRESO FAMILIAR**

**GRAFICO 66: Ingreso Familiar Mensual**

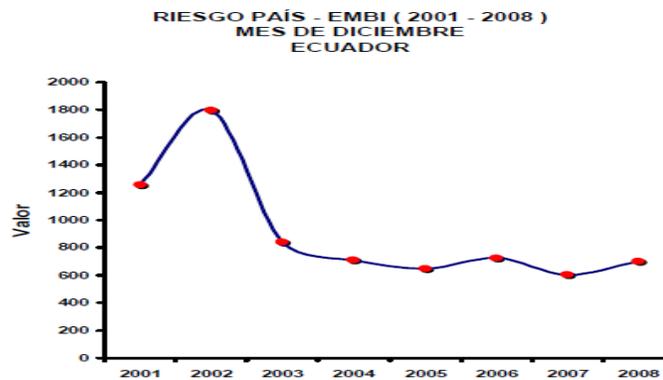


El costo de la canasta familiar se incrementa pero los ingresos por familia no.

- **EL RIESGO PAÍS.**

“El riesgo país es la medida del riesgo de realizar un préstamo a ciertos países, comprende la capacidad o incapacidad del cumplir con los pagos del capital o de los intereses al momento de su vencimiento.”<sup>16</sup>

**GRAFICO 67: El Riesgo País (2001-2008)**



<sup>16</sup> YÉPEZ-HERNÁN, “El Riesgo País”, GLOSARIO ECONÓMICO FINANCIERO USUAL, Editorial MV, 2002, 152.

## **ENTORNO POLÍTICO LEGAL.**

El Entorno Político Legal es considerado como:

“Los gobiernos federales, locales y extranjeros son los principales reguladores, liberalizadores, subsidiarios, patrones y clientes de la empresa, por lo tanto los factores políticos, gubernamentales y legales representan oportunidades o amenazas claves para las empresas, tanto grandes como pequeñas.”<sup>17</sup>

La UEPSA al ser una institución dedicada a satisfacer necesidades educativas, debe conocer a fondo el entorno legal y político donde está desarrollándose, como la ley de educación, la legislación laboral, ley de compañías, entre otras que tengan relación directa con las actividades de la educación, ya que estas pueden convertirse en oportunidades o amenazas para la institución.

Las entidades gubernamentales tienen mucho que ver en los cambios pedagógicos y otros de una institución educativa.

Otro aspecto fundamental es el Ministerio de Educación y Cultura, ya que son ellos quienes planifican los programas de estudio que regirán en todo el Ecuador.

## **ENTORNO TECNOLÓGICO.**

La metodología utilizada en el sistema educativo ecuatoriano es principalmente la expositiva, en la que el maestro derrama en los estudiantes todos sus conocimientos. Muchas de las veces el alumno capta y no entiende los conceptos expuestos.

---

<sup>17</sup> FRED, David. Op. Cit. P. 87.

Esto significa que es imprescindible darle no solo los conocimientos a los alumnos, sino también habilidades; capaz de crear estrategias que le permitan manejarse socialmente, anticipado y enfrentando de la mejor manera posible los problemas que se le presentan.

Es por eso que toda institución educativa tiene que cambiar, entender que ya no es más una fuente de información y de conocimientos para memorizar, sino que tiene la misión de enseñar a los niños y jóvenes cómo preguntar, a trabajar en equipo, a expresar y manejar emociones, y también a evaluar, adoptar y seleccionar las nuevas formas de comunicación para cambiar la realidad.

En la actualidad muchos de los profesores, especialmente de colegios y escuelas, no poseen celulares, o los poseen y no saben cómo utilizarse, menos aún conocen de las ventajas de un Ipod y qué decir de los e-mails, casi ninguno lo posee, o se le ha ocurrido crear una base de datos con los e-mails de cada uno de los estudiantes.

Viendo a la educación desde la perspectiva edu-comunicación, se necesitan nuevos paradigmas pedagógicos en que los recursos tecnológicos sirvan de medio para generar la participación, el diálogo entre los alumnos y la capacidad de cambiar la realidad.

Las metodologías innovativas en la educación tecnológica, tienen por esta razón, importancia especial para el mejoramiento de la enseñanza.

A nivel de escuela primaria la organización normal de educación tecnológica es la implementación de los temas de técnica e ingeniería, en los currículos de ciencia para menores. Lógicamente el nivel científico de esta información debe ser introductorio y la metodología debe ser basada en el material ameno, motivación de alumnos, información interesante sobre máquinas, aviones, tecnologías, etc.

Hay varios ejemplos de este tipo de tecnología educativa. Uno de los caminos innovativos para desarrollar la motivación y la creatividad de los jóvenes, es la organización de las clases y el trabajo extra clase con la modelización de diferentes máquinas no sólo tan sofisticadas como los automóviles y aviones sino, aparatos sencillos como de cocina, equipos domésticos, etc.

Existen otras experiencias interesantes como cursos para el desarrollo de capacidades técnicas de los estudiantes y aplicación de estos conocimientos para la elaboración de maquetas y modelos de diferentes tipos.

Dentro de la asignatura tradicional de Ciencias Naturales en básica primaria, se pueden incluir varios temas de la vida cotidiana. Reconocer cantidad de vacas, utilidad de la leche, calcular distancias en el campo, reconocer épocas de cosecha, valorar el alto grado de importancia del agua, etc.

## **ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL**

En el entorno social se toman en cuenta las tradiciones, valores, tendencias sociales, y las expectativas que la sociedad en general espera en un corto o largo plazo.

En nuestro país se ha ido profundizando la brecha social y de género, por ello resulta difícil que se equilibre las condiciones de vida entre los diferentes sectores.

Hoy en día a través del intercambio de culturas, las entidades educativas se han visto obligadas a tratar con personas que vienen de otros países, o naciones. Donde es imprescindible educar a los estudiantes dándoles a entender que deben respetar las opiniones y formas de vida ajenas a ellos, con el fin de evitar conflictos.

## ENTORNO ACADÉMICO.

- ✓ Poca atención a la calidad.- Se da una prioridad a la infraestructura y a las cosas (construcción escolar, textos, computadoras, etc.) por sobre las personas, las relaciones, los procesos, la pedagogía.
- ✓ Creciente confianza depositada en la computadora.- Como panacea para los males de la educación, en un contexto de desinformación y falta de análisis crítico acerca del potencial y límites de la computadora y la Internet como herramientas de aprendizaje de alumnos y docentes, así como acerca del costo de oportunidad que significa la inversión en tecnologías en un contexto de escasos recursos y múltiples prioridades.
- ✓ Un modelo educativo y pedagógico atrasado.- No responde a los requerimientos del presente y del futuro, de las personas y del país.
- ✓ Reiteración de un modelo de "reforma educativa" igualmente obsoleto e ineficaz.- Reforma vertical, de arriba abajo y de afuera hacia adentro, que asume como verdadero y suficiente el conocimiento experto, que apela a decretos antes que al diálogo, la consulta y la participación social, que cuenta con los docentes como meros ejecutores antes que como interlocutores, que confunde los documentos y la normativa con los hechos.
- ✓ La escuela no solo no instruye bien, sino que además no forma ciudadanos para la democracia vigente y no forma personas que conozcan y exijan sus derechos y respeten los derechos de los demás, sus leyes e instituciones.
- ✓ Tampoco forma personas creadoras e innovadoras capaces de contribuir a la competitividad del país en la era de la Globalización.
- ✓ La brecha entre la mala escuela pública y la buena escuela privada se acrecienta.- Aunque los problemas de calidad y relevancia afectan no solo al sistema público sino también al privado, la pérdida de legitimidad de la educación pública ha alimentado las tendencias privatizadoras en educación, particularmente, aunque no sólo- en la educación superior, crecientemente invadida por la mercantilización y las ofertas fáciles, a menudo mediadas por la educación a distancia y el uso de las modernas tecnologías.

- ✓ Escasa evaluación de los resultados educativos.- La única iniciativa para evaluar una dimensión de la calidad de educación fue el Sistema Nacional de Logros Académicos Aprendo.
- ✓ No se utilizan estos resultados para mejorar las políticas educativas.- No se ha realizado un análisis detallado de los resultados, de manera que fuera posible plantear estrategias específicas de mejoramiento dirigidas a las escuelas, zonas y grupos de población en los cuales se detectaron los logros más bajos.
- ✓ Evolución de las tasas de escolaridad.- A pesar del crecimiento demográfico antes mencionado, las proporciones de los niños y jóvenes que tienen acceso a los diferentes niveles educativos no ha ido creciendo como debería

### **3.3 - DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.**

Para realizar el Diagnóstico de la UEPSA voy a utilizar la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), a través de la cuál se pueden establecer factores claves para la adecuada formulación de las estrategias de marketing y de mejoramiento para la UEPSA.

#### **FORTALEZA**

- ❖ La UEPSA es una de las instituciones más reconocidas en la ciudad de Sangolquí.
- ❖ La UEPSA tiene muchos años de experiencia en el mercado.
- ❖ La Infraestructura es la adecuada para los estudiantes.
- ❖ El ambiente escolar es muy alegre y funcional.
- ❖ Promueve una educación basada en valores.
- ❖ Capacita de una manera continua en temas varios, a todo el personal que labora en la institución.
- ❖ El 90% de los docentes posee como mínimo el título de licenciatura.
- ❖ Cuenta con dos laboratorios completos de computación, con internet y máquinas actualizadas.
- ❖ El 61% del personal que labora en la UEPSA se siente motivado.
- ❖ La UEPSA proyecta seguridad Interna.

- ❖ La planificación curricular institucional se la efectúa por competencias.
- ❖ El precio de la pensión es baja en comparación al de la competencia.
- ❖ La mayoría de los padres de familia están satisfechos con la calidad de educación.
- ❖ Existen estudiantes ganadores en diferentes concursos interinstitucionales.
- ❖ El Plantel dispone clubes de banda rítmica, bastoneras, grupos de danza, coro, equipos de fútbol, básquet, natación y atletismo que contribuyen a la formación integral.
- ❖ Entrevistas personales entre padres de familia, estudiantes y los inspectores.
- ❖ La educación del Nivel Primario es más fuerte que la del Nivel Secundario.

## **DEBILIDADES**

- No existe un servicio de transporte puerta a puerta que cubra con todas las rutas de la demanda de la UEPSA.
- Carencia de Planes de Marketing y Publicidad.
- Mala inversión en Publicidad.
- Más del 50% de los estudiantes no conocen el Logotipo de la UEPSA.
- Problemas con la atención a los clientes por parte de los Departamentos de la UEPSA.
- Falta de utilización de Instrumentos Financieros por parte del departamento de Contabilidad.
- Los estudiantes no tienen hábitos de estudio.
- Algunos padres de familia no apoyan a sus hijos en el cumplimiento de tareas.
- Incremento del número de estudiantes que no son incorporados en la fecha establecida.
- Falta de un proyecto continuo de educación sexual y nutrición.
- No existe una psicóloga infantil para que ayude a los niños de la Escuela.
- Existe mucha hipocresía y rivalidad dentro entre los empleados de la UEPSA, es por eso que se dificulta el trabajo en equipo y comisiones.
- Ausencia de partida presupuestaria para la realización de proyectos.
- No dar a conocer a la comunidad los logros alcanzados por la institución.

- Presencia de estudiantes uniformados en locales de distracción donde se expende licor.
- Ausencia de seguimiento de los estudiantes egresados del nivel primario y medio.
- Existencia de estudiantes en el Nivel Secundario que dan mal ejemplo a los niños del Nivel Primario, y sobre todo proyectan una mala imagen de la UEPSA.
- La UEPSA proyecta inseguridad Externa, ya que está muy cerca del Mercado Central.
- La UEPSA no cuenta con un buen nivel de inglés, a comparación de otros centros educativos.
- Más del 50% de los estudiantes de la UEPSA, presentan algún tipo de problema.
- Problemas con las materias de las áreas especiales en el nivel primario.

#### **OPORTUNIDADES.**

- El 85% de la población del Cantón Rumiñahui pertenece al área urbana, de Sangolquí.
- La tasa de crecimiento de la población en el cantón es del 2.4% aproximadamente al año.
- Más del 30% de la población total del Cantón Rumiñahui, representa la población de 5 a 19 años de edad.
- El INEC estima que en la ciudad de Sangolquí, de cada familia por lo menos un miembro está en el extranjero, lo cuál es beneficioso, debido a que los padres de familia, envían más dinero para una mejor educación.
- Flexibilidad en cambiar el pensum de lo que ofrece el Ministerio de Educación.
- Aparición de nuevas tecnologías y estrategias para enseñar a los estudiantes.
- Se pueden ofrecer diferentes servicios adicionales, como el de Tareas y Nivelaciones Académicas para los estudiantes de la UEPSA y los de otros colegios.
- La limitación de cupos en los colegios y escuelas fiscales.

## **AMENAZAS.**

- Incremento de nuevos establecimientos educativos en el sector, lo cuál disminuye la matrícula de la UEPSA.
- La crisis económica y social del país, disminuye la inversión, de los hogares, en educación.
- La Canasta básica cada vez incrementa y el nivel de ingreso familiar, no, esto provoca que exista menos dinero para poner a un estudiante en una institución particular.
- Hay proliferación de juegos electrónicos, discotecas y lugares de expendio de licor, en los alrededores de la UEPSA.
- Baja Remuneración a los docentes
- Las entidades gubernamentales hacen reformas educativas permanentes.
- La inestabilidad económica y laboral, son una amenaza latente.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL

#### **Concepto de la Misión Estratégica.**

La misión hace referencia a “la forma en que la empresa está constituida, su esencia misma y la relación de ésta con su contexto social, de forma tal que podemos definirla como una filosofía relacionada con el marco contextual de la sociedad en la que opera.”<sup>18</sup>

#### **4.1-Misión estratégica propuesta**

La Unidad Educativa Particular Santa Ana, ofrece un servicio educativo a la comunidad formando personas integrales en sus competencias, humanísticas, ciudadanas, laborales, en el nivel pre- primario, primario y secundario, para obtener estudiantes con criterios innovadores, creativos, con elevada autoestima, valores éticos y morales que generen el bienestar social y mejoren la calidad de vida.

#### **Concepto de la Visión Estratégica.**

La visión de una empresa o institución “indica cuál es la meta que la compañía persigue a largo plazo, así como la forma en que ésta se concibe a sí misma en la actualidad y en el futuro.”<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> FERNÁNDEZ, Ricardo. Op. Cit. p. 20.

<sup>19</sup> Idem., p. 22

## **4.2-Visión estratégica propuesta**

Hasta el año 2015, la Unidad Educativa Particular Santa Ana, se consolidara como una institución líder en el ámbito educativo, en todo el Cantón Rumiñahui, por su reconocido prestigio, confianza y credibilidad, resultado de su innovador sistema pedagógico, alta tecnología utilizada, calidad de sus integrantes y por la proyección del compromiso social y calidad de vida de sus alumnos, creando una estructura de recursos materiales, humanos y sistemas metodológicos, con capacidad para entregar una educación eficiente, actualizada y eficaz, cumpliendo un rol activo en el desarrollo humano y de nuestra sociedad.

## **OBJETIVOS INSTITUCIONALES**

### **4.3- Objetivos propuestos**

- Preparar integralmente a los estudiantes en los ámbitos de los aprendizajes científico, humanístico, técnico y en valores, en un contexto que les permita asumir roles de liderazgo en el campo educativo y en la vida real.
- Aumentar la calidad del servicio educativo y la atención al cliente que brinda la institución, para mantener una buena imagen, en la mente del consumidor y lograr una mayor satisfacción a los mismos a mediano y largo plazo.
- Evitar que los clientes actuales abandonen el servicio educativo ofrecido por la UEPSA.
- Crear una imagen corporativa sólida y fidelizar clientes a mediano y largo plazo.
- Consolidar el área administrativa y contable, de la Unidad Educativa.
- Fortalecer las estrategias de enseñanza- aprendizaje, con el fin de lograr estudiantes egresados que respondan, con éxito, a las exigencias sociales y a los requerimientos de la educación superior.
- Incrementar en un 5% el número de estudiantes en la UEPSA para el año lectivo 2011-2012, y sus años posteriores.

- Lograr en el año 2011-2012 mayor reconocimiento como institución educativa sólida y confiable, en el área de los servicios educacionales.
- Comprometer a los padres de familia con la educación de sus hijos.

#### **4.4- Valores propuestos**

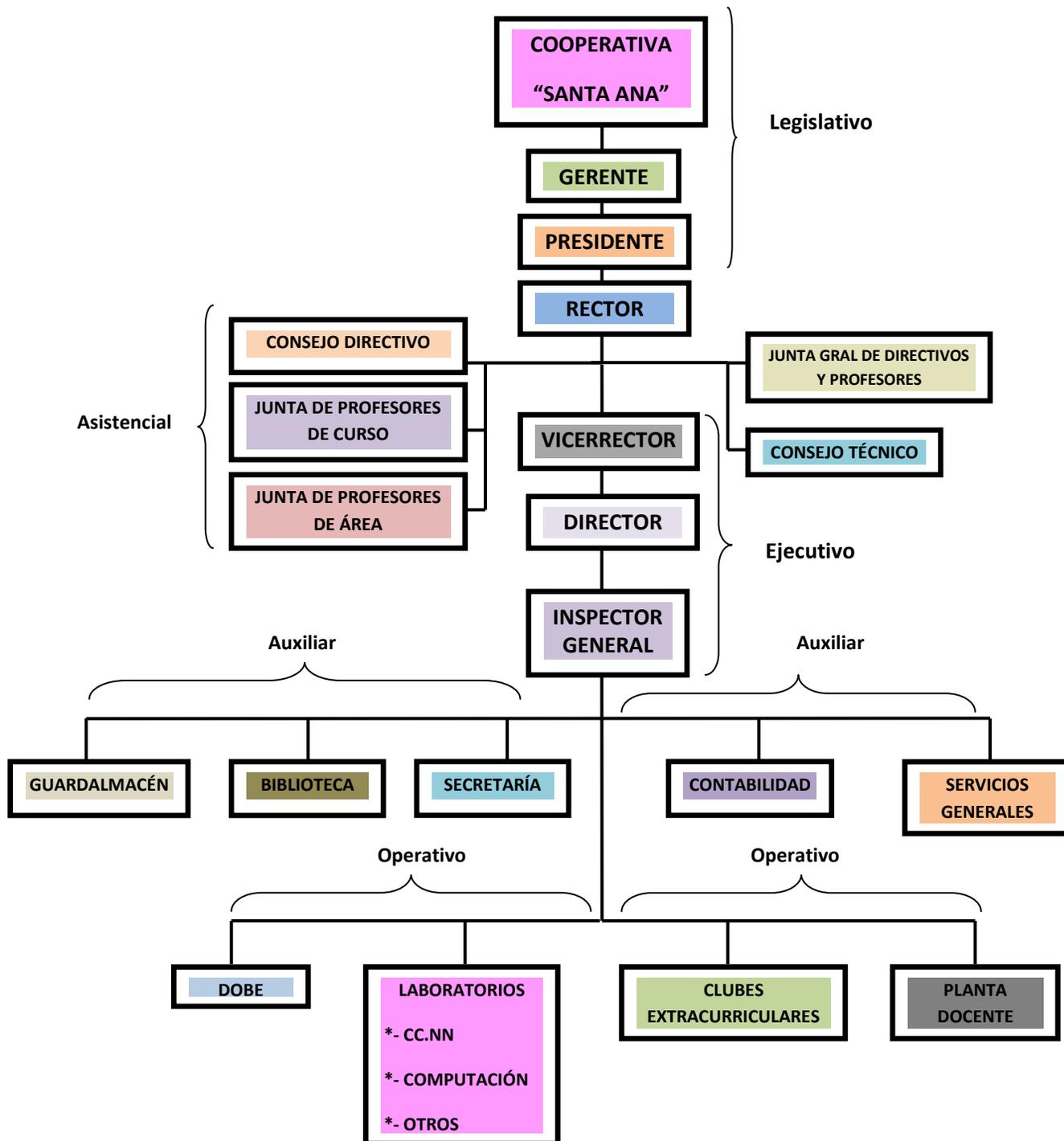
Luego de analizar los valores más significativos, con los cuales debe contar un ser humano íntegro, considero que los mismos establecidos por la UEPSA, están acordes con la realidad humana.

#### **4.5- Políticas Propuestas**

- ❖ Ofrecer el servicio educativo a todos los niños y jóvenes que lo requieran, sin distinción de condición social, religiosa y económica.
- ❖ Conceder becas para el estudio en la Unidad Educativa, a los mejores alumnos y carentes de recursos.
- ❖ La capacitación se la realizará en vacaciones para evitar ausencia de los profesores en clases.
- ❖ Aceptar alumnos con dificultades de aprendizaje, provenientes de otros colegios, para mediante el afecto y la firmeza lograr convertirlos en niños y jóvenes de éxito.
- ❖ La selección del personal se realizará de una manera minuciosa, donde se aplique el Manual de Proceso de reclutamiento Interno para la selección adecuada de los empleados.
- ❖ El personal docente y administrativo de la Institución serán evaluados anualmente.
- ❖ Desarrollar la capacidad física, intelectual, creadora y crítica del estudiante, respetando su identidad para que contribuya activamente a la transformación moral, social, política, cultural y económica del país.
- ❖ Ofrecer el servicio de Tareas Dirigidas y Nivelaciones Académicas, al público en general, para mejorar las ganancias financieras, y para fortalecer las destrezas de los estudiantes.

#### 4.6-Organigrama propuesto

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR SANTA ANA



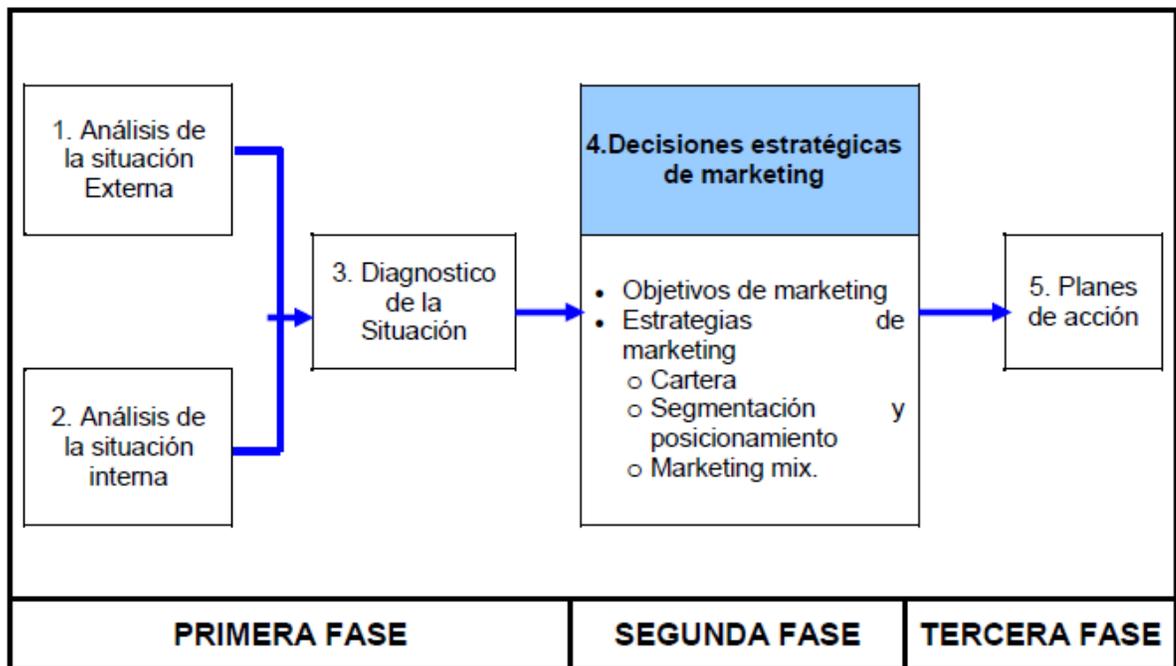
## CAPÍTULO V

### PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

#### 5.1-Propuesta del Plan estratégico de Marketing

Luego de realizar un análisis tanto del (Macro-entorno, como del Micro-Entorno), así como también el análisis interno , el análisis financiero actual, el estudio de mercados, considero que se cuenta con una información relevante como para poder elaborar y construir las matrices estratégicas, objetivos y estrategias de marketing y mejoramiento para la UEPSA. En definitiva el Plan Estratégico de Marketing, son un conjunto de etapas secuenciales tal como se muestra en el siguiente gráfico.

