



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

TÍTULO DE LA TESIS
DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MÁRKETING
PARA LA UNIDAD EDUCATIVA
“ISAAC PITMAN”

MAESTRANTE:
DR. LENIN JÁCOME PAREDES

DIRECTOR DE TESIS:
Ing. JUAN LASCANO POLO M.B.A. Msc

QUITO – ECUADOR

2011 - 2012

CERTIFICA

Qué, el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por tanto, autorizo la presentación de esta tesis, la misma que está de acuerdo a las normas establecidas por el reglamento de la Universidad.

Quito, 9 de noviembre de 2011

MBA. Juan Lascano Polo
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

LA PRESENTE TESIS DEDICO A MI MADRE ROSITA, A MI ESPOSA SANDRITA Y A MI HIJO DERECK QUE DURANTE TODO ESTE TIEMPO TUVIERON PACIENCIA Y SUPIERON BRINDARME TODA LA AYUDA E INSETIVARME PARA ALCANZAR MIS OBJETIVOS, SER MEJOR EN MI VIDA PROFESIONAL Y ÚTIL A LA SOCIEDAD CON VERDAD Y SABIDURÍA.

LENIN JÁCOME PAREDES

AGRADECIMIENTO

Con este trabajo quiero exteriorizar el testimonio ferviente de mi sincero agradecimiento a Dios, quién ilumina mi sendero en la vida.

Un profundo reconocimiento a la Universidad Tecnológica Israel, Facultad de Administración de Empresas por brindarme todos los conocimientos de calidad, que me permitirán actual con solvencia y prestigio en mi vida.

Mi agradecimiento a todos los docentes, quienes han sido nuestros guías y orientadores en todo este proceso de post formación.

A la Unidad Educativa Isaac Pitman, por darme la oportunidad de trabajar con los alumnos y padres de familia, deseo ofrecerles un trabajo significativo que logre la consecución de sus objetivos y metas.

Finalmente dejo constancia de agradecimiento al Ing. MBA. Juan Lascano Polo, quién ha sabido conducir mi trabajo y con su excelente conocimiento, calidad y bondad humana, es un referente de profesional íntegro y comprometido, le deseo toda clase de éxitos en su vida profesional.

DR. LENIN JÁCOME PAREDES

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICA	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO 1	1
INTRODUCCIÓN DE LA EMPRESA UNIDAD EDUCATIVA “ISAAC PITMAN”.....	1
1.1. Antecedentes:	1
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.2.1. Formulación del Problema.....	3
1.2.2. Sistematización del Problema	3
1.3. Objetivos de la Investigación	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos	3
1.4. Justificación Teórica.....	4
1.5. Marco de Referencia.....	5
1.5.1. Marco Teórico.....	5
1.6. Hipótesis	7
CAPÍTULO 2.....	57
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	57
2.1. Mix de Marketing.....	57
2.1.1. Producto	57
2.1.2. Precio	58
2.1.3. Plaza – Distribución.....	58

2.1.4.	Promoción	59
2.2.	Análisis del Macro Entorno	59
2.2.1.	Factor Geográfico.....	59
2.2.2.	Factor Demográfico	63
2.2.3.	Factor Económico.....	64
2.2.4.	Factor Social	69
2.2.5.	Factor Cultural.....	73
2.2.6.	Factor Político Legal.....	74
2.2.7.	Factor Ambiental.....	76
2.2.8.	Factor Tecnológico	76
2.3.	Análisis del Micro Entorno	77
2.3.1.	Clientes	77
2.3.2.	Proveedores	78
2.3.3.	Competencia	78
2.3.4.	Productos sustitutos	81
2.3.5.	Amenaza de ingreso de nuevos competidores.....	82
2.3.6.	Poder de negociación de los clientes	83
2.3.7.	Análisis de competitividad de las 5 fuerzas de Porter	83
2.4	Segmentación de Mercado	83
2.5.	Investigación de Mercados	85
2.5.1.	Diseño de la Muestra.....	85
	Tabulación de Encuestas a Padres de Familia.....	88
2.6	Oferta de Mercado	100
2.7	Análisis de la Demanda	102
2.8	Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	103
CAPITULO III.....		104
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....		104
3.1.	Descripción del Negocio	104
3.2.	Misión.....	104
3.3.	Visión	105
3.4.	Valores Corporativos.....	105

3.5. Análisis Foda	108
3.5.1. Matriz de Factores Externos (EFE).....	109
3.5.2. Matriz de Factores Internos (EFI)	110
3.5.3. Matriz de Evaluación Interna-Externa (IE).....	111
3.6. Establecimiento de Ejes Estratégicos	112
3.7. Objetivos Estratégicos	112
3.8. Matriz de Estrategias FODA	113
3.9. Estrategias (Matriz FODA).....	114
3.10. Síntesis – FODA (Estrategias).....	116
3.10.1. Análisis F.O. (Maxi – Maxi). Estrategias ofensivas	116
3.10.2. Análisis D.O. (Mini – Maxi). Estrategias adaptivas	116
3.10.3. Análisis F.A. (Maxi – Mini). Estrategias defensivas	116
3.10.4. Análisis D.A. (Mini - Mini). Estrategias de supervivencia	116
3.11. Planes de Acción	119
3.12. Balanced Scorecard (BSC).....	124
3.12.1. Perspectiva Financiera (Punto De Vista De Los Accionistas)....	124
3.12.2. Perspectiva del Cliente	125
3.12.3. Perspectiva De Procesos	125
3.12.4. Perspectiva de Aprendizaje e Innovación.....	126
3.13 Esquema de Mapa Estratégico	126
3.14. Cuadro de Mando Integral	126
3.15. Propuesta de Marketing Estratégico.....	133
3.15.1. Producto	133
3.15.2. Plaza.....	144
3.15.3. Precio	145
3.15.4. Promoción	145
CAPÍTULO IV	148
PROPUESTA ESTRATÉGICA	148
4.1. Cadena de Valor	148
4.2. Mapa de Procesos	151
4.3. Diagramas de Flujo	154

4.4.	Matriz de Procesos	158
4.5.	Eficiencia Tiempo / Eficiencia Costo	163
4.6.	Propuesta Estratégica.....	163
4.7.	Ventaja Competitiva	165
4.7.1.	Liderazgo por Costos	165
4.7.2.	Diferenciación.....	165
4.7.3.	Segmentación.....	166
CAPÍTULO V	167
ANÁLISIS Y ESTUDIO FINANCIERO	167
5.1.	Cuenta de Activos Fijos	167
5.2	Activos Diferidos	168
5.3.	Capital de Trabajo.....	169
5.4.	Ingresos del Periodo 2011	170
5.5.	Planificación de Gasto Anual Periodo 2011 - 2012.....	171
5.6.	Inversiones Requeridas	175
5.7.	Cronograma de Inversión y Desembolso.....	176
5.8.	Proyección de Sueldos para los Cinco Años	177
5.9.	Proyección de Otros Gastos para los Cinco Años	177
5.10.	Proyección de los Ingresos para 5 Años.....	178
5.11.	Depreciaciones	179
5.12.	Amortización de Activo Diferido	180
5.13.	Evaluación Financiera del Proyecto.....	180
5.13.1.	Estado de Situación Inicial.....	180
5.13.2.	Estado de Resultados.....	182
5.13.3	Flujo de Caja	182
5.13.4.	Determinación de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	184
5.13.5	VAN (Valor Actual Neto).....	184
5.13.6	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	185
5.13.7	Relación Costo Beneficio.....	186
5.13.8.	Punto de Equilibrio.....	186

5.13.9 Análisis de Sensibilidad	187
CAPÍTULO VI	188
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	188
6.1. Conclusiones	188
6.2. Recomendaciones	190
6.3. Bibliografía	191
6.4. ANEXOS	193