**GRAFICO 68: Proceso de elaboración de un plan estratégico**



**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**Fuente:** El Plan de Marketing en la Práctica /José Sainz de Vicuña

## **5.2- Proceso de formulación de estrategias**

El análisis de la situación que se realizó en el capítulo anterior, se trató sobre el aspecto tanto interno como externo y el estudio previo al diagnóstico de la institución , se llevó a cabo con el fin de formular matrices que son herramientas que se utilizan, entre las cuales tenemos las matrices EFE( Evaluación de Factores Externos), EFI (Evaluación de Factores Internos), FODA ( Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que servirán de base como medio de referencia para la elaboración y establecimiento de estrategias de marketing y de mejoramiento, aplicables a la UEPSA.

### **5.2.1- Aplicación del análisis FODA**

El análisis de la matriz FODA, es considerada como:

“Una herramienta importante, de conciliación que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias, las estrategias FO (Fortalezas- Oportunidades), las estrategias DO (Debilidades- Oportunidades), las estrategias FA (Fortalezas- Amenazas) y las estrategias DA (Debilidades- Amenazas)”<sup>20</sup>

### **5.2.3- matriz EFE**

Esta matriz permite a los estrategas “resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva”<sup>21</sup>

- ❖ Para la elaboración de esta matriz se han listado todas las oportunidades y amenazas con las que cuenta la UEPSA, se asignado una ponderación a cada factor, esta consiste en 0.0 (no importante), y 1.0 (muy importante).

---

<sup>20</sup> FRED, David. Op. Cit. p. 221

<sup>21</sup> Idem., p. 110.

- ❖ Luego se asigna una clasificación a cada factor, donde se indique que tan eficaz responde la estrategia actual de la empresa, 4= la respuesta es superior, 3= la respuesta es mayor al promedio, 2= la respuesta es el promedio, y 1= la respuesta es deficiente.
- ❖ Después se procede a multiplicar la ponderación por la clasificación, para poder determinar la puntuación ponderada.
- ❖ Luego se procedió a sumar las puntuaciones ponderadas para poder obtener la puntuación total.

Cumpliendo con todo este proceso he llegado a determinar lo siguiente con respecto a la UEPSA.

El total ponderado es de 2.71, el mismo que está por encima de la media. Esto quiere decir que la Unidad Educativa, está respondiendo de una manera adecuada a sus factores externos, sin embargo debería mejorar, aprovechando con mayor eficiencia las oportunidades existentes y minimizar los efectos negativos de las amenazas.

Como se puede observar en la matriz, la oportunidad más significativa que tiene la UEPSA, es la posibilidad de ofrecer otro tipo de servicio, claro está relacionado a la rama de actividad educativa que ofrece.

Para la elaboración y ponderación de esta matriz se contó con la ayuda del señor director de la institución.

**TABLA 36: Matriz EFE para la unidad educativa particular Santa Ana**

	<b>FACTORES EXTERNOS CLAVE</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntuación Ponderada</b>
No	<b>OPORTUNIDADES</b>			
1	Más del 30% de la población total del Cantón Rumiñahui, representa la población de 5 a 19 años de edad.	0,08	3,00	0,24
2	El 85% de la población del Cantón Rumiñahui pertenece a Sangolquí.	0.08	3,00	0,24
3	La tasa promedio de crecimiento de la población en el cantón es del 2.2% aproximadamente al año.	0,04	3,00	0,12
4	La migración de los padres de familia, envían más dinero para una mejor educación.	0.06	4,00	0,24
5	Aparición de nuevas tecnologías y estrategias para enseñar a los estudiantes.	0,05	2,00	0,10
6	Se pueden ofrecer diferentes servicios adicionales, como el de Tareas y Nivelaciones Académicas, etc	0.15	3,00	0,45
7	Aparición de nuevos medios de publicidad educativa.	0,03	2,00	0,06
8	La limitación de cupos en los colegios y escuelas fiscales.	0.08	4,00	0,32
	<b><u>TOTAL OPORTUNIDADES</u></b>	<b><u>0,57</u></b>		<b><u>1,77</u></b>
	<b>AMENAZAS</b>			
9	Incremento de nuevos establecimientos educativos en el sector, lo cual disminuye la matrícula de la UEPSA.	0.08	2,00	0,16
10	Los padres de familia no se consideran parte del proceso educativo.	0,06	2,00	0,12

11	La Canasta básica incrementa y el nivel de ingreso familiar no, lo cuál provoca que existan menos posibilidades para poner a un estudiante en una institución particular.	0.05	2,00	0,10
12	Hay proliferación de juegos electrónicos, discotecas y lugares de expendio de licor, en los alrededores de la UEPSA.	0,06	3,00	0,18
13	Baja Remuneración a los docentes	0.05	2,00	0,10
14	Las entidades gubernamentales hacen reformas educativas permanentes.	0,06	2,00	0,12
15	La inestabilidad económica y laboral, disminuye la inversión, de los hogares, en educación.	0.07	3,00	0,21
	<b><u>TOTAL AMENAZAS</u></b>	<b><u>0,43</u></b>		<b><u>0,99</u></b>
	<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>1,00</u></b>		<b><u>2,76</u></b>

#### 5.2.4- matriz EFI

Esta matriz permite a los estrategas “resumir y evaluar las fortalezas y debilidades importantes en las áreas funcionales de la empresa”<sup>22</sup>

El proceso a seguir para realizar la matriz EFI, fue el siguiente:

- Se elaboró una lista de los factores internos clave, los mismos que fueron identificados en el proceso de auditoría interna.
- Luego a cada factor se le asignó una ponderación, la misma que abarca desde 0.0 (irrelevante), hasta 1(más importante). Esta ponderación indica la importancia relativa con respecto al éxito de la industria de la empresa.
- Después se procede a dar una clasificación de 1 a 4 para indicar si presenta una debilidad importante (clasificación=1), una debilidad menor (clasificación=2),

<sup>22</sup> FRED, David. Op. Cit. p. 158.

una fortaleza menor (clasificación=3), o una fortaleza importante (clasificación=4).

- Luego se procede a multiplicar la ponderación por la clasificación y se obtiene el puntaje ponderado.
- Y finalmente se suma todos los puntajes ponderados, con el fin de determinar el puntaje ponderado total de la organización

Para la elaboración y ponderación de esta matriz se contó con la ayuda del señor director de la institución.

**TABLA 37: Matriz EFI para la unidad educativa particular Santa Ana**

	FACTORES INTERNOS CLAVE	Ponderación	Calificación	Puntuación Ponderada
<b>No</b>	<b>FORTALEZAS</b>			
<b>1</b>	Nombre de la institución, muy reconocida en Sangolquí.	0,05	4	<b>0,2</b>
<b>2</b>	La infraestructura en excelentes condiciones.	0,04	4	<b>0,16</b>
<b>3</b>	Promueve una educación basada en valores.	0,08	4	<b>0,32</b>
<b>4</b>	Capacitación continúa a todo el personal.	0,04	4	<b>0,16</b>
<b>5</b>	Cuenta con dos laboratorios completos de computación, con internet y máquinas actualizadas.	0,05	3	<b>0,15</b>
<b>6</b>	El 61% del personal que labora en la UEPSA se siente motivado.	0,03	3	<b>0,09</b>
<b>7</b>	La UEPSA proyecta seguridad Interna.	0,05	3	<b>0,15</b>
<b>8</b>	El precio de la pensión es bajo en comparación al de la competencia.	0,04	3	<b>0,12</b>
<b>9</b>	La mayoría de los padres de familia están satisfechos con la calidad de educación.	0,07	4	<b>0,28</b>
<b>10</b>	Calidad de educación del Nivel Primario.	0,08	4	<b>0,32</b>

-	<b><u>TOTAL FORTALEZAS</u></b>	<b><u>0,53</u></b>		<b><u>1,95</u></b>
	<b>DEBILIDADES</b>			
11	Carencia de planes de marketing y publicidad.	0,02	2	0,04
12	Más del 50% de los estudiantes desconocen del Logotipo de la Institución.	0,03	2	0,06
13	Atención al Cliente deficiente por parte de la institución en general.	0,08	1	0,08
14	Falta de utilización de Instrumentos Financieros por parte del departamento de Contabilidad.	0,07	1	0,07
15	Los estudiantes de la secundaria no tienen hábitos de estudio y son muy facilistas.	0,06	1	0,06
16	La selección de personal no se hace de una manera minuciosa, ya que entran por referencias, de las mismas autoridades.	0,08	1	0,08
17	Existe mucha hipocresía y rivalidad dentro entre los empleados de la institución.	0,02	2	0,04
18	El 50% de los estudiantes tienen algún tipo de problema.	0,05	1	0,05
19	Ausencia de seguimiento de los estudiantes egresados del nivel primario y medio.	0,02	2	0,04
20	Problemas con las materias de las áreas especiales en el nivel primario.	0,04	1	0,04
	<b><u>TOTAL DEBILIDADES</u></b>	<b><u>0,47</u></b>		<b><u>0,56</u></b>
	<b><u>TOTAL</u></b>	<b><u>1</u></b>		<b><u>2,51</u></b>

Para la elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Internos se ha tomado como información de referencia la obtenida del análisis interno de la institución, que se llevó a cabo en el capítulo anterior.

Luego de haber realizado la matriz de Evaluación de Factores Internos he podido determinar que la Unidad Educativa Particular Santa Ana supera el puntaje promedio de 2.5, pero como se puede observar la calificación es del 2.51, eso quiere decir que no tienen una posición interna muy fuerte, y que necesita mejorarla bastante.

## 5.2.5- Matriz de Perfil Competitivo

**TABLA 38: Matriz de Perfil Competitivo**

		COLEGIOS						
		SANTA ANA			DARÍO FIGUERÍA LARCO		MARQUÉZ DE SELVA ALEGRE	
		Ponde	Clasifica	Puntua	Clasifica	Puntua	Clasifica	Puntua
No	Factores Críticos del Éxito	ración	ción	ción	ción	ción	ción	ción
1	Nivel de Preparación	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45
2	Infraestructura	0,10	4	0,4	4	0,40	2	0,2
3	Precios de la Pensión	0,15	4	0,6	3	0,45	3	0,45
4	Publicidad	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1
5	Personal Atención al Cliente	0,20	1	0,2	2	0,40	3	0,6
6	Tecnología	0,11	4	0,44	2	0,22	2	0,22
7	Personalidad Estudiantil	0,17	3	0,51	2	0,34	2	0,34
8	Posición Financiera	0,07	2	0,14	3	0,21	3	0,21
	<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,84</b>		<b>2,47</b>		<b>2,57</b>

Para realizar esta matriz he considerado ocho factores críticos de éxitos, ya que son los más importantes en empresas que brindan este servicio.

A través de esta matriz se puede interpretar que el competidor más débil es la Unidad Educativa Darío Figueroa Larco, ya que tiene un puntaje de 2.47, en relación al de las otras dos unidades educativas.

Como se puede observar la UEPSA, es el competidor más fuerte, pero el problema, o la debilidad principal se encuentra en la atención que otorgan a sus clientes.

Para la elaboración y ponderación de esta matriz del Perfil Competitivo, se contó con la ayuda del señor Director de la institución.

### 5.2.6- matriz FODA

Luego de haber realizado las matrices que corresponden a la etapa de entrada (EFE, EFI, MPC), se procede a realizar la matriz que corresponde a la etapa de conciliación, esta es conocida como el FODA.

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<p>Promueve una educación basada en valores.</p> <p>Buena calidad de educación en el Nivel Primario.</p> <p>La mayoría de los padres de familia están satisfechos con la calidad de educación.</p> <p>La Infraestructura en excelentes condiciones.</p> <p>Capacitación continúa a todo el personal.</p> <p>Nombre de la institución, muy reconocida en Sangolquí</p>	<p>Más del 50% de los estudiantes desconocen del Logotipo de la Institución.</p> <p>Atención al Cliente deficiente por parte de la institución en general.</p> <p>Ganancias Limitadas, Falta de utilización de Instrumentos Financieros por parte del departamento de Contabilidad.</p> <p>La selección de personal no se hace de una manera minuciosa, ya que entran por referencias, de las mismas autoridades.</p> <p>Los estudiantes de la secundaria no tienen hábitos de estudio y son muy facilistas.</p> <p>Más del 50% de los estudiantes tienen algún tipo de problema.</p> <p>Dificultades con las materias de las áreas especiales en el nivel primario.</p>
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<p>Más del 30% de la población total del Cantón Rumiñahui, representa la población de 5 a 19 años de edad, la misma que tiene un incremento significativo.</p> <p>La migración de los padres de familia, ya que envían más dinero para una mejor educación.</p> <p>Se pueden ofrecer diferentes servicios adicionales, relacionados a la educación.</p> <p>La limitación de cupos en los colegios y escuelas fiscales.</p>	<p>Incremento de nuevos establecimientos educativos en el sector, lo cual disminuye la matrícula de la UEPSA.</p> <p>La inestabilidad económica y laboral, disminuye la inversión, de los hogares, en educación.</p> <p>Hay proliferación de juegos electrónicos, discotecas y lugares de expendio de licor, en los alrededores de la UEPSA.</p> <p>Las entidades gubernamentales hacen reformas educativas permanentes.</p>

**TABLA 39: Matriz FODA**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p><b>F1.</b> Promueve una educación basada en valores, fomentándolos para una mejor forma de vida.</p> <p><b>F2.</b> Buena calidad de educación en el Nivel Primario.</p> <p><b>F3.</b> La mayoría de los padres de familia están satisfechos con la calidad de educación.</p> <p><b>F4.</b> La Infraestructura en excelentes condiciones.</p> <p><b>F5.</b> Capacitación continúa a todo el personal.</p> <p><b>F6.</b> Nombre de la institución, muy reconocida en Sangolquí</p>	<p><b>D1.</b> Más del 50% de los estudiantes desconocen del Logotipo de la Institución.</p> <p><b>D2.</b> Atención al Cliente deficiente por parte de la institución en general.</p> <p><b>D3.</b> Ganancias Limitadas, Falta de utilización de Instrumentos Financieros por parte del departamento de Contabilidad.</p> <p><b>D4.</b> La selección de personal no se hace de una manera minuciosa, ya que entran por referencias, de las mismas autoridades.</p> <p><b>D5.</b> Los estudiantes de la secundaria no tienen hábitos de estudio y son muy facilistas.</p> <p><b>D6.</b> Más del 50% de los estudiantes tienen algún tipo de problema.</p> <p><b>D7.</b> Dificultades con las materias de las áreas especiales en el nivel primario.</p> <p><b>D8-</b> Infraestructura Limitada.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>FO (Maxi-Maxi)</b>	<b>DO (Mini-Maxi)</b>

<p><b>O1.</b> Más del 30% de la población total del Cantón Rumiñahui, representa la población de 5 a 19 años de edad, la misma que tiene un incremento significativo.</p>	<p><b>1.</b> Promover y consolidar la oferta educativa en todos sus niveles, (Pre Primario- Primario y Secundario) integrando nuevos modelos educativos y metodologías de enseñanza que estimulen la excelencia y la calidad, con el fin de llegar a ser la Institución Educativa más reconocida en el Cantón Rumiñahui. (F1, F5, F6, O4, )</p>	<p><b>1.</b> Desarrollar y promover una campaña informativa, donde se de a conocer a los clientes actuales (estudiantes – padres de familia) y a la comunidad los beneficios del servicio educativo que ofrece la UEPSA, en el mercado, a través de la utilización de hojas volantes, página Web, Correo Electrónicos, entre otros instrumentos que permitan proyectar la información más relevante de la institución. (D1, O1, O3)</p>
<p><b>O2.</b> La migración de los padres de familia, ya que envían más dinero para una mejor educación.</p>	<p><b>2.</b> Programar casas abiertas o expos iones, realizadas por los estudiantes, de la UEPSA, donde se explique un tema general o particular, no solo a los padres de familia de la institución, sino también a la comunidad de Sangolquí, de esa manera se promocionaría la imagen y la calidad del servicio educativo de la institución. (F1,F2,F3,F4,F6,O1,O4)</p>	<p><b>2.</b> Crear un sistema de publicidad interno y externo que permita atraer la mayor cantidad de alumnos, adoptando un sistema de información y comunicación institucional. (D1, D2, O1, O2, O4).</p>
<p><b>O3.</b> Se pueden ofrecer diferentes servicios adicionales, relacionados con la educación.</p>		<p><b>3.</b> Implementar un programa o curso de capacitación, donde se indique a los empleados de la UEPSA, como llegar y tratar al cliente de la manera más adecuada. (D2, D5, D6, O1, O2, O3, O4)</p>
<p><b>O4.</b> La limitación de cupos en los colegios y escuelas fiscales o gubernamentales.</p>		<p><b>4.</b> Diseñar un Proceso de Reclutamiento Interno para la contratación del Personal, con el fin de optimizar y contratar empleados capacitados y con experiencia, que sean un aporte para el desarrollo positivo de la institución. (D2,D3,D4,D5,D6,D7,O1,O3,O4)</p>

5. Implementar un sistema de control de Gestión Financiero, para alcanzar la excelencia y lograr la diferenciación por el servicio, al mismo tiempo realizando una reestructuración de costos y gastos. (D2,D3,D4,O1,O3,O4)

6. Contratar un psicólogo infantil, debido a que en el nivel primario se encuentran los estudiantes con mayor grado de dificultad. (D2,D4,D6,D7,O1,O4)

7. Orientar y fortalecer los recursos científicos-tecnológicos acorde a las necesidades de la comunidad educativa así como el avance de las mismas. (D7,O1,O3,O4)

8. Optimizar la capacidad instalada, restringiendo los obstáculos de las innovaciones científicas al implementar programas de mantenimiento y modernización de la infraestructura. (D3, D4, D8, O1)

AMENAZAS	FA (Maxi-Mini)	DA (Mini-Mini)
<p><b>A1.</b> Incremento de nuevos establecimientos educativos en el sector, lo cuál disminuye la matrícula de la UEPSA.</p>	<p><b>1.</b> Mejorar la calidad educativa, sin necesidad de incrementar los precios en la educación. (F1, F2, A1, A2)</p>	<p><b>1.</b> Fortalecer la exigencia académica del nivel primario y secundario , implementando otros requerimientos, los mismos que necesiten de esfuerzo y sacrificio, por parte de los estudiantes, especialmente del sexto curso, donde se realicen proyectos</p>
<p><b>A2.</b> La inestabilidad económica y laboral,</p>	<p><b>2.</b> Establecer un sistema de</p>	

<p>disminuye la inversión, de los hogares, en educación.</p>	<p>evaluación trimestral del rendimiento</p>	<p>tipo monografías, los cuales puedan ser defendidos y justificados por los</p>
<p><b>A3.</b> Hay proliferación de juegos electrónicos, discotecas y lugares de expendio de licor, en los alrededores de la UEPSA.</p>	<p>desenvolvimiento de los niños y jóvenes, donde a los mejores estudiantes, se les entregue un pequeño incentivo por el logro alcanzado, involucrando y tomando en cuenta como eje principal al padre de familia.</p>	<p>alumnos, de esta manera ellos, van a salir mejor preparados, para enfrentar el ámbito universitario y consistir en el cumplimiento de las normas establecidas por las autoridades (D5,A1)</p>
<p><b>A4.</b> Las entidades gubernamentales hacen reformas educativas permanentes.</p>	<p>(F2, F3, A1, A4)</p>	<p><b>2.</b> Fortalecer la presencia institucional y los programas académicos con una educación de calidad y excelencia. (D3, D4, D5, D6, D7, A1).</p>
	<p><b>3.</b> Programar charlas de concientización, a los estudiantes, tanto del nivel primario como del secundario, donde se de a conocer los peligros y pocos beneficios que provoca el asistir a lugares como las discotecas, bares, de mala popularidad., que existen alrededor de la UEPSA. (F1, A3)</p>	

### 5.3- Determinación de los Objetivos de Marketing, para la institución

Para la elaboración de los objetivos de marketing, se ha tomado en cuenta varios aspectos de la empresa, entre estos tenemos a la filosofía de la institución, cultura organizacional y valores de la empresa con los datos obtenidos, en el análisis interno y externo, y de la investigación de mercados, que fueron realizados en los capítulos anteriores, los objetivos para la Unidad Educativa Particular Santa Ana son los siguientes:

- 1- Incrementar en un 5% el número de estudiantes en la UEPSA, cada año lectivo, para que esto se vea reflejado en los Ingresos o Ventas de la institución.
- 2- Captar nuevos estudiantes, con el fin de que adquieran el servicio educativo que actualmente ofrece la UEPSA, en el mercado.
- 3- Manejar adecuadamente los costos y gastos.
- 4- Mantener a los estudiantes actuales, para que elijan y propaguen el servicio educativo que ofrece la institución en el mercado.
- 5- Lograr la satisfacción de los clientes (padres - estudiantes), es decir que se cumplan las expectativas de los mismos, y estas seas cubiertas, e incluso mejoradas por el servicio educativo que la UEPSA ofrece en el mercado.
- 6- Establecer un precio, que los clientes estén dispuestos a pagar, y que tengan la capacidad económica, para hacerlo, con el fin de que se produzca una determinada utilidad para la institución.
- 7- Desarrollar mecanismos, de comunicación e información con los padres de familia, que permitan tener conocimiento de sus necesidades.
- 8- Optimizar el espacio de las instalaciones de la UEPSA.
- 9- Elaborar procesos, funciones y reglamentos internos acordes a la cultura organizacional de la UEPSA.
- 10- Desarrollar al máximo, el potencial de los empleados, a base de sus competencias y a la asignación, de responsabilidades por procesos, hasta el comienzo del año 2012.

#### **5.4- Formulación de Estrategias**

La formulación de estrategias es un proceso, en el cuál se desglosan, los objetivos en todos los horizontes, como temporales, corto, mediano y largo plazo, de la empresa consiguiendo de esta forma controlar mejor el cumplimiento de los mismos pues se pretende actuar con eficacia y no solamente con eficiencia.

Para la formulación de las estrategias, se ha tomado en cuenta la filosofía institucional, es la base de referencia para la formulación de las estrategias de marketing. A continuación se va a presentar las estrategias que se formulan y que servirán para el posterior establecimiento de las estrategias definitivas propuestas para la institución.

#### **5.4.1- Estrategias Genéricas de Michael Porter.**

Michael Porter describió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una institución o empresa, para crear una posición defendible dentro de una industria, estas acciones hacían referencia a las cinco fuerzas competitivas, que eran consideradas determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que como resultado buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión.