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Inflación anual	65
Tabla N° 2 Tasa de interés.....	68
Tabla N° 3 Población económicamente activa	71
Tabla N° 4 Tasa de desempleo	71
Tabla N° 5 Tasa de desempleo Quito	72
Tabla N° 6 Cuadro Comparativo de Clientes	77
Tabla N° 7 Cuadro de matriz perfil competitivo	79
Tabla N° 8 Cuadro de matriz perfil competitivo	79
Tabla N° 9 Cuadro de matriz perfil competitivo	80
Tabla N° 10 Cuadro de matriz perfil competitivo	80
Tabla N° 11 Cuadro de matriz perfil competitivo	81
Tabla N° 12 Cuadro del análisis de las 5 fuerzas de Porter	83
Tabla N° 13 Proyección de la Oferta.....	101
Tabla N° 14 Proyección de la demanda.....	102
Tabla N° 15 Demanda Insatisfecha.....	103
Tabla N° 16 Cuadro de Mando de Gestión	128
Tabla N° 17 Ahorro Potencial Tiempo/Costo por Mejor Práctica.....	164
Tabla N° 18 Tabla de Activos Fijos	167
Tabla N° 19 Activos Diferidos.....	168
Tabla N° 20 Capital de Trabajo	169
Tabla N° 21 Ingresos del Periodo 2011.....	170
Tabla N° 22 Inversiones Requeridas.....	175
Tabla N° 23 Cronograma de Inversión y Desembolso	176
Tabla N° 24 Proyección de Sueldos para los Cinco Años.....	177
Tabla N° 25 Proyección de Otros Gastos para los Cinco Años.....	177
Tabla N° 26 Proyección de los Ingresos para 5 Años	178
Tabla N° 27 Porcentajes de Depreciación.....	179
Tabla N° 28 Depreciaciones.....	179
Tabla N° 29 Amortización de Activo Diferido.....	180
Tabla N° 30 Balance de Situación Inicial.....	181
Tabla N° 31 Estado de Pérdidas y Ganancias	182

Tabla N° 32 Flujo de Caja	183
Tabla N° 33 TMAR	184
Tabla N° 34 Punto de equilibrio.....	187

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Mapa de Quito	60
Gráfico N° 2 Parámetros Climáticos de Quito	61
Gráfico N° 3 Variación de la Canasta Familiar Básica	69
Gráfico N° 4 Proyección de la Oferta	101
Gráfico N° 5 Proyección de la demanda	103
Gráfico N° 6 Matriz de Posicionamiento Estratégico y Evaluación de Acciones	118
Gráfico N° 7 Esquema de Mapa Estratégico	127
Gráfico N° 8 Crecimiento de Ingresos	129
Gráfico N° 9 Aumento de matrículas	129
Gráfico N° 10 Mayor participación de mercado	130
Gráfico N° 11 Valor de pensión conveniente	130
Gráfico N° 12 Servicios educativos de calidad	131
Gráfico N° 13 Eficiente gestión administrativa	131
Gráfico N° 14 Cuerpo docente y administrativo motivado	132
Gráfico N° 15 Capacitación de personal	132
Gráfico N° 16 Tríptico	135
Gráfico N° 17 Afiche	136
Gráfico N° 18 Revista	137
Gráfico N° 19 Carpeta	138
Gráfico N° 20 Hoja Membretada	139
Gráfico N° 21 Sobre	140
Gráfico N° 22 Tarjeta de Presentación	140
Gráfico N° 23 Página Web	141
Gráfico N° 24 Jingle	144
Gráfico N° 25 Cadena de Valor	148
Gráfico N° 26 Orgánico Estructural	151
Gráfico N° 27 Esquema Específico para la Organización	153
Gráfico N° 28 Flujo de Información y Matriculación	154
Gráfico N° 29 Flujo de Gestión de Inspección	155

Gráfico N° 30 Flujo de Seguimiento y Control Académico	156
Gráfico N° 31 Flujo de Gestión Administrativa y Financiera.....	157

RESUMEN

La presente tesis explora el fascinante mundo del mercado educativo, las necesidades e interés de los clientes, la generación de eficiencia en los procesos de la organización, así como plasmar la idea central de todo negocio, obtener rentabilidad. Para lo cual investigaremos a fondo a la Unidad Educativa Isaac Pitman, con quién diseñaremos un Plan Estratégico de Marketing el mismo que nos permitirá obtener, ventaja competitiva frente a la competencia, diferenciación específica, lucir una nueva imagen renovada, una publicidad más llamativa y un jingle publicitario que recoge aspecto de impacto visual, optimizar la cadena de valor para generar eficiencia en procesos y valor agregado en el día a día de todos sus actores.

Es importante preparar a la organización para el futuro, planificando para minimizar el riesgo, asegurar el éxito y facilitar el cumplimiento de los objetivos de la organización. Una visión prospectiva del negocio, permitirá desarrollar un comportamiento proactivo, lo que provoca que los sucesos deseados en la empresa efectivamente ocurran, por ello analizaremos el micro y macro entorno, nos adentraremos a los hogares de los padres de familia del sector sur y conocemos su nivel socio-económico, sus necesidades e intereses en el campo educativo lo cual nos permitirá tener una idea clara de lo que buscan y prefieren, de esa manera podríamos preparar a la institución a fin de que oferte un servicio que les interese y sea de su agrado.

La Unidad Educativa Isaac Pitman desde sus inicios nació para ser triunfadora, pese a sus limitaciones de espacio y una inversión prudente en infraestructura y equipamiento, ha tenido en promedio 300 alumnos cada año y si se ha mantenido en el mercado por 9 años es porque ha gozado del respaldo de sus clientes, sin embargo agentes externos disminuyen el entusiasmo de avanzar, es por ello que ha llegado el momento de potencializar el establecimiento, incorporando aspectos de negocio, planeación estratégica, marketing y finanzas que le permitirán a la Unidad Educativa la posibilidad de sobrevivencia y el cumplimiento de su visión.

ABSTRACT

The present thesis explore the fascinating educational market world, the necessity and interest of the customers, the generation of efficient in the process of the organization, the embodied the central idea of all business, obtain profitability. For this reason, we investigate to deep to the Isaac Pitman High School with who designs a Strategic Marketing Plan the same that permit obtain competitive advantage in front of the competence, specific differentiation, to excel a new image removed a more loud publicity and a advertising jingle that pick up a look of visual impact, optimum the chain of value for generate efficiency in process and assistant value in the day by day of all actors.

It is important prepare to the organization for the future, planning for minimize the rise, secure the success and facilitate the keeping of the objectives of the organization. A prospective vision of the business, will permit develop a proactive conduct causing unwanted events actually occur in the company, therefore analyze the micro and macro environment, we will go to the homes of parents of the southern and know their socio-economic level, their needs and interests in education, which with allow us to have a clear idea of what they want and prefer. That way we could prepare the institution to offer a service that interest then and will enjoy it.

The educational unit Isaac Pitman since the beginning, born to be winner despite its limited space and a prudent investment in infrastructure and equipment, has had an average of 300 students each year and it kept in the market for nine years is because it enjoyed the support to its customers however external agent diminish the enthusiasm to move forward, is therefore that the time has come to potentiate the establishment incorporating aspects of business, strategic planning, marketing and finance that will allow educational unit to the possibility of survival and the fulfillment of its vision.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN DE LA EMPRESA UNIDAD EDUCATIVA “ISAAC PITMAN”