Porter indicó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto para, para crear e el largo plazo, esta posición defendible, que superará el desempeño de los competidores de una industria. Estas estrategias genéricas son:

- Liderazgo en Costos.
- La Diferenciación.
- El Enfoque.

#### **Estrategia de Liderazgo en costos.**

Esta estrategia se basa en que “los bajos costos permitirán a la empresa reducir los precios”<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> SANZ DE VICUÑA, Ancin, *El Plan de Marketing en la Práctica*, 7<sup>ma</sup>. Edición, Editorial ESIC, España 2002, p. 216.

La Unidad Educativa Particular Santa Ana es una institución privada dedicada a satisfacer necesidades de tipo educativo y académico, mediante la contratación de personal docente, administrativo y de limpieza, ofrece un servicio educativo basado en valores, a un grupo de estudiantes que tienen un deseo de superación, a parte de todo esto también ofrece el servicio del almacén, lo que genera una fuente importante para los ingresos de la institución, es por eso que la reducción y optimización que se puede obtener es en los costos del pago a los docentes, para posteriormente trasladar esta reducción a el precio de la pensión. Las estrategias para que se planteen para reducir los costos son:

**Estrategia de  
Liderazgo**

- 1- Optimizar de mejor manera los recursos de la institución.
- 2- Otorgar descuentos, si los padres de familia tienen más de un hijo en la institución.
- 3- Otorgar descuentos, si un cliente actual trae a un familiar, a que forme parte de la institución.
- 4- Buscar asesoramiento, de personas especialistas en el área de costos y gastos.
- 5- El almacén debe buscar y establecer mejores acuerdos de compra con proveedores, para comprar los suministros de oficina, para la venta de uniformes y material didáctico a los estudiantes, etc.
- 6- Establecer mejores políticas de créditos y precios con los padres de familia.

**Estrategia de Diferenciación.**

Este tipo de estrategia trata sobre el “ofrecer algo distinto que no hay en el mercado.”<sup>24</sup> CULTURA DE EDICIONES, Dirección de Marketing y Ventas, Madrid 2002, Pág. 71-72, lo cual el precio no es factor principal de decisión. En el caso de la UEPSA, la diferenciación, viene implícita en la calidad del servicio educativo que ofrece, ya que

<sup>24</sup> “Dirección de Ventas y Marketing”, CULTURA DE EDICIONES, Madrid 2002, 71-72.

este está basado en valores humanos y religiosos. Aunque está comprobado que la excelente calidad se encuentra concentrada en el nivel primario, esto quiere decir desde pre-básica hasta 7mo de básica, por los diferentes logros alcanzados, mientras que en el nivel secundario, esto comprende desde el 8vo de básica o más bien conocido como 1er curso hasta el 6to curso, tienen muchas falencias, y esto se ha visto reflejado por el grupo de egresados que ha tenido, en los últimos años, las estrategias de diferenciación para la UEPSA son:

**Estrategia de Diferenciación**

- 1- Fortalecer la exigencia académica del nivel primario y secundario, implementando otros requerimientos, los mismos que necesiten de esfuerzo y sacrificio, por parte de los estudiantes.
- 2- Insistir en el cumplimiento de las normas establecidas por las autoridades.
- 3- Fortalecer la presencia institucional y los programas académicos con una educación de calidad y excelencia.
- 4- Orientar y fortalecer los recursos científicos-tecnológicos acorde a las necesidades de la comunidad educativa así como el avance de las mismas.
- 5- Conocer de mejor manera la demanda actual, por medio de encuestas sencillas a los actuales clientes de la UEPSA.
- 6- Desarrollar ventajas competitivas que hagan frente a los competidores actuales de la institución.

**Estrategia de Enfoque.**

Esta estrategia se basa en la producción de bienes y servicios, que satisfacen las necesidades de grupos pequeños de consumidores. La UEPSA es una institución dedicada a satisfacer necesidades de educación para clientes de nivel de ingresos medios, medios altos y altos, las estrategias de Enfoque para la UEPSA son:

**Estrategia  
de Enfoque**

- 1- Contar con una mejor capacidad física y financiera para, para la ampliación de un nuevo servicio, que vaya acorde con la rama de la educación.
- 2- Buscar nuevos segmentos de mercado, como por ejemplo enfocarse en los hijos cuyos padres han tenido que migrar.
- 3- Implementar el servicio de Tareas y Nivelaciones Académicas para los estudiantes propios y extraños a la UEPSA, con el fin de mejorar los ingresos y utilidades de la institución.
- 4- Comercializar el servicio educativo de una manera más eficiente que el de la competencia actual.

#### **5.4.2- Estrategias de Desarrollo de Igor Ansoff.**

Estas estrategias sirven para identificar oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una empresa. Igor Ansoff identificó cuatro estrategias de desarrollo y son las siguientes:

- Penetración.
- Desarrollo del Mercado.
- Desarrollo del Producto
- Diversificación.

##### **1- Estrategia de Penetración.**

Esta estrategia se basa en que se pretende aumentar la participación del mercado que corresponde a los productos o servicios presentes, en los actuales mercados, básicamente dando énfasis a la publicidad y comercialización. Las estrategias de penetración para la UEPSA son las siguientes:

- Dar mayor incentivo económico, como el descuento para incrementar el número de estudiantes.
- Captar a más clientes de la competencia por medio de la promoción de la institución.
- Realizar una mejor captación los no clientes actuales, por medio de esfuerzos promocionales.

## **2- Estrategia del desarrollo del Mercado.**

Esta estrategia consiste en introducir los productos o servicios a nuevos segmentos de mercado. Las estrategias de desarrollo de mercado para la UEPSA son las siguientes:

- Atraer estudiantes de diferentes ciudades del Cantón Rumiñahui, donde existan instituciones educativas particulares, por medio de la publicidad y promoción de la institución.
- Esto debido a que la institución no puede establecer más sucursales.

## **3- Estrategia del desarrollo del Producto.**

Esta estrategia busca modificar los productos o servicios actuales de la empresa y para esto es necesario fortalecer la investigación y el desarrollo. Las estrategias del desarrollo del servicio para la UEPSA son las siguientes:

- Fortalecer la presencia institucional con una educación de calidad y excelencia.
- Orientar y fortalecer los recursos científicos-tecnológicos acorde a las necesidades de la comunidad educativa así como el avance de las mismas.
- Fortalecer las áreas especiales, principalmente la de inglés, debido a que es muy deficiente en el nivel primario.

- Fortalecer la exigencia académica del nivel primario y secundario, implementando otros requerimientos, los mismos que necesiten de esfuerzo y sacrificio, por parte de los estudiantes.

#### 4- Estrategia de Diversificación.

Esta estrategia se basa en generar nuevos productos o servicios para nuevos segmentos de mercado, sin embargo estas son muy riesgosas, debido a que la empresa debe operar en varios mercados al mismo tiempo, para controlar el riesgo.

#### 5.4.3- Estrategias Funcionales.

Estas estrategias se basan en la Mezcla de la Mercadotecnia o Marketing Mix, que no son más que herramientas o variables, de las que dispone el responsable de Mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la empresa, las herramientas o variables de la Mezcla de Mercadotecnia son las 4P's y son el producto, el precio, la plaza (Distribución) y promoción (Publicidad), que en conjunto forman parte de un nivel táctico de la Mercadotecnia, en el cual las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactor, de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque al producto en un lugar correcto y en el momento más oportuno.

#### MEZCLA DEL MARKETING

PRODUCTO	PRECIO	DISTRIBUCIÓN	COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• VARIEDAD DEL PRODUCTO</li> <li>• CALIDAD</li> <li>• MARCA</li> <li>• SERVICIOS</li> <li>• GARANTIAS</li> <li>• UTILIDADES</li> <li>• DISEÑO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PRECIO DE LISTA</li> <li>• DESCUENTOS</li> <li>• PERIODOS DE PAGO</li> <li>• TERMINOS DE CREDITO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CANALES DE DISTRIBUCIÓN</li> <li>• LOCALIZACIÓN</li> <li>• COBERTURA</li> <li>• ALMACENAMIENTO</li> <li>• INVENTARIO</li> <li>• TRANSPORTE</li> <li>• LOGISTICA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PUBLICIDAD</li> <li>• PROMOCIÓN DE VENTAS</li> <li>• RELACIONES PÚBLICAS</li> <li>• VENTA PERSONAL</li> </ul>

**Fuentes:** Fundamentos de Mercadotecnia/ Kotler, Armstrong.

**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

## 1- Estrategias del Producto.

Para la formulación de las estrategias de producto o servicio que se proponen para la UEPSA, se toman como base las variables que forman parte de la mezcla del marketing referente al producto o servicio. Algo que hay que tener muy presente y en cuenta es que la UEPSA, es una institución que no ofrece un producto (tangible) a sus clientes, ya que esta ofrece un servicio educativo (intangible), es por eso que las estrategias del servicio más relevantes para la UEPSA son:

Estrategia del  
Producto o Servicio

### **Variedad del Servicio**

- Fortalecer la presencia institucional con una educación de calidad y excelencia.
- Fortalecer los programas académicos actuales según el MINEDUC.
- Ofrecer otras especialidades, para no limitar el número de estudiantes.
- Desarrollar en los estudiantes, destrezas en comunicación, tanto oral como escrita, y estimular al pensamiento crítico de los estudiantes.

### **Utilidad, Calidad y Marca**

- Comunicar e informar a los padres de familia, estudiantes y a la comunidad, sobre la calidad, utilización y beneficios del servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado.

### **Servicios de Apoyo**

- Proporcionar servicios mejorados y adicionales a los clientes.

### **Garantías**

- Garantizar el aprendizaje de sus alumnos a través de un seguimiento permanente y garantías de calidad en la educación impartida a los estudiantes.

## **2- Estrategias de Precio.**

El precio es la única variable del marketing Mix que representa ingresos para la institución, ya que el resto de las variables generan egresos. Sus variables son el precio de lista, descuentos, complementos, periodos de pago, condiciones de crédito. Algo muy importantes es que cuando se establece un precio, se toma en cuenta márgenes de utilidad que la empresa establezca, y que considere que son apropiados como retribución a la inversión que se realiza en el servicio educativo que ofrece.

Para establecer un precio se debe tomar en cuenta la demanda del servicio por los clientes y los precios de la competencia.

Tomando en cuenta que uno de los objetivos de la institución es el incremento de estudiantes y por ende de ventas y de las utilidades correspondientes, se determina que el precio guarda relación directa con el logro de este objetivo organizacional.

Como ya he manifestado la UEPSA es una institución, dedicada a ofrecer un servicio educativo a la comunidad y al igual que esta, hay otras instituciones que realizan la misma actividad, y es por este motivo que las estrategias que voy a proponer a continuación pretenden brindar diferenciación y sobre todo captar la decisión de compra del servicio por parte de los clientes (padres de familia). Las estrategias de precio que se plantean son las siguientes:

**Estrategia de  
Precio**

**Precio de Lista**

- Mantener el precio, mejorando la calidad del servicio, tomando en cuenta que el precio es económico en comparación al de la competencia, esta estrategia atraerá clientes más rentables y confiables para la UEPSA.

**Descuentos**

- Realizar un plan de descuentos a:
  - 5- Los padres de familia que tienen más de un hijo en la institución,
  - 6- Y a un cliente actual que trae a un familiar, como primo, sobrino, etc., a que forme parte de la institución.
  - 7- Establecer parámetros de evaluación y becar con un porcentaje acordado a los mejores estudiantes, que cumplan con los parámetros de notas u otros establecidos, por las autoridades.

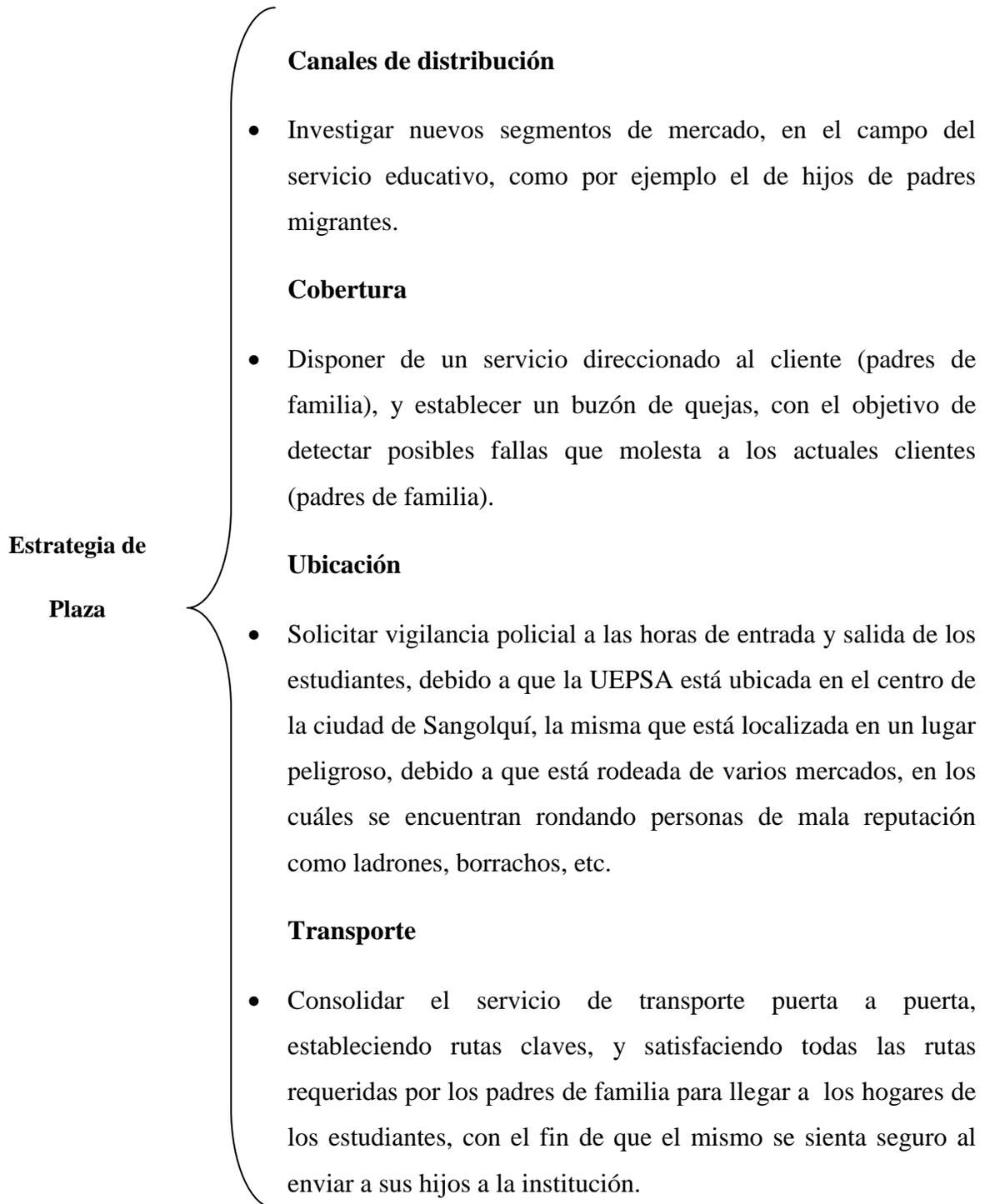
**Periodos de Pago y términos de crédito**

- Pactar entre la institución y los padres de familia, periodos de pagos y términos de crédito, solo en caso que tenga más de un hijo estudiando en la institución, caso contrario el pago de pensiones se debe realizar de manera mensual.

**3- Estrategias de la Plaza o Distribución.**

Para este tipo de estrategias, la plaza es el lugar donde se va a comercializar el producto o servicio, que ofrece la institución, la plaza incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el servicio a disposición del mercado meta.

Entre sus variables tenemos las siguientes: canales de distribución, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte. Las estrategias de plaza más relevantes para la UEPSA son las siguientes:



#### **4- Estrategias de la Promoción.**

Para la formulación de estrategias de promoción, la comunicación o promoción abarca una serie de actividades las cuáles tienen objetivos: informar, persuadir, y recordar las características, ventajas y beneficios del producto o servicio. Las variables de la promoción, son las siguientes:

La publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el tele mercadeo, y la propaganda.

Las estrategias de promoción más relevantes para la UEPSA son las siguientes:

## **Estrategia de Promoción**

### **Publicidad**

- Promocionar de mejor manera la imagen, actividad comercial y la calidad del servicio que oferta la UEPSA en el mercado.

### **Venta Personal**

- Contar con un personal docente, administrativo, de limpieza, idóneo y capacitado constantemente en atención y servicio al cliente. (Estudiantes- Padre de Familia- Comunidad)

### **Promoción de Ventas**

- Publicar en la página Web existente, los beneficios, las ventajas, las especialidades, servicios adicionales, actividades extracurriculares, información relevante y otros que llamen la atención de los clientes.
- Planificar casas abiertas, donde participen los mismos estudiantes dirigidos a la comunidad de Sangolquí y del cantón Rumiñahui.
- Mantener y fortalecer las sabatinas que se suelen realizar en el ciclo básico, donde los autores principales son los estudiantes.
- Repartir volantes en domicilios antes y al inicio del período de matriculación.
- Creación de una cartelera informativa interna, donde se den a conocer las actividades internas planificadas mensualmente.

### **Relaciones Públicas**

- Establecer un sistema de comunicación con el padre de familia y el alumno, donde participen el departamento médico, psicológico y odontológico, esto con el objetivo de involucrar al padre de familia en el proceso educativo y hacer notar que la UEPSA se interesa en el bienestar de los estudiantes y de los padres de familia.

Por ejemplo el departamento médico a través de una investigación, va a detectar los alumnos con problemas de nutrición, y planificará una reunión con el padre, para darle una serie de recomendaciones que el estudiante deberá seguir para combatir con esta enfermedad.

## **Logotipo**

El logo, es el activo más importante de un servicio y producto, este es considerado como sello distintivo. Está directamente relacionado con los conceptos de marca y de promesa; se utiliza para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador.

El logo es una promesa. El logo no es en sí mismo una marca, es una forma de expresión de la misma o su imagen más condensada, la marca ha de ofrecer lo que el logo promete.

Para que un logotipo resulte congruente y exitoso, conforme al principio fundamental del diseño, debe tener las siguientes características:

- 1- Legible (hasta el tamaño más pequeño).
- 2- Escalable (a cualquier tamaño requerido).
- 3- Reproducible (sin restricciones materiales).
- 4- Distinguible (tanto en positivo como en negativo).
- 5- Memorable (que impacte y no se olvide).

Un logotipo en términos generales requiere del apropiado uso de la semiótica como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador más cercana a este mensaje.

## **UEPSA (Logotipo)**

El diseño del logotipo fue realizado en base a la cultura organizacional de la UEPSA, así como también para indicar su actividad comercial que realiza, este logotipo es original y sencillo, que hacen referencia a los aspectos visuales de la identidad de la UEPSA, que por medio del diseño gráfico la empresa pueda ser fácilmente identificada, rápidamente reconocida o mentalmente relacionada con la actividad comercial de la UEPSA, el logotipo de la UEPSA es el siguiente:



## **Estrategias Comunicativas Organizacionales**

Estas estrategias consisten en definir con claridad quién es la empresa y que es lo que es lo que ofrece hacia el mercado. Cuando las empresas hacen un gasto en estrategias de comunicación con los mercados, es considerable. Es necesario hablar con los clientes y contarles sobre las bondades del servicio que ofrece la UEPSA, es muy importante mostrara que se hace y por qué es bueno en lo que se hace. A pesar de todo esto hay que reconocer que la comunicación es muy cara y en tiempos de recesión y crisis, a causa de las restricciones en el gasto, no es posible hacer tanta comunicación en la empresa, y especialmente es este tipo de instituciones, que por lo general no suelen tener ganancias tan altas o considerables. Es por eso que las estrategias de comunicación más relevantes para la UEPSA son:

- Difundir de una mejor manera la filosofía institucional de la UEPSA, con los empleados.
- Potenciar de mejor manera la comunicación interna de la UEPSA con sus empleados.

- Mejorar la atención a los padres de familia, estudiantes y comunidad en general, por parte de todos los que conforman la UEPSA, para que de esta manera se lleven una buena imagen de la institución.

### 5.5- Planes de Acción

El plan de marketing es considerado como un paquete integrado de proyectos de inversión de la empresa y se lo debe entender como una guía de trabajo, en donde se detallan las acciones y actividades que se desarrollarán, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, por la empresa y los tiempos en los cuales se desarrollarán.

#### Un Plan de Acción debe contener:

- **Metas:** Son expresiones generales sobre lo que la empresa quiere lograr para cumplir con su misión.
- **Objetivos:** Son declaraciones específicas, de resultados esperados, los mismos que pueden ser medibles y evaluables. La meta es lo que la empresa quiere lograr, el objetivo es como lograr en términos de operación. Un objetivo es claro y preciso, especifica las personas o clientes a beneficiarse, especifica la condición que se desea cambiar y el tiempo para lograrlo.
- **Actividades:** Son las expresiones específicas de las tareas a llevarse a cabo, para plantear los objetivos planteados, indican a la persona responsable de realizar la actividad y las fechas en que se llevarán a cabo las mismas.
- **Resultados:** Son las consecuencias de las acciones llevadas a cabo por el proyecto, programa o plan.

Para el caso de la UEPSA, se han desarrollado proyectos relacionados con las variables del marketing mix, agregándole un proyecto para el personal que trabaja en la misma, los cuáles van acompañados posteriormente de los planes de acción; es decir las acciones concretas para hacer efectivas las estrategias que se han formulado.

**PROPUESTA DE PROYECTOS "SERVICIO"**

**Objetivo:**

Ofrecer un servicio educativo de excelencia y calidad, de acuerdo a los requerimientos de los clientes actuales y de la comunidad.

**Objetivos de Marketing:**

- \* Captar nuevos estudiantes, con el fin de que adquieran el servicio educativo.
- \* Mantener a los estudiantes actuales, para que elijan y propaguen el servicio educativo que ofrece la institución en el mercado.
- \* Lograr la satisfacción de los clientes (padres - estudiantes), es decir que se cumplan las expectativas de los mismos, y estas sean cubiertas, e incluso mejoradas por la institución
- \* Ofrecer un servicio educativo con precios atractivos frente a la competencia.
- \* Realizar un manejo adecuado de costos y gastos.
- \* Incrementar en un 5% el número de estudiantes en la UEPSA cada año lectivo.

**Estrategia Básica**

Diferenciarse de otras instituciones educativas a través de la oferta de un servicio de calidad y excelencia basado en valores.

**Indicadores**

Reforma curricular de la institución, haciendo énfasis en los cambios.  
 Programas académicos actualizados en base a los requerimientos actuales.  
 Plan de Lectura y Escritura para los estudiantes.  
 Plan de Actividades donde se involucre directamente a los estudiantes del plantel.  
 Evolución en las ventas o ingresos por estudiantes.