1.1. Antecedentes:

La Unidad Educativa “Isaac Pitman” se crea el 19 de Agosto del 2002 por el señor Lenin Jácome una persona visionaria, profesional de la educación, quién tiene por objetivo ayudar al estado en la formación de niños y jóvenes llenos de valores, conocimiento y habilidades útiles para la vida, en sus dos primeros años se inicia con pre-escolar y primaria en un local arrendado, en el siguiente año se gestiona la compra de un terreno en un sitio de mejor ubicación y paralelamente la construcción de su infraestructura definitiva con lo cual se obtiene los permisos para la secundaria, pudiendo ofrecer en forma íntegra los servicios de pre-escolar, jardín, escuela de 2do a 10mo y Bachillerato en Ciencias, Técnico en las áreas de Hotelería y Turismo y Técnico en Administración de Sistemas. En un área de construcción de 930mt² distribuidos en cinco pisos dispone de 16 aulas, cuenta con Laboratorios de Computación, Física, Química, servicio de Biblioteca, Bar, dispone de una piscina bien equipada en el último piso para la primaria, tiene además servicio médico, en el área administrativa cuenta con Rectorado, Inspección, Secretaría, Conserje y dos micro bodegas, para el área recreativa cuenta con patio adjunto en que se ha incorporado una micro cancha de boly y juegos infantiles en la parte alta. Cuenta con 19 profesionales en distintas áreas con los cuales se cumple con los horarios y actividad diaria.

La masa poblacional de alumnos ha estado bordeando los 300 y 320 alumnos desde el año 2005 hasta el 2009, los años más críticos han sido el 2010-2011 con una bajada de 270 a 210 alumnos. En el año 2010 se hizo una inversión importante comprando un terreno adjunto con lo cual se hizo el patio y área deportiva, se invirtió en seguridad, comodidad, mejor atención, más nivel

académico, mejor pago salarial, más equipamiento, etc. La Unidad Educativa pese a los problemas de origen siempre mantuvo una cantidad importante de alumnos y si se ha mantenido por nueve años es porque ha gozado de la confianza de los padres y moradores del sector lo que le ha llevado a obtener certificación ambiental, y un prestigio por el nivel académico.

La educación en general se encuentra enfrentada a procesos de cambios acelerados por la sociedad a nivel mundial en todos sus aspectos, El Gobierno Nacional considera a la educación como pública y sin fines de lucro, ha ejecutado el Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015 el mismo que fue aprobado en la consulta popular del 26 de noviembre de 2006, se preguntó sobre ocho políticas en el referéndum como políticas de estado y son: Universalización de la educación inicial de 0 a 5 años, Universalización de la educación básica de primero a décimo, Incremento del bachillerato al 75%, Erradicación del analfabetismo y fortalecimiento de la educación de adultos, Mejoramiento de la infraestructura y equipamiento de las Instituciones Públicas, Mejoramiento de la calidad de la educación e implementación de un sistema de evaluación y rendición de cuentas, Revalorización de la profesión docente mejoramiento de de la formación inicial, capacitación permanente, condiciones de trabajo y calidad de vida. Aumento de 0,5% anual en la participación del sector educativo en el PIB hasta el año 2012 o hasta que alcance al menos el 6% del PIB.

Es así como ha cambiado el sistema educativo desde su planificación por ejes curriculares en diferentes contextos hasta la creación de un Bachillerato Único, con este pequeño preámbulo el estado buscará a toda costa que la educación total sea pública. En nuestro caso para enfrentar esta realidad debemos ser eficientes pero el Plan Operativo Institucional no permite solucionar los problemas entonces surge la necesidad urgente de hacer un Plan Estratégico de Marketing para un inmediato posicionamiento en el mercado, recobrar la imagen en base a las nuevas inversiones hechas y generar ventaja competitiva en base a su infraestructura, conocimiento y

especialidades técnicas, a fin de recuperar la credibilidad y confianza en padres de familia y alumnos.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Formulación del Problema

¿Cómo el Plan de Marketing proporcionará las estrategias de posicionamiento y de ventaja competitiva en la Unidad Educativa “Isaac Pitman”?

1.2.2. Sistematización del Problema

1. ¿Cómo la investigación de mercado nos permitirá determinar las necesidades del cliente?
2. ¿Cuáles son las fortalezas que tiene la Unidad Educativa “Isaac Pitman”?
3. ¿Cómo los procesos pueden determinar la eficiencia de la organización?
4. ¿Cómo los costos pueden definir la rentabilidad de la empresa?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan estratégico de marketing que permita un inmediato posicionamiento de la Unidad Educativa “Isaac Pitman” generando una ventaja competitiva, una imagen renovada y marque una credibilidad que lo distinga como líder en la preferencia de los padres de familia.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha del mercado del Sector Sur de la Ciudad de Quito.