Estrategias	Tácticas	Meta	Tiempo		Responsables
			Inicio	Fin	
Fortalecer la presencia institucional con una educación de calidad y excelencia.	* Fortalecer la exigencia académica del nivel primario y secundario, implementando otros requerimientos, los mismos que necesiten de esfuerzo y sacrificio, eliminando de esta manera el facilismo y la mediocridad en los estudiantes.	* Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Vicerrectorado , Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
Fortalecer los programas académicos actuales según el MINEDUC.	* Cumplir con los programas académicos propuestos por el MINEDUC, pero adaptando estos a los sistemas de educación actual y dejando de lado el antiguo sistema de enseñanza.	* Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia	01-feb-11	Se propone como estrategia permanente	Vicerrectorado , Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
Ofrecer otras especialidades, para no limitar el número de estudiantes.	* Implementar y proponer nuevas especialidades, con las cuales la UEPSA pueda contar, para ofrecer a los estudiantes futuros bachilleres.	* Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia	05-ene-11	20-abr-11	Vicerrectorado , Dirección y Comisión Técnica Pedagógica

Desarrollar en los estudiantes, destrezas en comunicación, tanto oral como escrita, y estimular al pensamiento crítico de los estudiantes.	* Implementar técnicas y metodologías creativas para que los estudiantes tengan habilidades y destrezas especiales..	* Promocionar estudiantes tanto de nivel primario como del secundario con criterios innovadores y creativos	05-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Área de Lenguaje y Comunicación
Mejorar la comunicación e informar a los padres de familia, estudiantes y a la comunidad, sobre la calidad, utilización y beneficios del servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado.	* Realizar campañas de información orientada tanto a padres de familia, estudiantes y a la comunidad.* Publicar en la página Web de la UEPSA la utilización, la importancia y los beneficios del servicio educativo que ofrece al mercado.	* Informar a los clientes sobre la utilidad y los beneficios del servicio que la UEPSA ofrece en el mercado.	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Área de Informática
Mejorar la oferta de servicio de transporte puerta a puerta y ofrecer servicios adicionales a los clientes.	* Mejorar el servicio de puerta a puerta ofreciendo todas las rutas planteadas por los padres de familia, con el fin de que estos se sientan más seguros del bienestar de sus hijos. * Implementar un servicio integrado de Nivelaciones Académicas y Tareas Dirigidas, orientadas a todos los estudiantes sean o no de la UEPSA.	* Dar Facilidades y brindar un servicio que involucre seguridad para los estudiantes y padres de familia.	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Inspección General y Dirección
Garantizar el aprendizaje de sus alumnos a través de un seguimiento permanente y garantías de calidad en la educación impartida a los mismos.	* Establecer un proceso de evaluación efectivo, el mismo que garantice que un estudiante está aprendiendo cosas productivas para la vida.	* Garantizar el aprendizaje eficiente de los estudiantes del nivel primario y secundario.	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Vicerrectorado , Dirección y Comisión Técnica Pedagógica

El presupuesto aproximado para la propuesta de Servicio Educativo es de 300\$, ya que se está involucrando a los planes de acción respectivos, para el cumplimiento de la misma.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>1- Fortalecer la presencia institucional con una educación de calidad y excelencia.</b>			
<b>META</b>	<b>Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia.</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Fortalecer la exigencia académica, estableciendo otros requerimientos los mismos que deben consolidarse, con el fin de que los alumnos aprendan a demostrar esfuerzo y sacrificio, para ganar el año, combatiendo así el facilismo y la mediocridad.	Infraestructura Suministros de Oficina	01-ene-11	Indefinido	Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>3-</b> Actualizar y fortalecer el programa bilingüe inglés - Español.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	01-ene-11	01-feb-11	Comisión Técnica Pedagógica y Área de Inglés
<b>4-</b> Actualizar y fortalecer el área científica-social-humanística y artística.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	01-ene-11	01-feb-11	Comisión Técnica Pedagógica y Área de Estudios Sociales y Música
<b>5-</b> Organizar Programas de Tutoría dirigidos a los estudiantes con severos problemas académicos	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	01-ene-11	15-ene-11	Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>6-</b> Fortalecer el área relacionada con la disciplina y aplicación de valores.	Suministros de Oficina Infraestructura	01-ene-11	Indefinido	Inspección General y Área de Religión
<b>7-</b> Sancionar en la falta de cumplimiento en las normas de manera consistente tanto para el nivel primario como para el nivel secundario.	Suministros de Oficina Infraestructura	01-ene-11	Indefinido	Inspección General
<b>8-</b> Fortalecer y hacer un seguimiento frecuente al sistema de evaluación del estudiante.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	Ciclo Escolar		Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>9-</b> Fortalecer y hacer un seguimiento al sistema de evaluación del docente.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	Ciclo Escolar		Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	2- Fortalecer los programas académicos actuales según el Ministerio de Educación y Cultura.			
<b>META</b>	Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Revisar cuidadosamente los programas de Ministerio de Educación.	Infraestructura	Con Frecuencia		Personal docente y Comisión Técnico Pedagógica
2- Implementar los contenidos curriculares establecidos por el Ministerio de Educación pero siempre orientado a la vida práctica y real, y dejando de lado la metodología de enseñanza tradicional, la misma que no le exige el análisis y esfuerzo suficiente al estudiante.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	01-feb-11	Indefinido	Vicerrectorado, Dirección Personal Docente y Comisión Técnica Pedagógica
3- Analizar detenidamente la nueva Reforma Curricular.	Infraestructura Suministros de oficina	Con Frecuencia		Vicerrectorado, Dirección Personal Docente y Comisión Técnica Pedagógica
4- Crear otros programas de actividades extracurriculares, como el de arte, pintura, periodismo, natación, entre otros.	Suministros de Oficina Infraestructura Servicios Básicos	Estudio Previo		Vicerrectorado, Dirección Personal Docente y Comisión Técnica Pedagógica
5- Implementar varios talleres de expresión artística, donde se escoja al mejor alumno	Suministros de Oficina Infraestructura	Estudio Previo		Vicerrectorado, Dirección Personal Docente y Comisión Técnica Pedagógica
6- Integrar la comisión permanente del proceso de evaluación, control y cumplimiento de los programas académicos y de la reforma curricular.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	Ciclo Escolar		Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
7- Trabajar con bibliografía actualizada. (docente)	Suministros de Oficina Equipo de Computación	01-feb-11	Indefinido	Todo el personal docente
8- Buscar alianzas estratégicas con las Universidades más solicitadas por los egresados de la institución, por ejemplo solicitar temarios a ver en el propedéutico o las pruebas que los estudiantes tienen que rendir para entrar a la Universidad, y en base a estos impartir las clases en los ciclos finales de la institución, esto quiere decir a 5to y 6to curso.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	Ciclo Escolar		Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>3- Ofrecer otras especialidades, para no limitar el número de estudiantes.</b>			
<b>META</b>	<b>Satisfacer las necesidades de los clientes con un servicio de calidad y excelencia.</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Establecer reuniones entre las autoridades de la institución para discutir este tema.	Suministros de Oficina Infraestructura Servicios Básicos	05-ene-11	08-ene-11	Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>2-</b> Establecer las especialidades que mayor demanda significan, aquí se puede tomar como base información obtenida de los egresados de la escuela y del colegio año lectivo 2008-2009	Suministros de Oficina Infraestructura Estudios previos	11-ene-11	12-ene-11	Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>3-</b> Ir al Ministerio de Educación y establecer un seguimiento para ver los requisitos.	Transporte, Suministros de Ofic. Suministros de Oficina	20-ene-11	20-ene-11	Persona (s) Delegada(s)
<b>4-</b> Hacer un proyecto de factibilidad para ver la posibilidad de implementar nuevas especialidades, con su respectivo estudio económico.	Equipo de Computación Servicios básicos Suministros de Oficina	01-feb-11	20-abr-11	Vicerrectorado, Dirección, Gerencia, Contabilidad y Comisión Técnica Pedagógica

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	4- Desarrollar en los estudiantes, destrezas en comunicación, tanto oral como escrita, y estimular al pensamiento crítico de los estudiantes. Promocionar estudiantes de nivel primario y secundario con criterios innovadores y creativos			
<b>META</b>				
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Realizar un plan de Lectura y Escritura para los estudiantes.	Suministros de Oficina Equipo de Computación	05-ene-11	30-ene-11	Área de Lenguaje - Comunicación y Literatura.
2- Realizar concursos internos de Oratoria.	Suministros de Oficina, Amplificación, Infraestructura	01-mar-11	01-mar-11	
3- Realizar concursos internos de Ortografía y Escritura.		15-mar-11	15-mar-11	
4- Premiar o entregar incentivos a los ganadores. (Diplomas).	Mater Impreso, Equipo de Computo	Periodo de concurso		
5- Formar el grupo de Poesía, Oratoria, Escritura, con los alumnos más destacados en estas actividades.	Infraestructura, Suministro de Oficina	15-feb-11	Ciclo Escolar	
6- Premiar académicamente a los mejores, con el fin de incentivar a otros a participar.		Infraestructura	Solo a los ganadores del concurso	
7- Participar en concursos de oratoria, Ortografía, Poesía y Escritura.	Transporte Suministros de Oficina	Cuando haya concursos.		

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>5-</b> Comunicar e informar a los padres de familia, estudiantes y a la comunidad, sobre la calidad, utilización y beneficios del servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado.			
<b>META</b>	Informar a los clientes sobre la utilidad y los beneficios del servicio que la UEPSA ofrece en el mercado.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Informar de forma verbal a los estudiantes, padres de familia y a la comunidad sobre los beneficios y las ventajas del servicio educativo de la institución, cada vez que haya oportunidad (sesiones, programas, y otros). <b>2-</b> Dar a conocer los servicios de calidad que la UEPSA ofrece a través de la página Web que actualmente tiene circulando en el internet.	Infraestructura	01-ene-11	Indefinido	Docentes, Personal Administrativo, Médico y de Limpieza.
	Servicios Básicos Equipo de Computación Servicios Básicos, Internet			01-ene-11
<b>3-</b> Informar a los padres de familia y a la comunidad sobre la utilidad y los beneficios del servicios no solo en lo educativo sino también en lo relacionado a los valores. (Sesiones, Programas, eventos Varios).	Infraestructura Servicios Básicos Internet	01-ene-11	Indefinido	Autoridades, Docentes, Personal Administrativo, Médico y de Limpieza.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	6- Mejorar el servicio de transporte puerta a puerta y ofrecer servicios adicionales.			
<b>META</b>	Dar facilidades y brindar un servicio que involucre seguridad para los estudiantes y padres de familia.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Realizar reuniones entre las autoridades, con el fin de establecer varias rutas de transporte, con el fin de que la distancia no sea un obstáculo para la captación de estudiantes. Estas rutas deben involucrar el Cantón Rumiñahui, Sangolquí y sus alrededores.	Suministros de Oficina Equipo de Comput. Servicios Básicos Suministros de Oficina	01-ene-11	02-ene-11	Inspección General, Autoridades y Gerencia General
<b>2-</b> Informar a los estudiantes, padres de familia y sobre todo a la comunidad de esta facilidad, a través de la Página Web de la UEPSA, de la cartelera que se publica en la institución, y de volantes impresas que se les envíe a los estudiantes a los respectivos hogares.	Equipo de Computación Servicios Básicos Suministros de Oficina Volantes Impresas	Ciclo Escolar		Inspección General, Autoridades, Secretaría Área de Informática y Gerencia General
<b>Servicio de Tareas y Nivelaciones Académicas (En la Tarde)</b>				
<b>1-</b> Realizar las averiguaciones pertinentes a las autoridades gubernamentales, proponiendo la implantación del servicio adicional	Transporte, Suministros Oficina	01-ene-11	06-ene-11	Vicerrectorado, Dirección y Comisión Técnica Pedagógica
<b>2-</b> Realizar un estudio de factibilidad con su respectivo análisis económico, con el fin de implementar el servicio de Tareas y Nivelaciones Académicas para facilitar la tarea en casa a los padres de Familia.	Equipo de Computación Servicios Básicos Suministros de Oficina	10-ene-11	30-mar-11	Vicerrectorado, Dirección, Gerencia, Contabilidad y Comisión Técnica Pedagógica
Luego de tener los permisos previos, y el proyecto de factibilidad sea rentable para la institución esté todo organizado y listo para ser ejecutable se procede a la siguiente actividad.				
<b>3-</b> Informar de este servicio a toda la comunidad debido a que este servicio debe ser abierto a la misma esto quiere decir para estudiantes propios y extraños a la UEPSA. Este se informará a través de Volantes impresas, Publicación en la Página Web y Llamadas telefónicas a los padres de familia cuyos hijos tienen muchos problemas de aprendizaje y nivelación, con el fin de proponer el servicio.	Equipo de Computación Servicios Básicos Suministros de Oficina Llamadas Telefónicas Hojas Volantes	01-abr-11	Indefinido	Inspección General, Autoridades, Secretaría Área de Informática y Gerencia General

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Servicio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	7- Garantizar el aprendizaje de sus alumnos a través de un seguimiento permanente y garantías de calidad en la educación impartida a los estudiantes.			
<b>META</b>	Garantizar el aprendizaje eficiente de los estudiantes del nivel primario y secundario.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Establecer reuniones entre las autoridades y los docentes de cada grado, curso y área, con el fin de analizar las metodologías a utilizar para conseguir que los estudiantes aprendan lo que se les enseña en clases y lo puedan demostrar con facilidad frente al público en general.	Suministros de Oficina Equipo de Computación  Infraestructura Suministros de Oficina	30-ene-11	02-feb-11	Vicerrectorado, Dirección, Personal Docente y Comisión Técnica Pedagógica
2- Elaborar un plan actividades dentro de la institución donde los organizadores y ejecutores de estas sean los propios estudiantes de la institución. Actividades (Académicas, Sociales, Culturales, Religiosos, etc).	Infraestructura Suministros de Oficina  Equipo de Computación	02-feb-11	25-feb-11	Vicerrectorado, Dirección, y Comisión Técnica Pedagógica
3- Designar y encomendar a docentes, para que ayuden en la preparación de los diferentes programas a los estudiantes, pero solo como guías	Infraestructura  Servicios Básicos	25-feb-11	25-feb-11	Comisión Técnico Pedagógica y Personal Docente.
4- Ejecutar programas, donde los organizadores y ejecutores del mismo sean los estudiantes, con el fin de desarrollar capacidades de desenvolvimiento propio.	Equipo de Computación Servicios Básicos	Depende del cronograma del Plan Actividades.		Comisión Técnico Pedagógica , Personal Docente y Estudiantes
5- Invitar a los padres de familia y a la comunidad a los diferentes programas a que participen en los diferentes	Invitaciones Impresas	Solo si hay programas o eventos		Inspección General, Secretaría y Gerencia General

eventos organizados por los mismos alumnos. (Donde se debe dar a conocer frecuentemente que los organizadores son los estudiantes de la institución)	Servicios Básicos Equipo de Computación		
6- Lograr que los padres de familia se involucren en estos programas con el fin de que convivan y compartan momentos con sus hijos.	Infraestructura Servicios Básicos	Ejecución del Programa	Comisión Técnico Pedagógica y Personal Docente.
7- Hacer un seguimiento al sistema de evaluación y cumplimiento del Plan de Actividades.	Infraestructura	Ciclo Escolar	Vicerrectorado, Dirección, y Comisión Técnica Pedagógica

--

PROPUESTA DE PROYECTOS "PRECIO"					
<b>Objetivo:</b> Incrementar en un 5% el número de estudiantes en la UEPSA cada año lectivo, y la respectiva rentabilidad de la institución.					
<b>Objetivos de Marketing:</b> * Captar nuevos estudiantes, con el fin de que adquieran el servicio educativo. * Mantener a los estudiantes actuales, para que elijan y propaguen el servicio educativo que ofrece la institución en el mercado. * Lograr la satisfacción de los clientes (padres - estudiantes), es decir que se cumplan las expectativas de los mismos, y estas sean cubiertas, e incluso mejoradas por la institución. * Ofrecer un servicio educativo con precios atractivos frente a la competencia. * Manejar adecuadamente los costos y gastos.					
<b>Estrategia Básica</b> Ofrecer precios competitivos, mejorando la calidad de enseñanza y brindar descuentos y promociones.			<b>Indicadores</b> Plan de descuentos para los padres de familia. Plan de promociones para los padres de familia Instrumentos financieros, Evolución de las ventas e ingresos.		
Estrategias	Tácticas	Meta	Tiempo		Responsables
			Inicio	Fin	
Mantener el precio, mejorando la calidad del servicio, tomando en cuenta que el precio es económico en comparación al de la competencia, esta estrategia atraerá clientes más rentables y confiables para la UEPSA.	* Establecer precios en función de la demanda y de la competencia.	Incentivar a la adquisición del servicio por parte de los clientes.	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Contabilidad, Gerencia General
Realizar un plan de descuentos.	* Otorgar un porcentaje de descuentos a clientes que tienen más de un hijo en la UEPSA, a un cliente actual, que trae un familiar extra y a los mejores estudiantes de la institución.	Incrementar el número de alumnos en la institución y satisfacer a los clientes actuales.	Análisis Previo		Gerencia General y Consejo de Administración
Pactar promociones, entre la institución y los padres de familia, en el periodo de inicio de matrículas.	* Establecer promociones durante cierto periodo de tiempo, especialmente en inicio de matrículas.	Brindar facilidades de pago y lograr que el padre de familia se sienta considerado económicamente.	Análisis Previo		Gerencia General y Consejo de Administración
Optimizar costos y gastos de la UEPSA	* Reducir los gastos que realiza la institución, especialmente optimizando el pago al personal docente.	Reducir los costos y gastos de la institución.	Análisis Previo		Contabilidad, Gerencia General

El presupuesto aproximado para la propuesta de Precio es de 160\$, ya que se está involucrando a los planes de acción respectivos, para el cumplimiento de la misma.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Precio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>1- Mantener el precio, mejorando la calidad del servicio educativo que ofrece la UEPSA</b>			
<b>META</b>	<b>Incentivar a la adquisición del servicio por parte de los padres de familia.</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Indagar de una manera minuciosa los precios que actualmente ofrece la competencia, y sobre todo los beneficios del servicio que ofrecen.	Infraestructura, Suministros Oficina Servicios Básicos, Teléfono	01-ene-11	Indefinido	Contabilidad y Gerencia General
<b>2-</b> No reducir el precio de la pensión, pero si dar prioridad al mejoramiento continuo de la calidad.	Infraestructura, equipo de Computación Servicios Básicos	01-ene-11	Indefinido	Contabilidad , Gerencia General y Comisión Técnico Pedagógica
<b>3-</b> Establecer precios en función de la demanda, de la competencia y percepciones de los padres de familia sobre el precio del servicio.	Suministros de Oficina, Equipo de Computación Servicios Básicos	01-ene-11	Marzo 2011	Contabilidad y Gerencia General

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Precio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	2- Realizar un plan de descuentos.			
<b>META</b>	Incrementar el número de alumnos en la institución y satisfacer a los clientes actuales.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Establecer una reducción de precios, justa y cómoda, con el fin de alcanzar un margen de utilidad seguro para la institución.	Infraestructura Suministros de Oficina Servicios Básicos	Estudio Previo		Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.
2- Realizar un estudio de los padres de familia que tienen más de un hijo, de cuyo cliente actual trae a un familiar y de los mejores estudiantes, cuyos promedios cumplan con los reglamentos impuestos por la institución.	Infraestructura Equipo de Computación Servicios Básicos	01-ene-11	01-mar-11	Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.
3- Otorgar descuentos a cuyos padres de familia que tienen problemas económicos a través de un seguimiento para confirmar este fenómeno	Infraestructura Equipo de Computación Transporte	Estudio Previo		Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.
4- Realizar un plan de precios de pensión de los hijos de empleados y socios, para no becar en un 100% o completamente a este grupo de estudiantes  *- Tomar muy en cuenta los promedios académicos de este grupo de estudiantes.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Infraestructura	01-ene-11	01-mar-11	Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Precio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>3-</b> Pactar promociones, entre la institución y los padres de familia, en el periodo de inicio de matrículas.			
<b>META</b>	Brindar facilidades de pago y lograr que el padre de familia se sienta considerado económicamente.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Establecer promociones justas y cómodas, con el fin de alcanzar un margen de utilidad seguro para la institución.	Infraestructura Suministros de Oficina Servicios Básicos	05-ene-11	05-feb-11	Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.
<b>2-</b> Realizar un plan de promociones, donde por un periodo de tiempo se de un descuento al padre de familia por ejemplo los 5 primeros días de matrículas paga de pensión 69,9\$, pasado este lapso de tiempo deberá pagar los 78\$ precio que realmente cuesta la mismas. Otro ejemplo el costo de la matrícula del ciclo básico es 132\$ , lo que incluye Inscripción(10,00) Matrícula (45,00), Pensión (72,00) y Fotos y Carné (5,00), los 100 primeros estudiantes matriculados no pagan el costo de carné y fotos.	Infraestructura Equipo de Computación Suministros de Oficina	Estudio Previo		Gerencia General, Contabilidad y Consejo de Administración.
<b>3-</b> Informar a los actuales padres de familia de este beneficio, con un buen tiempo de anticipación con el fin de que no olviden esta promoción y cuando se inicien las matrículas asistan pronto.	Equipo de Computación Hojas volantes impresas	01-jul-11	03-jul-11	Gerencia General, Secretaría y Personal seleccionado
<b>4-</b> Estas promociones deben estar publicadas en lugares claves, donde exista facilidad de observación tanto dentro de la institución, como fuera de la misma.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Hojas volantes impresas	01-jul-11	30-ago-11	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Precio"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	4- Optimizar costos y gastos de la institución			
<b>META</b>	Reducir los costos y gastos de la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Reunión entre las autoridades, el contador y el auditor, para discutir el temas de incremento continuo en los costos y gastos, durante los últimos años.	Infraestructura Suministros de Oficina	16-ene-11	17-ene-11	Autoridades, Gerencia General, Contabilidad, y Auditoría
2- Aprovechar los conocimientos de la contadora y del auditor, para pedir posibles soluciones a este problema.	Infraestructura Equipo de Computación	Frecuentemente		Gerencia, Contabilidad y Auditoría
3- Optimizar el pago de salarios al personal docente.	Infraestructura, Suministros de oficina	Estudio Previo		Contabilidad, Gerencia
4- Optimizar el pago de salarios al personal médico.				
5- Manejar otros instrumentos financieros como: presupuestos, flujos de caja, con el fin de prevenir problemas financieros.	Equipo de Computación, Infraestructura Suministros de Oficina	Permanentemente		Contabilidad
6- Solicitar variedad de proformas a proveedores que brindan servicios de terceros, como por ejemplo variedad de proformas a los que actualizan y mantiene las computadoras.	Suministros de Oficina	01-ene-11	Indefinido	Contabilidad, Almacén y Departamentos de la institución.

**PROPUESTA DE PROYECTOS "PLAZA O DISTRIBUCIÓN"**

<b>Objetivo:</b> Llegar a más clientes, con el fin de incrementar el número de estudiantes en la institución.					
<b>Objetivos de Marketing:</b> * Incrementar en un 8% el número de estudiantes en la UEPSA. * Lograr la satisfacción de los clientes (padres - estudiantes), es decir que se cumplan las expectativas de los mismos, y estas sean cubiertas, e incluso mejoradas por la institución * Optimizar el espacio de las instalaciones de la UEPSA.					
<b>Estrategia Básica</b> Llegar al cliente (padre de familia, estudiante y la comunidad) de una manera segura, rápida y confiable.			<b>Indicadores</b> Quejas y sugerencias recibidas por los usuarios del buzón. % de retención de estudiantes (Estudiantes Retenidos/ Total de Estudiantes). Plan Integrado sobre el transporte de puerta a puerta. Horario para la utilización de las áreas recreativas.		
Estrategias	Tácticas	Meta	Tiempo		Responsables
			Inicio	Fin	
Disponer de un servicio direccionado al cliente (padres de familia), y de la comunidad, para establecer un buzón de quejas con el objetivo de detectar posibles fallas que molestan a los actuales clientes.	* Captar y obtener las quejas más significativas de los padres de familia y de la comunidad con el fin de mejorarlas, para bien de la institución.	Mejorar las áreas en las que se está fallando con el fin de satisfacer a los clientes actuales y potenciales.	17-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Secretaría, Dirección e Inspección General
Solicitar vigilancia policial a las horas de entrada y salida de la institución.	* Fortalecer la seguridad externas de la institución, debido a la peligrosidad que asecha en el entorno.	Brindar seguridad y fortalecer la confiabilidad de los padres de familia, en la institución	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Inspección General
Consolidar el servicio de transporte puerta a puerta, estableciendo rutas claves, y satisfaciendo todas las rutas requeridas por los padres de familia para llegar a los hogares de los estudiantes	* Proporcionar de seguridad directa a los padres de familia.	Brindar seguridad y fortalecer la confiabilidad de los padres de familia, en la institución	07-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Inspección General
Optimizar todas las áreas recreativas de la institución.	* Ofrecer las áreas recreativas a todos los estudiantes, tanto del nivel primario como del secundario.	Lograr que todos los estudiantes hagan uso de las instalaciones recreativas de la institución.	10-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Concejo Estudiantil y Comisión de Deportes.