2. Determinar los objetivos estratégicos que permitan definir las estrategias para posicionar a la Unidad Educativa “Isaac Pitman”
3. Determinar la cadena de valor a fin de generar la propuesta estratégica de la Institución.
4. Determinar la factibilidad financiera del proyecto

1.4. Justificación Teórica

Para elaborar este Plan Estratégico de Marketing se recopilará la información sobre la situación actual, servicios ofertados, el nivel socio - económico de los padres de familia, cobros de pensiones, imagen y posicionamiento, entorno político, visión de la nueva ley de educación, legal, tecnológico y cultural, planificación estratégica del negocio. Para este efecto se realizará una investigación cualitativa a los alumnos y padres de familia del establecimiento, esta metodología determinará el cómo estamos, qué necesitamos, nivel de empoderamiento, grado de aceptación y permanencia futura.

Es muy cierto que existe fuerte competencia en el sector sur tomando en cuenta que el cobro de pensiones es conveniente, la preferencia está entre lo bueno, bonito y barato, de ahí que nuestra perspectiva estratégica esta en promocionar que no siempre lo mejor es caro y que a más de tener una infraestructura adecuada en base a las nuevas adquisiciones, su soporte administrativo y tecnológico vayan de la mano y la planificación académica se encuentre dentro de contextos actualizados, entonces podemos encontrar eficiencia, eficacia y efectividad lo que nos conducirá a ofrecer calidad.

Esta investigación ayudará a potencializar el establecimiento, su imagen, credibilidad y establecerá recomendaciones sustanciales que harán que sus estudiantes marquen la diferencia y sean los referentes multiplicadores.

Este Plan se justifica en la medida en que se aplica la teoría y los conceptos administrativos, de negocios, planeación estratégica y marketing, con lo cual, permite reafirmar la aplicación del modelo teórico en la realidad.

1.5. Marco de Referencia

1.5.1. Marco Teórico

El plan estratégico de marketing tiene algunos actores sin embargo el cliente, el producto los servicios son conceptos clave para una diferenciación, de ahí que recogiendo criterios Philip Kotler, un gurú norteamericano de marketing, lo define como: El marketing es la función de negocio que identifica los deseos y necesidades actuales insatisfechos, define y calcula su magnitud, determina para qué mercados objetivo puede ser mejor la organización, y decide sobre los productos, servicios y programas apropiados para servir a esos mercados. De esta manera, el marketing sirve como un nexo entre las necesidades de la sociedad y el modelo de una respuesta industrial.

Peter Drucker, un distinguido pensador de management decía: El marketing mira hacia el negocio a través de los ojos del cliente.

Con estos argumentos podríamos establecer cinco descripciones:

1.- El cliente es de primordial importancia, el éxito proviene de ver cada aspecto del negocio a través de los ojos del cliente, anticipando sus necesidades y proporcionando lo que ellos necesitan del modo en que lo quieren.

2.- Tiene la función responsable de identificar, anticipar y satisfacer la necesidad del cliente de manera rentable.

3.- Incluye no solo la venta y publicidad, sino también investigación de mercado, desarrollo de producto, fijación de precios, presentación y promoción

(que incluye publicidad, comercialización, merchandising, correo directo, relaciones públicas y promoción de ventas).

4.- Es un proceso que actúa para “atrapar el negocio” utilizando diferentes técnicas de manera continua, apropiada y creativa para asegurar el éxito. El marketing no puede garantizar el éxito ni puede ser aplicado por rutina. La habilidad de aquellos involucrados en el marketing está precisamente en la manera cómo actúan en un área a la que se define como un arte y como una ciencia.

5.- Es un sistema que toma en consideración tanto factores internos como externos muchos de los cuales limitan lo que se puede hacer o lograr. El sistema de marketing conecta a los clientes y a los clientes potenciales con la compañía e intenta reconciliar cualquier conflicto entre ellos, tales como la meta que tenga la organización para maximizar sus utilidades y el deseo del cliente potencial de obtener el mejor valor por su dinero.

Según McCarthy/Perreault en su libro Marketing teoría y práctica IRWIN Undécima edición página 47 define lo que es una estrategia de marketing indicando que hay un mercado meta y una combinación de marketing. Un mercado meta es un grupo bastante homogéneo de clientes a quienes una compañía determinada quiere atraer. Una combinación de marketing son las variables que una empresa combina y controla para satisfacer ese mercado.

De todo lo expuesto podría resumir qué:

- El marketing es fundamental para una organización y su relación con clientes potenciales.
- Es un proceso creativo, basado en la ciencia pero que no garantiza el éxito.
- Los clientes pueden ser inconstantes e impredecibles; el marketing conlleva un elemento real de riesgo

- El marketing exitoso produce utilidades
- El marketing funciona mejor cuando las personas en todas las funciones comprenden el enfoque de marketing y están involucradas en él.

El marketing es la herramienta fundamental para acercarnos al perfil de nuestros potenciales clientes además nos ayuda a identificar las necesidades y deseos que existen en el mercado, al mismo tiempo hace que éstas sean satisfechas de la mejor manera.

El objetivo es establecer vínculos permanentes entre la empresa y los clientes con la intención de que sean “de por vida”, para lograr, es necesario la “fórmula secreta del marketing”, la mezcla de los cuatro componentes: producto o servicio, promoción, precio, y plaza (distribución) con lo cual se podrá conocer las debilidades y fortalezas de sus competidores, para establecer un plan de acción para posicionarse, defenderse y atacar.

1.6. Hipótesis

En la Unidad Educativa Isaac Pitman se comprobará que en base a una implementación de un Plan Estratégico de Marketing se logrará el posicionamiento inmediato, una nueva imagen y una ventaja competitiva de sobrevivencia que le de credibilidad y lo distinga como líder en la preferencia de los padres de familia.

1.7. Aspectos Metodológicos

En esta investigación se utilizará la técnica exploratoria, descriptiva y explicativa toda vez que me permitirá disponer de los medios y posibilidades para atender los objetivos específicos del problema.

1.8. Inventario de la Oferta Educativa del Sector

Para realizar este inventario es necesario establecer una ficha con ciertos ítems y fotografías lo que nos permite asignar una valoración tomando en cuenta:

a) Recopilación de datos

Mediante recorridos a los distintos planteles se realiza la identificación, y descripción del establecimiento así como la oferta educativa.

b) Clasificación

Se clasifica de acuerdo al nivel de enseñanza que ofrece: Pre-Primaria, Primaria, Secundaria sea individual o como Unidad Educativa

c) Evaluación y Jerarquización

Consiste en el Análisis individual de cada establecimiento tomando en cuenta lo que tiene y ofrece y lo que cobra autorizado por la Dirección Provincial.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Academia Howard**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Chillogallo

Distancia del Colegio: 5 km**Características:****Descripción del Edificio**

Infraestructura Propia
 Arrendada

Construcción: Hormigón
 Cubierta

Ubicación Principal

Trasversal

Secundaria

Descripción del Servicio

Bar Biblioteca Piscina Canchas Espacios Verdes

Laboratorios	<input checked="" type="checkbox"/>	Inglés	<input checked="" type="checkbox"/>	Centro Médico
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	<input checked="" type="checkbox"/>	Orientación estudiantil
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	<input type="checkbox"/>	Centro de copiado
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único

Contabilidad

Hotelería y turismo

Informática

Electricidad Electrónica

Mecánica industrial

Cantidad en mt^2 de Infraestructura

Terreno

Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA**BACHILLERATO**

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
63,75	85	102	67,5	90	108
Cantidad Aproximada de alumnos			2300		

Calificación de 1 a 5

Ubicación

4

Infraestructura

5

Servicio

4

Especialidades

4

Valor pensión

4

Total

21

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, toda vez que le hace falta más servicios y que su infraestructura para el número es bastante incómoda.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Aristóteles Bilingüe**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Guajaló