El presupuesto aproximado para la propuesta de Distribución es de 321.40\$, ya que se está involucrando a los planes de acción respectivos, para el cumplimiento de la misma.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Plaza o Distribución"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	1- Disponer de un servicio direccionado al cliente (padres de familia), y establecer un buzón de quejas y sugerencias con el objetivo de detectar posibles fallas que molestan a los actuales clientes.			
<b>META</b>	Mejorar las áreas en las que se está fallando con el fin de satisfacer a los clientes actuales y potenciales.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir este tema.	Infraestructura Servicios Básicos	17-ene-11	17-ene-11	Secretaría, Dirección e Inspección General
2- Mandar a diseñar un buzón de quejas que tenga 2 divisiones , una para que el padre de familia retire el formato para llenar la queja o sugerencia y la otra para depositarla llena.	Económicos	18-ene-11	20-ene-11	Secretaría, Dirección e Inspección General
3- Analizar y diseñar los formatos de quejas y sugerencias que estarán colocados en un buzón	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	19-ene-11	20-ene-11	Secretaría, Dirección e Inspección General
4- Imprimir los formatos de quejas - sugerencias y colocarlas en el buzón.	Infraestructura Impresiones Equipo de Computación	21-ene-11	21-ene-11	Secretaría
5- Informar de la existencia este buzón a los padres de familia y visitantes (Verbal-Cartelera)	Suministros de Oficina	20-ene-11	23-ene-11	Todo el personal y la secretaría
6- Con una frecuencia de 15 días revisar el buzón.	Infraestructura	Indefinido		Secretaría
7- Realizar reuniones entre las autoridades para discutir las principales quejas y sugerencias establecidas por los padres de familia -comunidad (Tomar decisiones)	Suministros de Oficina Infraestructura	08-feb-11	cada 15 días	Gerencia, Dirección e Inspección General

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Plaza o Distribución"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>2- Solicitar vigilancia policial a las horas de entrada y salida de la institución.</b>			
<b>META</b>	Brindar seguridad y fortalecer la confiabilidad de los padres de familia, en la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir este tema.	Infraestructura Servicios Básicos	01-ene-11	01-ene-11	Autoridades e Inspección General
<b>2-</b> Diseñar una solicitud al Municipio del Cantón Rumiñahui o a las Autoridades Policiales del sector, con la petición respectiva.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	02-ene-11	02-ene-11	Inspección General
<b>3-</b> Imprimir la solicitud y encargar a alguien para que la entregue.	Infraestructura Impresión Equipo de Computación	03-ene-11	03-ene-11	
<b>4-</b> Entregar directamente y hacer vigencia esta estrategia, lo más pronto posible.	Infraestructura Suministros de Oficina	03-ene-11	03-ene-11	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Plaza o Distribución"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>3-</b> Consolidar el servicio de transporte puerta a puerta, estableciendo rutas claves, y satisfaciendo todas las rutas requeridas por los padres de familia para llegar a los hogares de los estudiantes.			
<b>META</b>	Brindar seguridad y fortalecer la confiabilidad de los padres de familia, en la institución			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir este tema.	Infraestructura Servicios Básicos	07-ene-11	07-ene-11	Autoridades e Inspección General
<b>2-</b> Analizar las rutas que fueron propuestas por los padres de familia y que no fueron cubiertas	Infraestructura, Sumint Ofic	07-ene-11	07-ene-11	Inspección General y Secretaría
<b>3-</b> Diseñar un plan integrado donde se organice de mejor manera a este servicio, con el fin de no dejar estudiantes sin transporte, y por ende limitar el número de alumnos por la distancia.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos	08-ene-11	23-ene-11	Autoridades e Inspección General
<b>5-</b> Avisar a todos los padres de familia de esta facilidad, para que se interesen.	Material Impreso-Verbal	25-ene-11	Indefinido	Secretaría
<b>4-</b> Poner en marcha el plan, lo más pronto posible.	Infraestructura.	01-feb-11	Ciclo Escolar	Autoridades e Inspección General

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Plaza o Distribución"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	4- Optimizar todas las áreas recreativas de la institución.(Canchas de fútbol, básquet y vóley).			
<b>META</b>	Lograr que todos los estudiantes hagan uso de las instalaciones recreativas de la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir este tema.	Infraestructura Servicios Básicos	10-ene-11	10-ene-11	Autoridades, Consejo Estudiantil y Comisión de Deportes
2-Realizar un horario, donde se establezcan, meses, días horas, para que todos los estudiantes de cada curso puedan utilizar las instalaciones recreativas de la institución.	Infraestructura, Sumint Oficina Suministros de Oficina	11-ene-11	13-ene-11	
3- Comunicar a todos los estudiantes de esta nueva modalidad de distribución de los espacios.	Forma Verbal	14-ene-11	15-ene-11	
4- Poner en marcha estos horarios, para una mejor organización de los espacios.	Infraestructura, Sumint Ofic	15-ene-11	Ciclo Escolar	
5- Realizar un seguimiento del cumplimiento de este horario.	Infraestructura, Sumint Ofic	Ciclo Escolar		

**PROPUESTA DE PROYECTOS "PROMOCIÓN"**

**Objetivo:**  
Lograr en el año 2011-2012 mayor reconocimiento como institución educativa sólida y confiable, en el área de los servicios educacionales.

**Objetivos de Marketing:**  
 \* Incrementar en un 8% el número de estudiantes en la UEPSA.  
 \* Desarrollar mecanismos, de comunicación e información con los padres de familia, que permitan tener conocimiento de sus necesidades.  
 \* Alcanzar el fortalecimiento de relaciones con los clientes e incrementar su satisfacción.

<b>Estrategia Básica</b> Presentar un sistema de comunicación, modificado y atractivo al cliente	<b>Indicadores</b> Padres de familia conformes - Padres de familia inconformes. Fidelidad de los clientes. (Estudiantes que se vuelven a matricular / Total de Estudiantes) Tasa de Satisfacción del Padres de Familia (Encuestas Sencillas) Horarios de Atención de los maestros a los padres de familia. Casas Abiertas y Casas Adentro Ejecutadas.
---	--

Estrategias	Tácticas	Meta	Tiempo		Responsables
			Inicio	Fin	
Promocionar de mejor manera la imagen, actividad comercial y la calidad del servicio que oferta la UEPSA en el mercado.	* Elaborar medios impresos, con la información más relevante de la institución, y la dirección pertinente.	Lograr un mejor reconocimiento en el mercado.	01-ene-11	08-ene-11	Secretaría, Gerencia
Publicar en la página Web existente, los beneficios, las ventajas, las especialidades, servicios adicionales, actividades extracurriculares, información relevante y otros que llamen la atención de los clientes.	* Promocionar por medio de la página Web los beneficios, servicios, información relevante de la institución.	Mejorar la calidad de la publicidad de la institución, aprovechando la existencia de la página Web de la misma.	01-feb-11	Se propone como estrategia permanente	Área de Informática y Gerencia General
Planificar casas abiertas, donde participen los mismos estudiantes dirigidos a la comunidad de Sangolquí y del cantón Rumiñahui.	* Proporcionar de seguridad directa a los padres de familia.	Dar a conocer los logros y avances académicos de los estudiantes a través de estos eventos.	05-ene-11	30-ene-11	Estudiantes, Docentes, Gerencia General

Mantener y fortalecer las casa adentro que se suelen realizar en el ciclo básico, donde los autores principales son los estudiantes.	* Consolidar el método de impartir las sabatinas, especialmente en el nivel primario.	Exigir más a los estudiantes, con el fin que mejore la calidad de enseñanza.	01-mar-11	20-mar-11	Estudiantes, Docentes, y Gerencia General
Repartir volantes en domicilios antes y al inicio del período de matriculación.	* Elaborar volantes impresos, con la información más relevante de la institución.	Dar a conocer a la comunidad de la existencia de esta prestigiosa institución.	01-jul-11	05-sep-11	Empleados y Gerencia General
Creación de una cartelera informativa interna, donde se den a conocer las actividades internas planificadas quincenalmente.	* Dar a conocer a los estudiantes, padres de familia y la comunidad de las actividades a desarrollarse dentro de la institución.	Invitar e involucrar a los estudiantes, padres de familia y la comunidad en los diferentes eventos desarrollados en la institución.	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Empleados y Gerencia General
Establecer un sistema de comunicación con el padre de familia.	* Establecer medios para comunicarse con los clientes (padres de familia). * Conocer el nivel de satisfacción de los clientes.	Facilitar y mantener relación institución - cliente	01-ene-11	Se propone como estrategia permanente	Departamento Médico, Odontológico, DOBEI, y Gerencia General

El presupuesto aproximado para la propuesta de Promoción es de 700\$, ya que se está involucrando a los planes de acción respectivos, para el cumplimiento de la misma.

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	1- Promocionar de mejor manera la imagen, actividad comercial y la calidad del servicio que oferta la UEPSA en el mercado.			
<b>META</b>	Lograr un mejor reconocimiento en el mercado.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir el tema.	Infraestructura Servicios Básicos	01-ene-11	01-ene-11	Autoridades, Secretaría y Gerencia
2- Diseñar varias tarjetas de presentación, que contenga el logotipo, el lema de la unidad, e información clara y precisa de la institución, así como los datos de ubicación.	Infraestructura Equipo de Computación	02-ene-11	04-ene-11	Área de Informática
3- Seleccionar el mejor diseño.	Infraestructura	04-ene-11	04-ene-11	Autoridades, Secretaría y Gerencia
4- Imprimir las tarjetas de presentación seleccionada.	Material Impreso	05-ene-11	06-ene-11	Secretaría
5- Entregar estas tarjetas a los diferentes departamentos de la institución para que se proceda entregar a los visitantes y posibles interesados.	Material Impreso Infraestructura	08-ene-11	Indefinido	Secretaría

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	2- Publicar en la página Web existente, los beneficios, las ventajas, las especialidades, servicios adicionales, actividades extracurriculares, información relevante y otros que llamen la atención de los clientes.			
<b>META</b>	Mejorar la calidad de la publicidad de la institución, aprovechando la existencia de la página Web de la misma.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Realizar una reunión entre las autoridades, para discutir el tema.	Infraestructura	01-feb-11	01-feb-11	Área de Informática y Gerencia General
<b>2-</b> Diseñar e informar a las maestras de computación, como quieren que se proyecte la información en la Página Web. (Ventajas, beneficios, especialidades, servicios, actividades extracurriculares, entre otros aspectos relevantes de la institución.)	Infraestructura Equipo de Computación Internet	01-mar-11	03-mar-11	
<b>3-</b> Introducir el diseño propuesto por las autoridades a la Página Web.	Internet (Página Web) Equipo de Computación	04-mar-11	04-mar-11	
<b>4-</b> Evaluar y comprobar su funcionamiento.	Equipo de Computación Internet (Página Web)	04-mar-11	04-mar-11	
<b>5-</b> Publicar la página Web con la información relevante.	Internet, Equipo de Comput.	05-mar-11	Indefinido	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	3- Planificar casas abiertas, donde participen los mismos estudiantes, dirigidos a la comunidad de Sangolquí y del Cantón Rumiñahui.			
<b>META</b>	Dar a conocer los logros y avances académicos de los estudiantes a través de estos eventos.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Planificar casas abiertas, donde participen las diferentes áreas académicas, y realizar un plan donde se propongan casas abiertas, en las cuáles se involucre a las áreas especiales y materias de especialidades que ofrece la institución.	Infraestructura Equipo de Computación Suministros de Oficina	05-ene-11	30-ene-11	Estudiantes, Docentes, Gerencia General, Áreas Académicas
2- Programar un evento, donde se involucre y se haga partícipe al invitado de manera directa.	Infraestructura Equipo de Computación	Depende del cronograma del plan de Casas abiertas		
3- Organizar internamente el evento entre maestros de área o especialidad y estudiantes.	Infraestructura	Depende del cronograma del plan de Casas abiertas		
4- Diseñar y entregar hojas volantes de invitación a los padres de familia, moradores del sector y cantón.	Equipo de Computación Material Impreso	Días previos a las Casas Abiertas		
5- Ejecutar las casa abiertas.	Infraestructura, Suministros de Oficina, Equipo de Computación, Amplificación.	Depende del cronograma del plan de Casas Abiertas		
6- Programar casas abiertas relacionas con la tecnología, ecología, nutrición, etc. Estos programas deben ser ejecutados por los propios empleados de la UEPSA. (Profesores de Computación, de Biología, Ciencias Naturales, Médicos, etc.) Todo esto con el fin de promocionar a la Unidad Educativa.	Infraestructura, Suministros de Oficina, Equipo de Computación	01-may-11	03-may-11	

PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"				
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"				
ESTRATEGIA		4- Mantener y fortalecer las casa adentro que se suelen realizar en el ciclo básico, donde los autores principales son los estudiantes. Exigir más a los estudiantes, con el fin que mejore la calidad de enseñanza y por ende su promoción.		
META				
ACTIVIDADES	RECURSOS	PERIODO DE TIEMPO		RESPONSABLES
		Inicio	Final	
1- Mantener una reunión, entre las autoridades y el personal docente.	Infraestructura	01-mar-11	01-mar-11	Gerencia, Autoridades y Personal Docente
2- Proponer alternativas para que las casas adentro sean más innovadoras y creativas, siempre enrumbando todo tema a la vida práctica y real.	Infraestructura Suministros de Oficina	01-mar-11	01-mar-11	Autoridades y Personal Docente
3- Luego de una lluvia de ideas, seleccionar las mejores ideas propuestas por los docentes	Infraestructura Suministros Oficina	01-mar-11	01-mar-11	Autoridades y Gerencia
4- Premiar las mejores alternativas propuestas por los docentes, con el fin de incentivar e impulsar a la participación de todos.	Infraestructura Material Impreso	01-mar-11	01-mar-11	Autoridades y Gerencia
5- Realizar un plan o manual donde se especifique los cambios o modalidades actuales de las casa adentro a ejecutarse.	Equipo de Computación Material impreso	03-mar-11	17-mar-11	Gerencia, Autoridades y Personal Docente
6- Entregar este manual a los diferentes docentes, con el fin de que vayan preparando de una manera más consolidada a los estudiantes, hasta el día de las casas adentro.	Infraestructura	09-mar-11	09-mar-11	Secretaría y Gerencia
7- Preparar a los estudiantes para que respondan frente a cualquier persona, no solo ante el docente, sino ante todo el público.	Infraestructura Suministros de Oficina	Ciclo Escolar		Autoridades y Personal Docente
8- Preparar al estudiante para enfrentar a una casa adentro moderna, esto quiere decir que por ejemplo un padre plantea una serie de preguntas a un X alumnos sea o no su hijo y este debe estar preparado para responder, esto significa que todos los estudiantes deben estar listos y preparados.	Infraestructura Suministros de Oficina, Aula	01-ene-11	Ciclo Escolar	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>5- Repartir volantes en domicilios antes y al inicio del período de matriculación.</b>			
<b>META</b>	<b>Dar a conocer a la comunidad de la existencia de esta prestigiosa institución.</b>			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Mantener una reunión, entre las autoridades de la institución	Infraestructura	01-jul-11	01-jul-11	Gerencia, Autoridades y Personal Docente
<b>2-</b> Diseñar varios formatos de las volantes, con su respectiva información, relevante. Esta información debe contener aspectos que llamen la atención de la comunidad.	Equipo de Computación. Suministros de Oficina	02-jul-11	05-jul-11	Área de Informática
<b>3-</b> Seleccionar el mejor diseño de volante informativa.	Suministros de Oficina	05-jul-11	05-jul-11	Gerencia y Autoridades
<b>4-</b> Delegar un grupo de empleados que se encarguen de entregar esta volante de una manera formal y amigable.	Infraestructura Humano	07-jul-11	07-jul-11	Gerencia y Autoridades
<b>5-</b> Imprimir las volantes.	Equipo de Computación. Material Impreso	13-ago-11	13-ago-11	Secretaría y Área de Informática
<b>6-</b> Repartir las volantes en las diferentes ciudades de la ciudad y del cantón.	Recurso Humano Transporte.	01-ago-11	04-sep-11	Grupo Delegado por las Autoridades y la Gerencia

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	6- Creación de una cartelera informativa interna, donde se den a conocer las actividades internas planificadas quincenalmente.			
<b>META</b>	Invitar e involucrar a los estudiantes, padres de familia y la comunidad en los diferentes eventos desarrollados en la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Mantener una reunión, entre las autoridades para discutir el tema de la cartelera.	Infraestructura	01-ene-11	01-ene-11	Gerencia, Autoridades y Personal Docente
2- Delegar al personal, para que haga mantenimiento de manera quincenal a la cartelera de la institución.	Humano	02-ene-11	02-ene-11	Gerencia y Autoridades
3- Publicar todas las actividades a realizarse dentro de la institución, así como la hora, lugar y fecha.	Infraestructura Suministros de Oficina	03-ene-11	Indefinido	Grupo Delegado por las Autoridades y la Gerencia
4- Hacer un seguimiento de cumplimiento y mantenimiento de la cartelera.	Humano	04-ene-11	Indefinido	Gerencia y Autoridades
5- Al final del año lectivo premiar al empleado que mejor a mantenido la cartelera.	Material Impreso (Diplomas)	30-jul-11	30-jul-11	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Promoción"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	7- Establecer un sistema de comunicación con el padre de familia y conocer el nivel de satisfacción.			
<b>META</b>	Facilitar y mantener relación institución - cliente (padre de familia)			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Establecer horarios de atención entre los docentes y los padres de familia.	Equipo de computación. Suministros de Oficina	01-ene-11	01-ene-11	Inspección General, Dirección y Vicerrectorado
2- Fortalecer la relación del DOBE, con el estudiante con el fin de que el alumno tenga confianza de dialogar con la doctora, y por ende dar soluciones a sus problemas.	Infraestructura	Ciclo Escolar		DOBEI, Autoridades, Gerencia General
3- Realizar proyectos en los departamentos (médico-psicológico y odontológico) Por ejemplo en el departamento médico se hace un análisis de los estudiantes que tienen problemas de nutrición, entonces se llama al padres de familia y se le entrega una dieta integrada donde se indica paso a paso que debe comer el estudiante.	Infraestructura Suministros de Oficina Humano Equipo de computación.	03-ene-11	30-ene-11	Departamento Médico, Odontológico y DOBEI
4- A través de encuestas sencillas conocer el grado de satisfacción de los padres de familia	Equipo de computación. Material impreso	01-may-11	30-may-11	Gerencia General y Secretaría.
5- Tabular e interpretar las encuestas.	Equipo de computación.	01-jun-11	15-jun-11	
6- Tomar decisiones para el cambio positivo para la institución.	Infraestructura	20-jul-11	20-jul-11	Gerencia General y Autoridades

PROPUESTA DE PROYECTOS "PERSONAL"					
<b>Objetivo:</b> Contar con un personal, idóneo para que se desenvuelva en cada una de las áreas de la institución. Brindar un servicio educativo de calidad, con un gran personal de trabajo, que día a día satisfaga las necesidades de los estudiantes, padres de familia y de la comunidad.					
<b>Objetivos de Marketing:</b> * Incrementar en un 8% el número de estudiantes en la UEPSA. * Desarrollar al máximo, el potencial de los empleados, a base de sus competencias y a la asignación, de responsabilidades por procesos, hasta el comienzo del año 2011. * Contar con el personal adecuado, para que desempeñe el cargo encomendado.					
<b>Estrategia Básica</b> Proporcionar de un personal calificado para desenvolverse de manera eficiente en el cargo asignado.			<b>Indicadores</b> Manual de Políticas de la institución, Plan de Capacitaciones a los empleados. Manual de Reclutamiento interno para contratar un personal de calidad.		
Estrategias	Tácticas	Meta	Tiempo		Responsables
			Inicio	Fin	
Consolidación de la estructura administrativa y docente de la institución y sus procesos.	* Fortalecer las áreas administrativas y docentes de la UEPSA.	Administrar y optimizar al máximo los recursos humanos.	01-ene-11	01-mar-11	Inspección General
Promover el desarrollo del Talento Humano.	* Promover el desarrollo del Talento Humano.	Procurar un clima organizacional que facilite el clima institucional, promueva el bienestar de la comunidad académica con proyección social.	01-mar-11	01-jun-11	Gerencia General, Autoridades de la Institución.
Diseñar un Proceso de Reclutamiento Interno para la contratación del Personal.	* Elaborar un manual o proceso de reclutamiento interno de personal.	Optimizar y contratar empleados capacitados y con experiencia, que sean un aporte para el desarrollo positivo de la institución.	01-jul-11	30-jul-11	Consejo Directivo e Inspección General
Contar con un personal docente, administrativo, de limpieza, idóneo y capacitado constantemente en atención y servicio al cliente. (Estudiantes- Padre de Familia- Comunidad)	* Capacitar a todo el personal en servicio al cliente (padres de familia-comunidad).	Mejorar la atención al cliente, con el fin que se lleven una buena imagen de la institución	15-feb-11	05-mar-11	Gerencia General, Autoridades de la Institución.

El presupuesto aproximado para la propuesta para el Personal es de 600\$, ya que se está involucrando a los planes de acción respectivos, para el cumplimiento de la misma.

<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>1- Consolidación de la estructura administrativa y docente de la institución y sus procesos.</b>			
<b>META</b>	Administrar y optimizar al máximo los recursos humanos.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Fortalecer el manual de Políticas de la institución.	Equipo de Computación Infraestructura	01-ene-11	01-mar-11	Inspección General y Autoridades
<b>2-</b> Elaborar un manual de descripción de puestos basado en Competencias Laborales	Equipo de Computación Infraestructura	01-ene-11	01-mar-11	Gerencia General y Contabilidad
<b>3-</b> Elaborar un manual de Salarios de la Institución.	Equipo de Computación Infraestructura	01-ene-11	01-mar-11	Gerencia General y Contabilidad

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Personal"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>2- Promover el desarrollo del Talento Humano.</b>			
<b>META</b>	Procurar un clima organizacional que facilite el clima institucional, promueva el bienestar de la comunidad académica con proyección social			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Elaborar y ejecutar un plan de capacitación, donde se especifiquen temas fechas y cronogramas de actividades.	Equipo de Computación Infraestructura	01-mar-11	01-jun-11	Vicerrectorado, Dirección , Gerencia, Comisión Técnica Pedagógica e Inspección General
<b>2-</b> Fortalecer e implementar un sistema consolidado de evaluación de desempeño al personal docente.	Equipo de Computación Infraestructura	01-mar-11	15-abr-11	
<b>3-</b> Elaboración y ejecución de un plan de motivación al personal.	Equipo de Computación	0-marzo-11	01-jul-11	
<b>4-</b> Crear programas de incentivos a los empleados que sigan consiguiendo logros académicos, como por ejemplo maestrías, doctorados, entre otros que signifique desarrollo profesional.	Suministros de Oficina Equipo de Computación Servicios Básicos Infraestructura	01-ene-11	30-ene-11	

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Personal"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>3- Diseñar un Proceso de Reclutamiento Interno para la contratación del Personal.</b>			
<b>META</b>	Optimizar y contratar empleados capacitados y con experiencia, que sean un aporte para el desarrollo positivo de la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Diseñar un manual de proceso de reclutamiento interno.	Equipo de Computación Infraestructura	01-jul-11	30-jul-11	Gerencia General, e Inspección General
<b>2-</b> Establecer los perfiles de los empleados de una manera minuciosa.	Equipo de Computación Infraestructura	01-jul-11	30-jul-11	
<b>3-</b> Ejecutar el proceso de reclutamiento interno.	Equipo de Computación Infraestructura	Indeterminado		
<b>4-</b> Hacer un seguimiento al cumplimiento y transparencia en la ejecución del proceso de reclutamiento interno.	Infraestructura Suministros de oficina	Una vez al mes		

<b>PLAN DE ACCIÓN "Proyecto Personal"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	4- Contar con un personal docente, administrativo, de limpieza, idóneo y capacitado constantemente en atención y servicio al cliente. (Estudiantes- Padres de Familia- Comunidad)			
<b>META</b>	Mejorar la atención al cliente, con el fin que se lleven una buena imagen de la institución.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
1- Establecer el periodo para capacitar al personal de la institución.	Infraestructura	15-feb-11	15-feb-11	Vicerrectorado, Dirección, Gerencia, e Inspección General
2- Capacitar a todo el personal, esto incluye (docente-administrativo- autoridades- limpieza) en atención y servicio al estudiantes, padres de familia y comunidad.	Infraestructura  Material Impreso Equipo de Computación	01-mar-11	03-mar-11	
3- Evaluar de manera práctica para conocer si la capacitación resultó eficiente.	Infraestructura Suministros de Oficina	04-mar-11	04-mar-11	
4- Establecer sanciones al empleado que a pesar de esta capacitación tiene problemas con los clientes.	Equipo de Computación Suministros de Oficina	Indefinido		

<b>PLAN DE ACCIÓN "Comunicación Interna"</b>				
<b>UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SANTA ANA"</b>				
<b>ESTRATEGIA</b>	<b>1- Potenciar la comunicación a nivel interno de la empresa.</b>			
<b>META</b>	Facilitar la comunicación a nivel interno.			
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>PERIODO DE TIEMPO</b>		<b>RESPONSABLES</b>
		<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	
<b>1-</b> Realizar reuniones de información y opiniones sobre los modelos de gestión pedagógico	Infraestructura	15-ene-11	15-ene-11	Vicerrectora , Director, Comisión Técnica Pedagógica y Personal Docente
<b>2-</b> Trabajar con memorandos.	Suministros de Oficina	01-ene-11	Indefinido	Gerencia General y Autoridades.
<b>3-</b> Dirigir y establecer cartas de llamada de atención al personal, en situaciones necesarias y establecidas por la administración.	Material impreso Equipo de computación.	01-ene-11	Indefinido	Gerencia General y Autoridades.
<b>4-</b> Diseñar formatos de sugerencias, los cuales serán entregados a los empleados, con el fin de recibir comentarios y sugerencias para beneficio de la institución.  Estos formatos deberán ser entregados al final de cada mes.	Suministros de Oficina Equipo de computación. Material impreso	01-ene-11	Indefinido	Gerencia General, Secretaría y Autoridades.
<b>5-</b> Una vez al mes analizar las sugerencias y comentarios aportados por los empleados	Infraestructura	30-ene-11	Indefinido	Gerencia General y Autoridades.
<b>6-</b> A través de reuniones dar a conocer la filosofía de la institución a sus empleados ya que solo así conocerán hacia donde se enrumba la organización.	Equipo de computación. Infraestructura	Indefinido	Indefinido	Gerencia General y Todo el personal
<b>7-</b> Planificar un curso donde la psicóloga de la institución de charlas de cómo aprender a trabajar en grupo y sin diferencias.	Infraestructura Suministros de Oficina	01-may-11	15-may-11	Departamento del DOBEI y Gerencia General

## 5.6- Presupuesto.

Uno de los aspectos más importantes dentro de la estructura del Plan Estratégico de Marketing es el establecimiento del presupuesto de marketing.

Para determinar dicho presupuesto se plantea la utilización del método permisible, es decir se “determina el presupuesto de promoción en el nivel que creen que se puede permitir la compañía”<sup>25</sup>

Por ser la UEPSA, una institución que últimamente no ha estado generando utilidades muy altas, es apropiada la utilización de este método, para el establecimiento de su presupuesto, debido a que se destinará un presupuesto, previamente analizado para la publicidad.

Para la elaboración del Presupuesto de Marketing de la UEPSA, se ha tomado en cuenta los montos de las inversiones en los que la institución debe incurrir, para poder ejecutar las estrategias, que se plantean, pero dentro de este presupuesto se encuentran citados valores que la institución ya tiene como gastos fijos como son el internet, teléfono, pago de servicios básicos.

A continuación se muestra el Presupuesto de Marketing para la UEPSA, tomando en cuenta los requerimientos que se han establecido para las estrategias y para sus correspondientes planes de acción.

---

<sup>25</sup> KOTLER Philip, *Fundamentos de Mercadotecnia*, 4<sup>ta</sup> Edición, Editorial Hispanoamericana ARMSTRONG Gary, México 2002, p.436.

**PRESUPUESTO GENERAL DEL PLAN DE MARKETING, PARA LA EDUCATIVA UNIDAD PARTICULAR "SANTA ANA"**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>	<b>COSTO REAL DEL PLAN DE MARKETING</b>
2	Cartuchos de Tinta, TONER	69,00	138,00	138,00
8	Resmas de papel bond A4	3,80	30,40	30,40
35	Suministros de Oficina	1,00	35,00	35,00
10	Transporte	6,00	60,00	60,00
2	Internet- Actualización de la Página Web	115,00	230,00	0,00
2	Teléfono (Llamadas telefónicas)	65,50	131,00	0,00
2000	Hojas Volantes a color para anuncio de Servicio de Tareas y Nivelaciones Académicas	0,05	100,00	100,00
1000	Invitaciones a Eventos y Programas internos (Trípticos).	0,15	150,00	150,00
2000	Hojas Volantes para anuncio de las diferentes promociones. (Interno - Externo)	0,05	100,00	100,00
1	Buzón dos servicios	10,00	10,00	10,00
300	Formatos de quejas -sugerencias para el buzón	0,01	3,00	3,00
1500	Hojas Volantes para anuncio del Servicio de Transporte Puerta a Puerta. B/N	0,02	30,00	30,00
1000	Tarjetas de Presentación	0,03	30,00	0,00
2000	Trípticos a color para anunciar Casas Abiertas.	0,15	300,00	300,00
1000	Hojas Volantes a color para anunciar Casas Adentro	0,05	50,00	50,00
1500	Hojas Volantes informativas a color para entregar antes de iniciar el nuevo año lectivo	0,05	75,00	75,00
150	Formato de encuestas sencillas a los padres de familia actuales.	0,01	1,50	1,50
500	Memorandos	0,01	5,00	0,00
200	Formatos de comentarios y sugerencias por parte de los docentes a la institución	0,01	2,00	2,00
35	Curso de Capacitación de atención y servicio al cliente a todos los empleados	14,30	500,50	0,00
35	Refrigerios para los docentes en el curso	1,00	35,00	0,00
1	Gastos Imprevistos	50,00	50,00	50,00
40	Diplomas para los mejores concursantes	0,15	6,00	6,00
30	Diplomas para los mejores docentes	0,15	4,50	4,50
30	Diplomas para los mejores estudiantes	0,15	4,50	4,50
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>		<b>336,64</b>	<b><u>2081,40</u></b>	<b><u>1149,90</u></b>

En el presupuesto general de Marketing hay que tomar muy en cuenta que las celdas que se encuentran sombreadas constituyen gastos permanentes para la institución.

En lo que se refiere a cursos de capacitación de atención y servicio al cliente he sombreado, debido a que la institución siempre destina parte de su presupuesto a lo que son cursos de capacitación, en temas varios, es por eso que he mencionado este punto, debido a que se recomienda que en una de sus capacitaciones programadas tomen muy en cuenta este tema de atención y servicio al cliente, y desprogramen otra que realmente no tenga tan buenos resultados o beneficios para un futuro.

Todos los valores anteriormente mencionados fueron investigados y averiguados en el departamento de contabilidad de la institución.

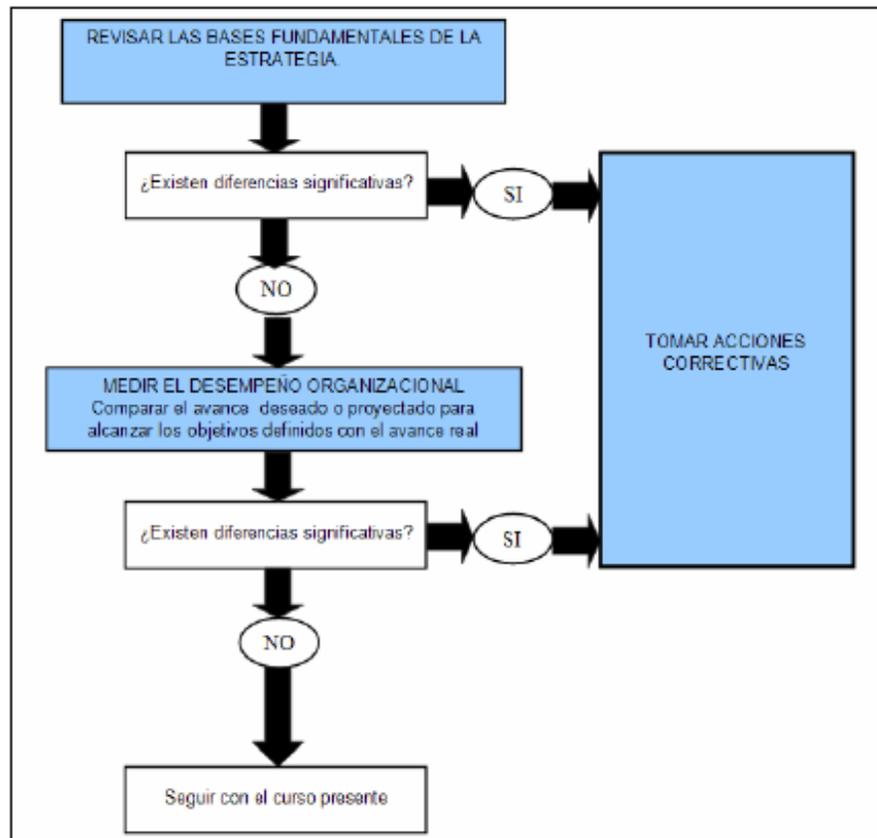
#### **5.6.1- Evaluación, Control y Retroalimentación.**

##### **Evaluación.**

En toda organización, empresa o institución, tiene la obligación de evaluar las estrategias que se van aplicar, en el caso de la UEPSA propongo la evaluación de forma continua, con el fin de evitar problemas al final del cierre de los periodos.

Para la evaluación periódica y continua de las estrategias se propone la participación en conjunto de la Gerencia, Autoridades y empleados de la Institución, para que la misma avance de manera confiable y segura hacia el logro de los objetivos. Como una de las formas para llevar a cabo la evaluación de las estrategias se propone la utilización de la matriz EFE y EFI revisadas, es decir se plantea la elaboración de estas matrices tomando en cuenta los factores que han cambiado, en lo referente a Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

A continuación voy a presentar un gráfico, el mismo que muestra el proceso que se plantea seguir con el fin de evaluar las estrategias que se pongan en práctica.



**Elaborado por:** Lesly Aldaz.

**Fuente:** El Plan de Marketing en la Práctica de José Sainz de Vicuña.

Es muy importante también tomar en cuenta que se puede utilizar una matriz de evaluación de estrategias, a través de la cuál se analizan los cambios experimentados por los Factores Internos y Externos y el avance correspondiente de la institución, relacionado de forma directa con el logro de los objetivos.

A continuación se muestra el formato de la Matriz que se plantea utilizar, en donde se muestra como ejemplo los resultados que se podrían obtener, pero para el caso de la

institución educativa analizada se deberá estudiar cada caso de manera particular, establecer los resultados y luego las acciones a llevar a cabo.

¿Han ocurrido cambios importantes en la posición estratégica interna de la UEPSA?	¿Han ocurrido cambios importantes en la posición estratégica externa de la UEPSA?	¿Ha avanzado la UEPSA satisfactoriamente para alcanzar los objetivos definidos?	<b>RESULTADO</b>
No	No	No	Tomar medidas correctivas
Si	Si	Si	Tomar medidas correctivas
Si	Si	No	Tomar medidas correctivas
No	Si	No	Tomar medidas correctivas
No	No	Si	Seguir con el curso precedente

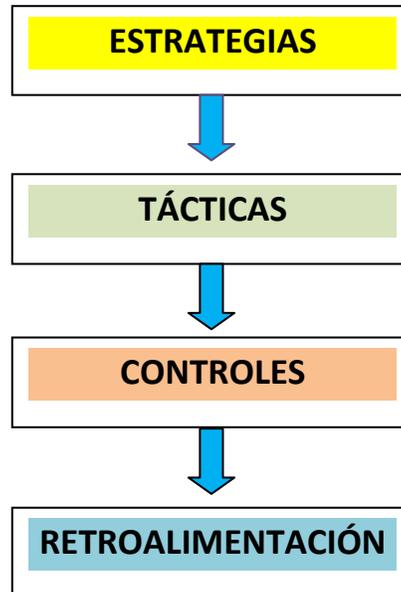
Una actividad importante que se plantea para evaluar el las estrategias consiste en medir el desempeño institucional. Se considera la comparación de los resultados esperados con los resultados reales pero a largo plazo.

### **Control.**

Un Plan de Marketing bien desarrollado debe tener programado su control, esto quiere decir que el plan debe tener cuantificados en su mayoría los objetivos, para que puedan ser controlados sobre la marcha.

De esta forma se puede llegar a determinar si se están cumpliendo con los objetivos parciales y finales, y si no es así cuáles son las correcciones que podemos adoptar para llegar al destino requerido.

A continuación voy a presentar el proceso que he seguido para el establecimiento de los controles de las estrategias propuestas.



La única forma de cumplir con las estrategias de marketing de una manera eficiente, es estableciendo medidas de control que permitan verificar el correcto desarrollo de las mismas.

En cada proyecto establecido se propone realizar el control a través de los indicadores propuestos, luego de un adecuado análisis FODA, la institución puede establecer las posteriores acciones correctivas para la misma.

Dentro de los controles que se proponen para la UEPSA, se citan los siguientes:

- Las actividades de la UEPSA deben ser económicas. El exceso de información puede llegar a ser tan perjudicial como la carencia de la misma, y el exceso de controles pueden producir más daño que beneficio para la institución.
- Todas las actividades evaluativas de la institución deben ser importantes y significativas, sobre todo deben estar relacionadas con las metas y objetivos de la UEPSA. Así mismo deben proporcionar a la Gerencia y a las Autoridades información útil.
- Todos los empleados de la UEPSA, deberían proporcionar de información oportuna para uso de la Gerencia y de la Autoridades de la institución,
- Un informe de sugerencias y comentarios emitidos por los empleados, son otra forma de llevar a cabo el control, a través de la estrategia de comunicación interna se hizo la propuesta de que se entregue un formato de comentarios y sugerencias a los empleados, con el fin de que estas sean entregadas cada fin de mes a las autoridades de la institución.
- Es importante concentrar los esfuerzos en el control de atrasos, faltas, entre otros de los empleados, y estudiantes de la institución.
- La información que proviene del proceso evaluativo, dentro de la UEPSA, deberían facilitar la acción. La información evaluativa debe dirigirse a la personas en la empresa que necesitan realizar acciones con base en ella.
- Es muy importante tomar en cuenta que el proceso evaluativo de estrategias dentro de la UEPSA, no debe dominar las decisiones, ya que debe fomentar la comprensión y la confianza mutua.
- Los informes de las estrategias dentro de la UEPSA deben ser sencillos, no complicados y excluyentes.
- Como la UEPSA es una institución pequeña, es recomendable que tanto el Gerente como las Autoridades tengan comunicación diaria con sus empleados, para una mejor comunicación interna.
- La clave para un sistema efectivo de control de las estrategias, puede consistir en convencer a los empleados de toda la institución del cumplimiento de ciertas metas y objetivos, dentro de un periodo determinado.

- Es necesario que se tome en cuenta todos los proyectos y planes propuestos, con el fin de que se cumplan a cabalidad o en su gran mayoría para el buen porvenir de la institución.

### **Retroalimentación.**

Lo que la retroalimentación estratégica muestra es el estado actual de la UEPSA, pues diagnostica los diferentes procesos que sirven de base para guiar en la mejora continua de la institución. El proceso de evaluación de las estrategias está compuesto por tres pasos:

1. Análisis de los factores internos y externos que sustentan las estrategias tomadas en cuenta para la UEPSA.
2. Medición del desempeño organizativo de la UEPSA.
3. Realización de acciones correctivas dentro de la institución.

El fin de estos tres pasos es:

- Analizar las conclusiones obtenidas durante la formulación de las estrategias para la UEPSA.
- Examinar las acciones efectuadas durante la realización de estrategias para la UEPSA.
- Comparar los resultados logrados con los esperados y efectuar los cambios necesarios para el control de las operaciones dentro de la UEPSA.

El proceso de retroalimentación es de suma importancia, ya que la opinión del cliente, sus gustos, necesidades, preferencias y conocer sobre los servicios que la institución ofrece son los que en definitiva nos van a dar la certeza de que la UEPSA, esté llevando a cabo una gestión administrativa y de mercadotecnia eficiente.

Existen herramientas que permiten obtener una retroalimentación a tiempo y actuar rápidamente entre ellas encontramos realizar auditorías estratégicas por la junta de socios de la cooperativa, en el caso del servicio se plantea a través de realización de formatos de quejas y sugerencias, las mismas que servirán como medio para conocer la opinión de los padres de familia. La retroalimentación presenta la ventaja de proporcionar a la institución información importante sobre lo efectivo del esfuerzo de planificación.

El medio de retroalimentación de la institución en lo que a los proyectos se ha propuesto en el presente proyecto se verán reflejadas de forma directa sobre las ventas que la institución realice, por lo que el medio de verificación más idóneo son los reportes de ventas o ingresos, el estado de pérdidas y ganancias.

A demás se puede contar con reportes sobre el incremento de número de estudiantes.

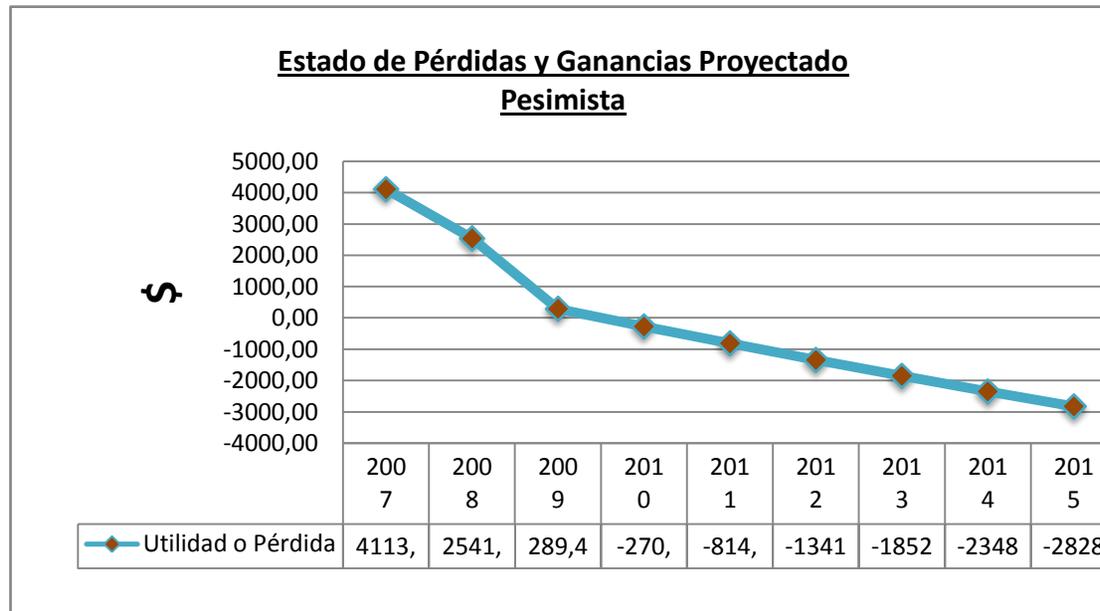
### 5.7 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Sin el Plan de Marketing

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO SIN EL PLAN DE MARKETING PESIMISTA									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS</b>	<b>304563,11</b>	<b>326395,43</b>	<b>345479,31</b>	<b>338569,72</b>	<b>331798,33</b>	<b>325162,36</b>	<b>318659,12</b>	<b>312285,93</b>	<b>306040,21</b>
<b>VENTAS</b>	304563,11	326395,43	345479,31	338569,72	331798,33	325162,36	318659,12	312285,93	306040,21
Pre-Primaria	10376,40	8933,76	9105,5	8923,39	8744,92	8570,02	8398,62	8230,65	8066,04
Primaria	136068,77	140394,44	155027,77	151927,21	148888,67	145910,90	142992,68	140132,83	137330,17
Secundaria	105125,55	114428,43	108704,52	106530,43	104399,82	102311,82	100265,59	98260,28	96295,07
Ventas Almacén	49068,73	50271,03	57408,75	56260,58	55135,36	54032,66	52952,00	51892,96	50855,10
Otros Ingresos	3923,66	12367,77	15232,77	14928,11	14629,55	14336,96	14050,22	13769,22	13493,83
<b>COSTOS Y GASTOS</b>									
Pre-Primaria	12680,82	12498,37	12106,97	11864,83	11627,53	11394,98	11167,08	10943,74	10724,87
Primaria	91175,17	98861,35	103748,73	101673,76	99640,28	97647,47	95694,53	93780,63	91905,02
Secundaria	107567,58	117756,79	132237,67	129592,92	127001,06	124461,04	121971,82	119532,38	117141,73
<b>OTROS COSTOS</b>									
Costos Ventas Almacén	34220,12	37414,92	41648,06	40815,10	39998,80	39198,82	38414,84	37646,55	36893,62
<b>TOTAL OTROS COSTOS</b>	34220,12	37414,92	41648,06	40815,10	39998,80	39198,82	38414,84	37646,55	36893,62
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>									
Gastos del Personal	20918,53	24888,84	24807,12	24559,05	24313,46	24070,32	23829,62	23591,32	23355,41
Servicios de Terceros	30941,09	30288,09	28531,84	28246,52	27964,06	27684,42	27407,57	27133,50	26862,16
Educación	47,47	51,48	113,24	112,11	110,99	109,88	108,78	107,69	106,61
Intereses	0	0,48	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cooperativismo	240,84	288,57	302,03	299,01	296,02	293,06	290,13	287,23	284,36
Depreciaciones	1505,4	857,92	982,09	972,27	962,55	952,92	943,39	933,96	924,62
Financieros	1152,53	940,79	712,14	705,02	697,97	690,99	684,08	677,24	670,47
Centavos	0,33	6,73	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>300449,88</b>	<b>323854,33</b>	<b>345189,91</b>	<b>338840,60</b>	<b>332612,72</b>	<b>326503,92</b>	<b>320511,86</b>	<b>314634,26</b>	<b>308868,88</b>
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE</b>	<b>4113,23</b>	<b>2541,10</b>	<b>289,40</b>	<b>-270,87</b>	<b>-814,40</b>	<b>-1341,56</b>	<b>-1852,74</b>	<b>-2348,32</b>	<b>-2828,67</b>
(-)Hasta el 6% de intereses sobre los certificados de aportación.	-246,79	-152,47	-17,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

<b>= EXCEDENTE ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES</b>	<b>3866,44</b>	<b>2388,63</b>	<b>272,04</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) 15% de Participación a Trabajadores	-579,97	-358,30	-40,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= EXCEDENTE ANTES DE PAGO IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>3286,47</b>	<b>2030,34</b>	<b>231,23</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) 25% Pago Impuesto a la Renta	-821,62	-507,58	-57,81	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE NETO</b>	<b>2464,85</b>	<b>1522,75</b>	<b>173,42</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Los ingresos van a disminuir en un 2% lo que representa 8 estudiantes menos cada año lectivo, y los costos solo van a disminuir en 1%.

**GRAFICO 69: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Pesimista**



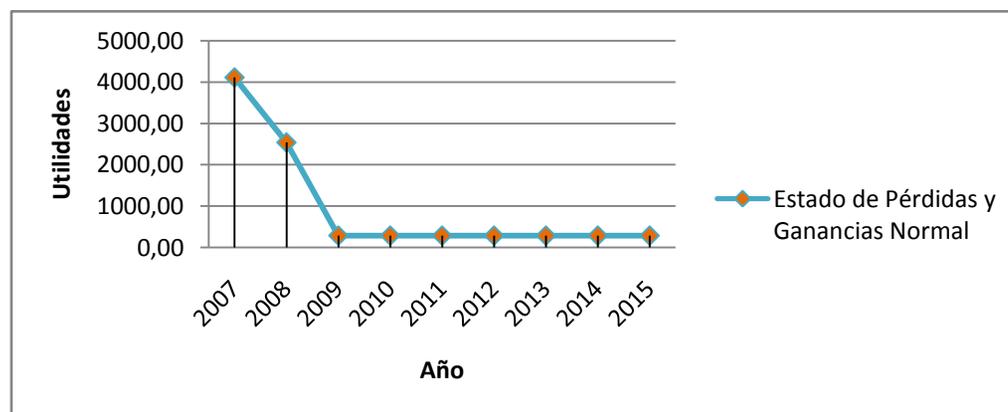
## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO SIN EL PLAN DE MARKETING

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO SIN EL PLAN DE MARKETING NORMAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS</b>	<b>304563,11</b>	<b>326395,43</b>	<b>345479,31</b>						
<b>VENTAS</b>	304563,11	326395,43	345479,31	345479,31	345479,31	345479,31	345479,31	345479,31	345479,31
Pre-Primaria	10376,40	8933,76	9105,5	9105,5	9105,5	9105,5	9105,5	9105,5	9105,5
Primaria	136068,77	140394,44	155027,77	155027,77	155027,77	155027,77	155027,77	155027,77	155027,77
Secundaria	105125,55	114428,43	108704,52	108704,52	108704,52	108704,52	108704,52	108704,52	108704,52
Ventas Almacén	49068,73	50271,03	57408,75	57408,75	57408,75	57408,75	57408,75	57408,75	57408,75
Otros Ingresos	3923,66	12367,77	15232,77	15232,77	15232,77	15232,77	15232,77	15232,77	15232,77
<b>COSTOS Y GASTOS</b>									
Pre-Primaria	12680,82	12498,37	12106,97	12106,97	12106,97	12106,97	12106,97	12106,97	12106,97
Primaria	91175,17	98861,35	103748,73	103748,73	103748,73	103748,73	103748,73	103748,73	103748,73
Secundaria	107567,58	117756,79	132237,67	132237,67	132237,67	132237,67	132237,67	132237,67	132237,67
<b>OTROS COSTOS</b>									
Costos Ventas Almacén	34220,12	37414,92	41648,06	41648,06	41648,06	41648,06	41648,06	41648,06	41648,06
<b>TOTAL OTROS COSTOS</b>	<b>34220,12</b>	<b>37414,92</b>	<b>41648,06</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>									
Gastos del Personal	20918,53	24888,84	24807,12	24807,12	24807,12	24807,12	24807,12	24807,12	24807,12
Servicios de Terceros	30941,09	30288,09	28531,84	28531,84	28531,84	28531,84	28531,84	28531,84	28531,84
Educación	47,47	51,48	113,24	113,24	113,24	113,24	113,24	113,24	113,24
Intereses	0	0,48	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cooperativismo	240,84	288,57	302,03	302,03	302,03	302,03	302,03	302,03	302,03
Depreciaciones	1505,4	857,92	982,09	982,09	982,09	982,09	982,09	982,09	982,09

Financieros	1152,53	940,79	712,14	712,14	712,14	712,14	712,14	712,14	712,14
Centavos	0,33	6,73	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>300449,88</b>	<b>323854,33</b>	<b>345189,91</b>						
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE</b>	<b>4113,23</b>	<b>2541,10</b>	<b>289,40</b>						
(-)Hasta el 6% de intereses sobre los certificados de aportación.	-246,79	-152,47	-17,36	-17,36	-17,36	-17,36	-17,36	-17,36	-17,36
<b>= EXCEDENTE ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES</b>	<b>3866,44</b>	<b>2388,63</b>	<b>272,04</b>						
(-) 15% de Participación a Trabajadores	-579,97	-358,30	-40,81	-40,81	-40,81	-40,81	-40,81	-40,81	-40,81
<b>= EXCEDENTE ANTES DE PAGO IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>3286,47</b>	<b>2030,34</b>	<b>231,23</b>						
(-) 25% Pago Impuesto a la Renta	-821,62	-507,58	-57,81	-57,81	-57,81	-57,81	-57,81	-57,81	-57,81
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE NETO</b>	<b>2464,85</b>	<b>1522,75</b>	<b>173,42</b>						

En este escenario no existe incremento de ingresos y se trata de mantener los costos y gastos.

**GRAFICO 70: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Normal**



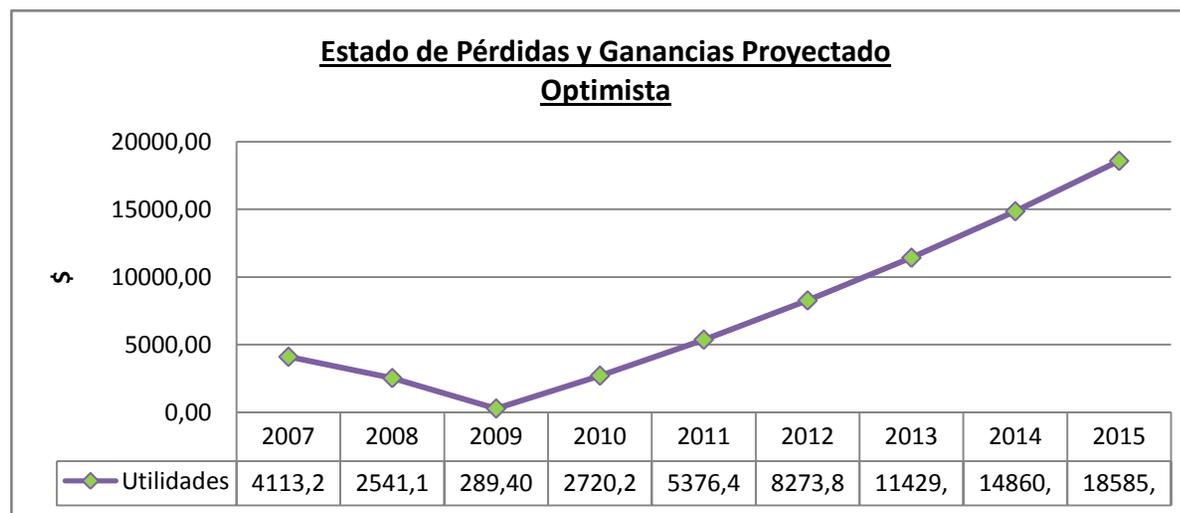
### 5.9 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Con el Plan de Marketing

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO CON EL PLAN DE MARKETING OPTIMISTA</b>									
	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>304563,11</b>	<b>326395,43</b>	<b>345479,31</b>	<b>362753,28</b>	<b>380890,94</b>	<b>399935,49</b>	<b>419932,26</b>	<b>440928,87</b>	<b>462975,32</b>
<b>VENTAS</b>	304563,11	326395,43	345479,31	362753,28	380890,94	399935,49	419932,26	440928,87	462975,32
Pre-Primaria	10376,40	8933,76	9105,5	9560,78	10038,81	10540,75	11067,79	11621,18	12202,24
Primaria	136068,77	140394,44	155027,77	162779,16	170918,12	179464,02	188437,22	197859,08	207752,04
Secundaria	105125,55	114428,43	108704,52	114139,75	119846,73	125839,07	132131,02	138737,57	145674,45
Ventas Almacén	49068,73	50271,03	57408,75	60279,19	63293,15	66457,80	69780,69	73269,73	76933,22
Otros Ingresos	3923,66	12367,77	15232,77	15994,41	16794,13	17633,84	18515,53	19441,30	20413,37
<b>COSTOS Y GASTOS</b>									
Pre-Primaria	12680,82	12498,37	12106,97	12627,57	13170,56	13736,89	14327,58	14943,66	15586,24
Primaria	91175,17	98861,35	103748,73	108209,93	112862,95	117716,06	122777,85	128057,30	133563,76
Secundaria	107567,58	117756,79	132237,67	137923,89	143854,62	150040,37	156492,10	163221,26	170239,78
<b>OTROS COSTOS</b>									
Costos Ventas Almacén	34220,12	37414,92	41648,06	43438,93	45306,80	47254,99	49286,96	51406,30	53616,77
<b>TOTAL OTROS COSTOS</b>	<b>34220,12</b>	<b>37414,92</b>	<b>41648,06</b>	<b>43438,93</b>	<b>45306,80</b>	<b>47254,99</b>	<b>49286,96</b>	<b>51406,30</b>	<b>53616,77</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>									
Gastos del Personal	20918,53	24888,84	24807,12	25873,83	26986,40	28146,82	29357,13	30619,49	31936,12
Servicios de Terceros	30941,09	30288,09	28531,84	29758,71	31038,33	32372,98	33765,02	35216,92	36731,24
Educación	47,47	51,48	113,24	118,11	123,19	128,49	134,01	139,77	145,78
Intereses	0	0,48	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cooperativismo	240,84	288,57	302,03	315,02	328,56	342,69	357,43	372,80	388,83
Depreciaciones	1505,4	857,92	982,09	1024,32	1068,37	1114,31	1162,22	1212,20	1264,32
Financieros	1152,53	940,79	712,14	742,76	774,70	808,01	842,76	879,00	916,79

Centavos	0,33	6,73	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>300449,88</b>	<b>323854,33</b>	<b>345189,91</b>	<b>360033,08</b>	<b>375514,50</b>	<b>391661,62</b>	<b>408503,07</b>	<b>426068,70</b>	<b>444389,66</b>
<b>EXCEDENTE BRUTO</b>	<b>4113,23</b>	<b>2541,10</b>	<b>289,40</b>	<b>2720,20</b>	<b>5376,44</b>	<b>8273,86</b>	<b>11429,19</b>	<b>14860,17</b>	<b>18585,66</b>
(-)Hasta el 6% de intereses sobre los certificados de aportación.	-246,79	-152,47	-17,36	-163,21	-322,59	-496,43	-685,75	-891,61	-1115,14
<b>= EXCEDENTE ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES</b>	<b>3866,44</b>	<b>2388,63</b>	<b>272,04</b>	<b>2556,99</b>	<b>5053,85</b>	<b>7777,43</b>	<b>10743,44</b>	<b>13968,56</b>	<b>17470,52</b>
(-) 15% de Participación a Trabajadores	-579,97	-358,30	-40,81	-383,55	-758,08	-1166,61	-1611,52	-2095,28	-2620,58
<b>= EXCEDENTE ANTES DE PAGO IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>3286,47</b>	<b>2030,34</b>	<b>231,23</b>	<b>2173,44</b>	<b>4295,78</b>	<b>6610,82</b>	<b>9131,92</b>	<b>11873,28</b>	<b>14849,94</b>
(-) 25% Pago Impuesto a la Renta	-821,62	-507,58	-57,81	-543,36	-1073,94	-1652,70	-2282,98	-2968,32	-3712,49
<b>PÉRDIDA O EXCEDENTE NETO</b>	<b>2464,85</b>	<b>1522,75</b>	<b>173,42</b>	<b>1630,08</b>	<b>3221,83</b>	<b>4958,11</b>	<b>6848,94</b>	<b>8904,96</b>	<b>11137,46</b>

Los ingresos van aumentar en un 5% y los costos y gastos van aumentar a 4.30%, esto con el fin de optimizarlos.

**GRAFICO 71: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Optimista**



### **Razones por los cuáles van a incrementar los ingresos de la UEPSA.**

- La demanda estudiantil en el Cantón Rumiñahui, ha ido creciendo en los últimos años.
- Existe limitación de cupos para ingresar a los colegios fiscales administrados por el gobierno.
- Si se cumple a cabalidad con las estrategias propuestas, la institución crecerá notablemente según las proyecciones.
- Las proyecciones son justificadas en lo siguiente, en el año 2006 se llegó a tener un total de 431 estudiantes, entonces eso quiere decir que si una vez existieron tantos alumnos la institución puede llegar a contar con los mismos y más, si aplica varias de las estrategias propuestas.
- El 5% de crecimiento fue estimado en base a que en el año lectivo anterior (2009-2010) la UEPSA terminó con 401 estudiantes, y en el año lectivo actual (2010-2011) el número de alumnos ha incrementado a 416, y estimo que hasta el fin de año se llegue a los 220 estudiantes.
- La institución va a fortalecer la calidad académica, tratando de mantener el nivel de precios actuales.
- El precio de la Unidad Educativa es bajo en relación al de otras instituciones de la misma índole en el Cantón y en la Ciudad de Sangolquí.
- La Unidad Educativa resume sus esfuerzos en el ámbito humano y valores.
- Se va a realizar una publicidad below the line, esto quiere decir que sus costos son muy reducidos, pero esto no quiere decir que la publicidad sea mala, sino que se van a optimizar los recursos, y las actividades a ejecutarse se van a realizar de la manera más adecuada.
- Se entregarán hojas volantes directamente en las viviendas antes y durante el periodo de matrículas, para que no sean botadas a la basura y olvidadas.
- Ya no se va a invertir en la publicidad televisiva y radial, debido a que apenas el 3% de los padres de familia encuestados y estudiantes se enteraron del servicio académico a través de estos medios.

- Se buscarán alianzas estratégicas de carácter académico con las Universidades más acudidas por los estudiantes egresados de los años anteriores.
- Los empleados de la institución aprenderán a tratar con los clientes (padres de familia, estudiantes, y la comunidad), de una manera adecuada.
- Los ejecutores de todas las actividades, del plan de marketing van a ser los empleados de la institución, con excepción del curso de capacitación de atención y servicio al cliente.
- Se logrará mejorar la imagen de la institución, como una unidad de prestigio que saca estudiantes con excelencia académica y humana al ámbito universitario y laboral.
- Se darán a conocer los logros de la unidad a toda la comunidad, con el fin de que se promocióne a la institución.
- Se promocionará de una mejor manera a la institución.
- Entre otros aspectos que ya se encuentran detalladas en el plan de marketing.

### **Razones por las cuáles se estiman que los gastos van a ir disminuyendo**

1. Una de las razones por las cuáles los gastos van a disminuir es porque en el ámbito del servicio educativo se puede optimizar el personal, incrementado el número de estudiantes, por ejemplo se paga a un docente para que de su clase a 20, 30 o 40 estudiantes, todo depende de que se logre cubrir con la capacidad instalada, de cada uno de los cursos.
2. Se optimizarán todos los recursos de la institución.
3. Se optimizará el gasto que se realiza en personal, ya que muchas de las veces las mismas autoridades por ser allegados o conocidos a ellos, les hacen ganar un sueldo en vano. Por ejemplo hay dos médicos, cuando tranquilamente se podría contar con uno solo, incrementándole un poco % al sueldo, pero despidiendo al otro.
4. Se tratará de controlar el contrato ocasional que se realiza en la institución.

5. Se designarán actividades a los mismos empleados y se optimizará el recurso económico, Por ejemplo la maestra de religión administrará la biblioteca y de esa manera se deja de pagar un sueldo a la persona encargada de este departamento.
6. Ya no se gastará en el marketing televisivo y radial que se hacía y se pagaba 2000\$ por este, el mismo que a través de un estudio se pudo determinar que no ha servido de nada a la institución.
7. Se va a trabajar bajo proformas, con el fin de seleccionar a los proveedores que otorguen un servicio de calidad con proformas más económicas. Por ejemplo pedir proformas del servicio de mantenimiento y actualización de PC's para según esto escoger al que menos costo cobre por este trabajo.
8. Se va hacer un análisis profundo de todos los gastos, con el fin de determinar desfalcos económicos.

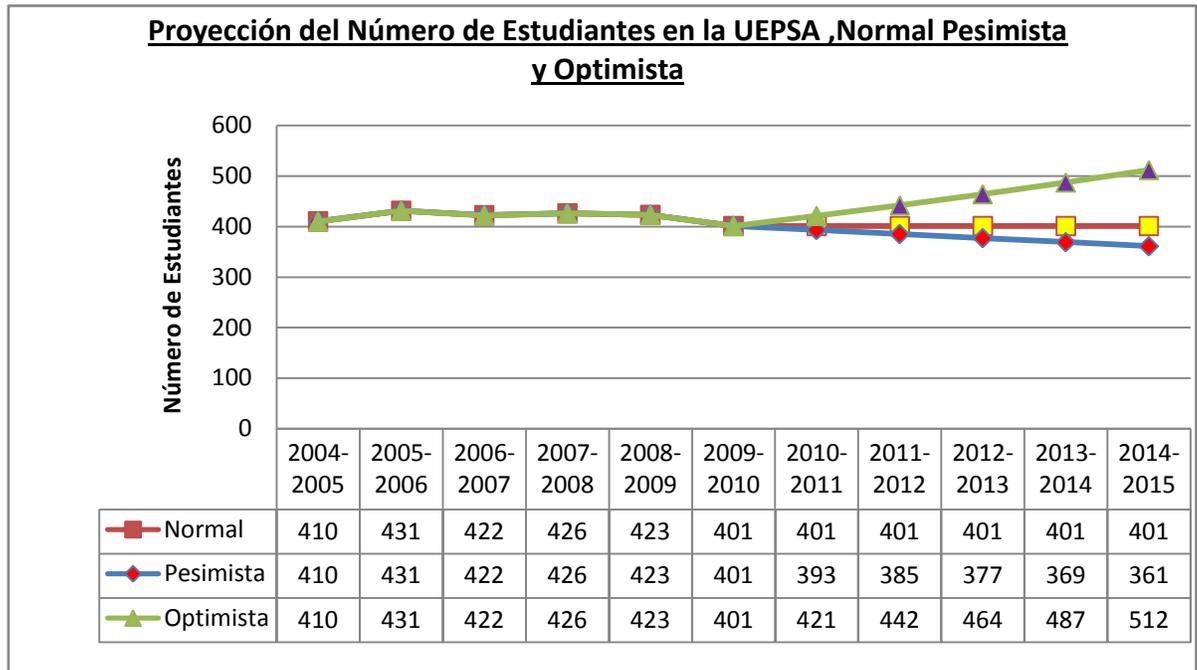
### **Razones por las cuáles han disminuido los estudiantes en los últimos años.**

Realmente existen varias razones significativas por las cuáles han ido disminuyendo los estudiantes de la UEPSA.

1. Crecimiento frecuente de la competencia.
2. Cierta número de padres de familia se quejan de las atenciones que han recibido cuando han asistido a la institución, y en su gran mayoría nombran al Departamento del Almacén, ya que dicen que la persona que atiende en dicho departamento ha sido muy grosera y poco atenta para atender el lugar.
3. El precio de la pensión ha ido incrementado en los últimos años y eso ha provocado que se retiren algunos estudiantes, debido a la crisis económica y falta de trabajo.
4. La calidad de educación en el nivel secundario ha ido deteriorándose en los últimos años, debido a que: Muchos estudiantes ya egresados han tenido muchas dificultades para ingresar a la universidad, lo cuál se ve reflejado en la falta de exigencia académica por parte de los docentes de la institución a los mismos.

5. La poca exigencia que piden los docentes del nivel secundario a los estudiantes, lo que les conduce al facilismo y a la mediocridad, y luego esto se ve reflejado en la Universidad. Existe muchas facilidades para el ciclo secundario
6. Los temas académicos de la UEPSA, están retrasados en comparación a otras instituciones.
7. Los maestros no son atentos para atender a los padres de familia y muchas de las veces son groseros y déspotas.
8. Otra razón por la cual se han retirado muchos estudiantes se debe a que en la UEPSA con mucha frecuencia solicitan dinero y eso no les parece a los padres de familia.
9. Los estudiantes se han cambiado de casa a un lugar más lejano, pero dentro del cantón Rumiñahui, y ha sido más difícil de que se inscriban nuevamente en la UEPSA.
10. La desigualdad en el trato a los estudiantes, ya que existe preferencia a los hijos de los empleados y socios de la institución.
11. Los estudiantes del año lectivo 2008-2009 de 7mo de básica manifestaron a verse cambiado de colegio, en su mayoría debido al temor de que les toque con el Lic. Gaspar Bolagay, ya que afirman que les acababa psicológicamente, era una persona muy grosera y poco comprensiva.
12. Existe mucha dificultad para relacionarse por parte del Sr. Profesor Jorge Terán con los estudiantes, especialmente del nivel primario, ya que es una persona que trata temas de adultos.
13. Los estudiantes del ciclo básico manifestaron tener una serie de dificultades con la maestra de Inglés Verónica Chacón, debido a que no le entienden la metodología de enseñanza, es muy gritona y se enoja con facilidad cuando se le pregunta algo que no se ha entendido. Aproximadamente el 60% de los estudiantes encuestados en el ciclo básico no le entienden la manera de enseñar de la maestra de Inglés Verónica Chacón.
14. No se ha promocionado de una manera adecuada a la institución, por lo cual la competencia se aprovechado de esto para sacar ventajas.

**GRAFICO 72: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado Escenario Pesimista, Normal y Optimista**



Como se puede observar en el gráfico he realizado una proyección del número de estudiantes en los tres escenarios, (Normal, Pesimista y Optimista).

En el escenario Normal como se puede observar el gráfico a partir del año lectivo 2009-2010 se mantendrá el número de estudiantes, ni subirá ni bajará, se mantendrá constantes.

El escenario Pesimista, ocurrirá si no se producen cambios o propuestas significativas para el bienestar de la institución se tendrá una baja del 2% anual en número de estudiantes, y por ende en vez de incrementar los ingresos los mismos bajarán y los gastos irán subiendo con el pasar de los años.

En cambio en el escenario Optimista se proyecta un incremento del 5% anual en el número de estudiantes y por ende de los ingresos, esto justificado en que en el año lectivo actual, 2010-2011, ha incrementado a 415 estudiantes.

Hay que recalcar que algunas de las propuestas que están en el Plan de Marketing, ya se están aplicando en el presente año lectivo, debido a que ya he planteado algunas de estas para empezar el año actual.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1- Conclusiones

- En el mundo actual en el que vivimos la educación representa y desempeña un papel muy importante dentro de una sociedad, es por eso que la UEPSA se está preocupando por mejorar la calidad en el servicio educativo que actualmente ofrece en el mercado, tratando así buscar mecanismos de diferenciación los mismos que le permitan competir con las otras instituciones del Cantón.
- En el capítulo dos se realizó una investigación del mercado actual de la institución, a través del cual se pudo determinar que la UEPSA, ha estado gastando de gana 2000\$ anuales en publicidad televisiva y radial, lo cuál no ha tenido un impacto positivo para la institución, debido a que apenas el 3% de los encuestados se han enterado de la UEPSA por estos medios.
- Internamente la UEPSA, posee fortalezas acertadas, como la seguridad interna, la excelente infraestructura, promueve una educación regida a valores, capacitación frecuente a sus empleados, es una de las instituciones más antiguas y reconocidas en el mercado, las mismos que permiten crecer progresivamente a la institución, al mismo tiempo como toda empresa e institución, padecen debilidades como problemas con la atención a los clientes (padres de familia – estudiantes), falta de un informe minucioso por parte del departamento de contabilidad, los estudiantes no tienen hábitos de estudio, existe mucha rivalidad e hipocresía dentro del grupo de trabajadores, entre otros. Externamente existen oportunidades, las mismas que evidentemente favorecerán a la institución, como las tendencias de crecimiento de la población en el área urbana, aparición de nuevas tecnologías y estrategias para enseñar a los estudiantes, se pueden ofrecer servicios adicionales relacionados con el servicio educativo, limitación de cupos en colegios fiscales, en cambio hay amenazas que limitan el desenvolvimiento de la institución, como la fuerte y

aparición continua de la competencia, la inestabilidad política, económica y laboral del país.

- Los objetivos de marketing propuestos en el capítulo cinco permitirán que la UEPSA mejore su posición institucional actual y distribuya su presupuesto de publicidad en los tiempos y lugares adecuados, para la optimización de sus recursos económicos, logrando así hacer frente a las amenazas y debilidades que la institución pueda incurrir y así poder diferenciarse de instituciones educativas rivales.
- No existe un amplio conocimiento de la misión, visión y objetivos, por parte de todos los colaboradores de la institución, es por eso que muchos no entregan todo su esfuerzo y entrega al desarrollo de las actividades y programas implantados por las autoridades de la institución.
- La elaboración de este plan estratégico de marketing para la UEPSA, permitirá que su personal se sienta más involucrado con la institución y con los objetivos planteados, estableciéndose un medio de comunicación interno más eficiente, permitiendo una retroalimentación, un clima organizacional correcto y un mejor crecimiento continuo para la institución.
- Después de haber analizado a la institución educativa se ha visto que en los últimos cinco años el número de estudiantes ha ido bajando significativamente, debido a muchos factores, entre los más importantes se puede mencionar a los siguientes: la deficiente atención al cliente (padre de familia- estudiante), la facilidad con la que aprueban el año los estudiantes del nivel secundario, los temas académicos son más vinculados a lo clásico - tradicional y no a lo real y actual, muchos de los egresados tienen problemas para ingresar a universidades, tales como politécnicas y universidades públicas, entre otros. Con los objetivos propuestos, se estima que a través de una orientación estratégica adecuada se logrará la satisfacción de las necesidades y expectativas de la institución y sus clientes.
- En el capítulo número cinco se formularon estrategias de marketing orientadas al cumplimiento de los objetivos de marketing desarrollados, las mismas que

permitirán a taca las debilidades y amenazas de la empresa, así como aprovechar las fortalezas y oportunidades.

- El plan estratégico de marketing propuesto será útil solo si es llevado a cabo de una manera eficiente, por lo tanto ayudará al cumplimiento de los objetivos de la institución, con la ayuda de las estrategias formuladas.

## **6.2- Recomendaciones**

- Se recomienda a todos los empleados de la institución, esto quiere decir (autoridades, personal administrativo, docente, y de limpieza), tener un trato más adecuado a con el cliente (padres de familia – estudiantes), siempre mostrando cordialidad, amabilidad, respeto y consideración, ya que ellos son la mejor inversión en publicidad que el plantel podría realizar.
- Se recomienda que se tome muy en cuenta la contratación de un psicólogo infantil, debido a que el mayor número de estudiantes que tienen problemas de diferente índole en la institución se encuentran localizados en el nivel primario o más conocido como la escuela, para que de esta manera se facilite varias gestiones para los mismos estudiantes, profesores y padres de familia.
- Se recomienda a la UEPSA realizar controles continuos periódicos a base de un cuadro de mando integral, ya que esta herramienta permite mostrar cuando una empresa y sus empleados alcanzan los resultados definidos por un plan estratégico de marketing.
- Hay que entender que el acceso a la información constituye un factor y una ventaja competitiva muy importante entre las personas que la tienen y las que no la tienen, ya que una persona informada puede tomar más y mejores decisiones para cumplir con los objetivos, y por ende es necesario que los empleados de la empresa conozcan con profundidad la filosofía de la institución y las estrategias que se van a realizar.
- Ofrecer una mejor educación, esto quiere decir concentrar todos los esfuerzos siempre en la calidad y excelencia, para esto es muy importante dejar de lado los facilismos que se dan a los estudiantes, especialmente del nivel secundario y

sobre todo lograr que los alumnos aprendan y capten de una manera positiva e integral los conocimientos impartidos en las clases, consiguiendo que los mismos puedan desenvolverse con facilidad en la sociedad.

- Comprometer a los padres de familia a que se involucren con el proceso educativo de sus hijos, pero siempre respetando las normas y reglas implantadas por las autoridades de la institución, esto quiere decir que se debe considerar al padre de familia, pero no permitir que se entrometa con las decisiones de las autoridades de la institución.
- Educar e informar del servicio y beneficios de este de una mejor manera a los padres de familia y estudiantes, especialmente si son nuevos en la institución, ya que la mayoría de las veces un cliente en la primera visita se lleva una buena o mala impresión de una empresa o institución.
- La UEPSA debe mejorar su atención en conocer las necesidades y expectativas de los clientes, debido a que estas cambian constantemente por los avances educativos que se producen.
- La institución debe promocionar bachilleres de calidad, con el fin de que no tengan problemas al momento de salir al ámbito universitario, para esto se recomienda establecer una alianza estratégica entre la institución y las universidades más concurridas por los egresados de la institución y este consiste en indagar los temarios que se les aplican a los aspirantes a las universidades más y en base a esto programar los temas de clases a dictar dentro de la UEPSA, especialmente en los últimos años de colegio (5to y 6to curso).
- Se recomienda a todos los docentes de la UEPSA a que se actualicen en los aspectos bibliográficos, debido a que hoy en día las universidades se enfocan a temas relacionados con la actualidad y están dejando de lado lo tradicional.
- Realizar la retroalimentación del Plan Estratégico de Marketing de la UEPSA periódicamente, debido a que los resultados que se obtienen modifican las acciones que la institución tenga que tomar a futuro.
- Mantener informado los clientes actuales y a la comunidad del servicio educativo y de los servicios complementarios que ofrezca, para esto es necesario que se utilicen las ventajas de la informática al facilitar la creación de folletos

llamativos, al permitir un marketing masivo y directo y de la utilización de la página Web existente en la institución.

- Dejar de gastar los 2000\$ anuales en la publicidad en televisión y radio, debido a que apenas el 4% de padres de familia y estudiantes se han enterado de los servicios educativos que ofrece la UEPSA en el mercado a través de estos.
- Se considera necesario que se tome muy en cuenta la creación de un Manual de Reclutamiento Interno, para que los nuevos empleados que lleguen a ser parte de la institución sean seleccionados de una manera efectiva y eficiente, con esto se logrará mejorar la calidad del talento humano.

### **6.3- Bibliografía**

#### **Libros**

- MÉNDEZ, Carlos, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, 3<sup>ra</sup>. Edición, Editorial Mc Graw Hill, Colombia, 2001.
- GALARZA, Enrique, Metodología de la Investigación, 4<sup>ta</sup>. Edición, Editorial Vértice Studio, Quito, 1998.
- HITT, Michael, Administración Estratégica, Conceptos, Competitividad y Globalización, Bogotá 2001.
- CARVAJAL Norma, Cómo elaborar y presentar un trabajo escrito, Colombia 2000
- FERRER Julia, La Educación comparada actual, Barcelona, 2002.
- GUILTINAN, Joseph, Gerencia de Marketing: estrategias y programas, 6<sup>a</sup>. Edición, Bogotá, 2001.
- KOTHLER, Philip, Marketing, 8<sup>va</sup>. Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2001.
- HARTLINE, Michael, Estrategias de Marketing, 2<sup>da</sup> edición, México 2002.
- STATON, William, y otros, Fundamentos de Marketing, 13<sup>va</sup>. Edición, Editorial Mc Graw Hill- Interamericana, México, 2003.

- FRED, David, Conceptos de Administración Estratégica, 9<sup>na</sup>. Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2003.
- FRED, David, Conceptos de Administración Estratégica, 11<sup>va</sup> .Edición, Editorial Pearson Prentice Hall, México, 2008.
- HOFFMAN, Douglas, Fundamentos de Marketing de Servicios: conceptos, estrategias y casos, 2da.ed. México 2002.
- AMBROSIO, Vicente, Plan de Marketing, paso a paso, 2<sup>da</sup>. Edición, Editorial Pearson, Bogotá- Colombia, 2000.
  
- LAMBIN, Jean, Marketing Estratégico, 3<sup>ra</sup>. Edición, Editorial Mac Graw Hill Internacional, España, 2003.
- NARESH, Malhotra, Investigación de Mercados, 5<sup>ta</sup> Edición, Editorial Mc Graw Hill, Bogotá- Colombia, 2003.
- MARCILLO, Segundo, Legislación Educativa”, Editorial Orión, Quito- Ecuador.
- SANCHEZ Víctor, Investigación Científica en Educación Quito 1988.
- “El Marketing”, Diccionario Profesional de Marketing, 1999.
- CHIRIBOGA-LUIS, “Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano”, Poligráficas.

#### **Internet.**

- [http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu\\_est/est\\_eco/ind\\_eco/ipc](http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ipc).
- <http://www.bce.fin.ec>.
- [www.eafit.edu.co/planeacion/sistemaCalidad/](http://www.eafit.edu.co/planeacion/sistemaCalidad/)

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Formato de Encuesta aplicada a los Estudiantes de Primaria

(2009-2010)

### 1¿Conoces el Logotipo de la UEPSA?

SI..... NO.....

### 2¿Cómo te sientes dentro de la Escuela?

a) Excelente... b) Muy Bien.....c) Bien..... d) Mal..... e) Regular.....

Por qué?.....

### 3¿Cómo te llevas con tus maestros?

a) Excelente..... b) Muy Bien..... c) Bien..... d) Mal..... e)  
Regular.....

Por qué?.....

### 4-¿Te gusta venir a la escuela?

SI..... NO.....

Por qué?.....

### 5¿Tienes problemas con algún(os) profesores?

SI..... ¿Cuál  
(es)?.....

Por qué?.....

NO.....

### 6- Califica cada una de las siguientes asignaturas, según el grado de dificultad para ti, y explica por qué le pusiste esa calificación.

#### 6.1 Matemáticas.

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué?.....

#### 6.2 Informática.

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**6.3 Inglés.**

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**7¿Qué es lo que más te gusta hacer en la escuela y por qué?**

.....

**8¿Qué es lo que más te gusta de la escuela y Por qué?**

.....

**9¿Qué es lo que menos te gusta de la escuela y por qué?**

.....

**10¿Qué te gustaría que tenga la escuela, a parte de lo que ya tiene, para que esta se ponga más bonita y ofrezca un mejor servicio.**

.....

**Anexo2: Formato de Encuesta aplicada a los Estudiantes de Secundaria**

**(2009-2010)**

**1¿En qué curso estás?**

.....

**2¿Cómo te enteraste de los servicios educativos que ofrece la UEPSA?**

a) Por la televisión... b) Por la radio.... c) Por la prensa... d) Por un familiar.....

e) Por medio de un conocido..... f) Otra opción.....

**3¿Qué es lo que más te llama la atención del logotipo y por qué?**

a) Los Laureles..... b) El mensaje..... c) El Color..... d) El Diseño.....

e) El tipo de letra.....

Por qué? .....

**4- La atención que recibes como estudiante por parte de la UEPSA es:**

a) Excelente... b) Muy Buena... c) Buena..... d) Mala..... e) Regular.....

Por qué? .....

**5- Califica el servicio que recibes por parte de los miembros que conforman el bar de la institución.**

a) Excelente... b) Muy Bueno.... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**6- Califica la infraestructura que posee la institución.**

a) Excelente.... b) Muy Buena.... c) Buena.... d) Mala..... e) Regular.....

Por qué? .....

**7- Califica la relación que tienes con tus maestros.**

a) Excelente... b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8- Evalúa el desempeño de los siguientes departamentos y menciona el por qué de su calificación.**

Califica cada uno de los departamentos. (Marca con una X la calificación y responde por qué la escogiste)

**8.1- Departamento de Contabilidad**

a) Excelente..... b) Muy Bueno... c) Bueno.... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.2- Departamento del DOBE (Orientación y Bienestar Estudiantil)**

a) Excelente... b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.3- Departamento de Dirección.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.4- Departamento de Inspección.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.5- Departamento Médico.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.6- Departamento Odontológico.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno... c) Bueno.... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.7- Departamento del Rectorado.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.8- Departamento de Secretaría.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**8.9-Departamento del Vicerrectorado.**

a) Excelente... b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo..... e) Regular.....

Por qué? .....

**9¿ Califica cada una de las siguientes asignaturas, según el grado de dificultad que tienes para comprenderlas y aprenderlas.**

(Marca con una X la calificación y responde por qué la escogiste)

**9.1 Matemáticas.**

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**9.2 Informática.**

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**9.3 Inglés.**

a) Muy Fácil..... b) Fácil..... c) Difícil..... d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**9.4 Física.**

- a) Muy Fácil...    b) Fácil.....    c) Difícil.....    d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**9.5 Química.**

- a) Muy Fácil.....    b) Fácil.....    c) Difícil.....    d) Muy difícil.....

Por qué? .....

**10¿Cómo calificarías la calidad de enseñanza de la UEPSA y por qué?**

- a) Excelente..... b) Muy Buena... c) Buena.... d) Mala..... e) Regular.....

Por qué? .....

**11¿Qué es lo que más te gusta de la UEPSA y Por qué?**

.....

**12¿Qué es lo que menos te gusta de la UEPSA y por qué?**

.....

**13¿Qué otros servicios consideras debería ofrecer la UEPSA a parte del que ofrece actualmente?**

.....

**14¿Qué alternativa(s) propondrías para que mejore el servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado?**

.....

**Anexo3: Formato de Encuesta aplicada a los Padres de Familia**

**(2009-2010)**

**1¿Cómo se enteró del servicio educativo que ofrece la UEPSA?**

- a) Por la televisión...    b) Por la radio...    c) Por la prensa.....    d) Por un familiar.....  
e) Por medio de un conocido.....    f) Otra opción.....

**2-¿Actualmente cuántos hijos tiene estudiando en la Institución?**

- a) 1 hijo..... b) 2 hijos..... b) 3 hijos..... b) más de 3 hijos.....

**3-¿Evalúe los siguientes aspectos que conforman la UEPSA y explique el por qué de su calificación?**

**3.1- La atención que le brinda la UEPSA, cuando usted asiste a esta es:**

- a) Excelente.....b) Muy Buena... c) Buena..... d) Mala.....e) Regular.....

**Por qué?** .....

**3.2- La infraestructura que posee la UEPSA es:**

- a) Excelente..... b) Muy Buena... c) Buena..... d) Mala..... e) Regular.....

**Por qué?** .....

**4- Califique el precio, tomando en cuenta la calidad del servicio educativo que ofrece la UEPSA**

- a) Alto..... b) Medio Alto..... c) Justo..... d) Bajo.....

**5- Califique la calidad del servicio educativo que brinda la UEPSA y explique el por qué de esa calificación.**

- a) Excelente... b) Muy Buena.....c) Buena... d) Mala.....e) Regular...

**Por qué?** .....

**6- La atención que usted recibe por parte de los maestros cuando necesita hablar o relacionarse con ellos es:**

- a) Excelente.....b) Muy Bueno... c) Bueno..... d) Malo.....e) Regular.....

**Por qué?** .....

**7¿Considera usted que la UEPSA es una institución capaz de brindar eficientemente el servicio educativo y satisfacer sus expectativas?**

SI..... Por qué?.....

NO..... Por qué?.....

**8¿Qué es lo que más le gusta de la institución y por qué?**

.....

**9¿Qué es lo que menos le gusta de la institución y por qué?**

.....

**10¿Qué otros servicios considera usted, que la UEPSA debería ofrecer a parte del que actualmente ofrece?**

.....

**11¿Qué alternativa(s) propondría usted para que mejore el servicio educativo que ofrece la UEPSA en el mercado?**

.....

#### **Anexo 4: Formato de Encuesta aplicada a los Empleados de la UEPSA.**

**1-¿Qué cargo ocupa usted en la UEPSA o en la Cooperativa?**

.....

**2-¿Considera usted que existe la adecuada motivación para los empleados de la UEPSA?**

SI..... Por qué?

.....

NO..... Por qué?

.....

**3-¿Cómo se siente anímicamente dentro de la UEPSA?**

a) Excelente..... b) Muy Bien..... c) Bien..... d) Mal..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**4-¿Cómo calificaría la relación interpersonal que tiene usted con sus compañeros de trabajo y justifique el por qué de su calificación?**

a) Excelente..... b) Muy Buena..... c) Buena..... d) Mala..... e)  
Regular.....

**Por qué?**  
.....

**5- Si tuviera la oportunidad de recibir capacitación. ¿Qué temas de capacitación considera que necesitaría y por qué?**

**6-¿Cuenta usted con los materiales, insumos, instrumentos, entre otros, necesarios para realizar su trabajo con eficiencia?**

SI.....

NO..... ¿Qué considera usted que le hace falta para realizar su trabajo de una manera más eficiente?  
.....

**7- Evalúe el desempeño de los siguientes departamentos y mencione el por qué de su calificación.**

**(Marque con una X la respuesta para calificar a cada uno de los departamentos)**

**7.1- Departamento de Contabilidad.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**  
.....

**7.2- Departamento del DOBE (Orientación y Bienestar Estudiantil).**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**  
.....

**7.3- Departamento de Dirección.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**  
.....

**7.4- Departamento de Inspección.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**7.5- Departamento Médico.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**7.6- Departamento Odontológico.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**7.7- Departamento del Rectorado.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**7.8- Departamento de Secretaría.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**7.9- Departamento del Vicerrectorado.**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**8¿Qué es lo que más le gusta de la UEPSA y por qué?**

**9¿Qué es lo que menos le gusta de la UEPSA y por qué?**

**10¿Qué alternativa(s) propondría usted para el fortalecimiento de la imagen institucional, y para el logro del liderazgo en el servicio educativo que ofrece la institución?**

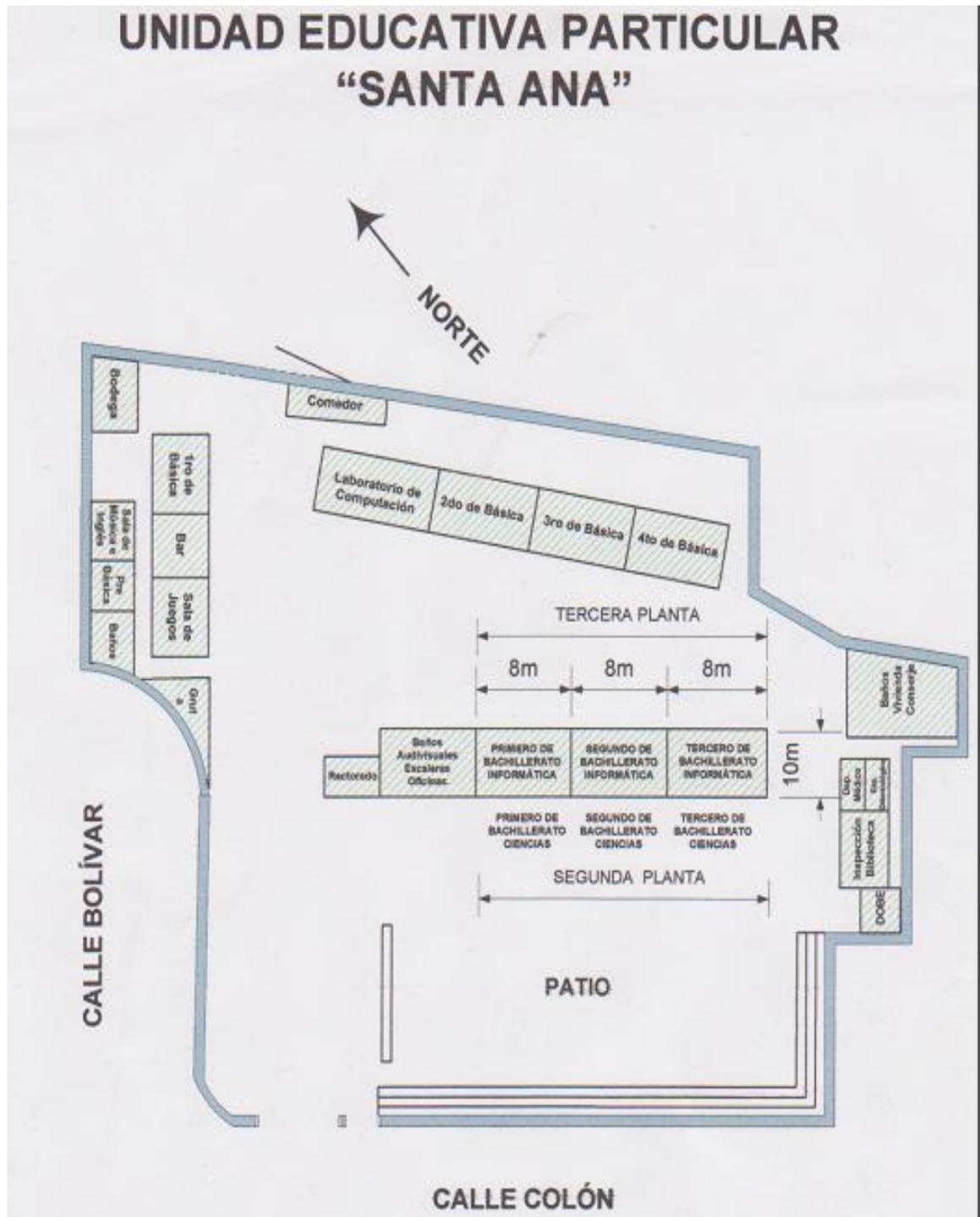
**11-¿Según usted el futuro de la UEPSA será?**

a) Excelente..... b) Muy Bueno..... c) Bueno..... d) Malo..... e)  
Regular.....

**Por qué?**

.....

**Anexo 5: Croquis Interno de la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”**



**Fuente:** UEPSA, Plan Estratégico de la Institución.  
**Elaborado por:** UEPSA.

**Anexo 6: Croquis Externo de la Unidad Educativa Particular “Santa Ana”**



**Fuente:** UEPSA, Plan Estratégico de la Institución.

**Elaborado por:** UEPSA.