Distancia del Colegio: 6 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura Propia
 Arrendada

Construcción: Hormigón
 Cubierta

Ubicación Principal
 Traversal
 Secundaria

Descripción del Servicio

Bar Biblioteca Piscina Canchas Espacios Verdes

Laboratorios Inglés Centro Médico
 Computación Orientación estudiantil
 Física Centro de copiado
 Química

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único
 Contabilidad
 Hotelería y turismo
 Informática
 Electricidad Electrónica
 Mecánica industrial

Cantidad en mt² de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
38,25	51	61,20	39	52	62,40

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación	<input type="text" value="4"/>
Infraestructura	<input type="text" value="3"/>
Servicio	<input type="text" value="3"/>
Especialidades	<input type="text" value="2"/>
Valor pensión	<input type="text" value="3"/>
Total	<input type="text" value="15"/>

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, toda vez que le hace falta más servicios, más infraestructura, no tiene áreas de recreación.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento: Vida Nueva****Encuestador: Lenin Jácome Paredes****Fecha: 10/10/2011**

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:**

Provincia: Pichincha **Cantón:** Quito **Zona:** Sur **Sector:**

Distancia del Colegio:

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura Propia **Construcción:** Hormigón
 Arrendada Cubierta

Ubicación Principal
Trasversal
Secundaria

Descripción del Servicio

Bar Biblioteca Piscina Canchas Espacios Verdes

Laboratorios Inglés Centro Médico
 Computación Orientación estudiantil
 Física Centro de copiado
 Química

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único
Contabilidad
Hotelería y turismo
Informática
Electricidad Electrónica
Mecánica industrial

Cantidad en mt² de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

35,25 47 56,4

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, porque pese a tener todas las especialidades y una infraestructura grande, abarca bastante alumnado de clase popular y está plagado de pandilleros y todos los vicios.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** New Live**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:**

Provincia: Pichincha **Cantón:** Quito **Zona:** Sur **Sector:**

Distancia del Colegio:

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input checked="" type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	-------------------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input checked="" type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en mt² de Infraestructura

Terreno

3500 mt²

Construido

2000 mt²

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT

PEN NE

PEN PRO

MAT

PEN NE

PEN PRO

57,75

77

92,40

60

80

96

Cantidad Aproximada de alumnos

250

Calificación de 1 a 5

Ubicación

4

Infraestructura

5

Servicio

4

Especialidades

4

Valor pensión

4

Total

21

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, tiene todo piscina y coliseo pero está mal distribuido y comparte el establecimiento con el Colegio Nueva Primavera entonces el uno es de clase popular y el otro es de clase media.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Jim Irwin**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:**

Provincia: Pichincha **Cantón:** Quito **Zona:** Sur **Sector:**

Distancia del Colegio:

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input checked="" type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en mt² de Infraestructura:

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

73,50 98 117,6 75 100 120

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, tiene una pensión superior es católico y tiene como 20 años de funcionamiento, es conocido en la zona.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Nueva Primavera**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Guamaní

Distancia del Colegio: 5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input checked="" type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

30 40 48 30 40 48

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, es un establecimiento de características populares que aunque su infraestructura sea rustica la gente preferiría lo económico.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** La Bretaña**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Los Girasoles

Distancia del Colegio:

2 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input checked="" type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	-------------------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en mt² de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
24,75	33	39,6	27,75	37	44,4

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación	<input type="text" value="3"/>
Infraestructura	<input type="text" value="3"/>
Servicio	<input type="text" value="3"/>
Especialidades	<input type="text" value="3"/>
Valor pensión	<input type="text" value="3"/>
Total	<input type="text" value="15"/>

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, se ha mantenido pese a tener establecimientos grandes a su alrededor sin embargo su infraestructura no le permite adelantos.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Solidaridad**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Playwood

Distancia del Colegio:

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input checked="" type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input checked="" type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input checked="" type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	-------------------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
30	40	48	31,5	42	50,4
<input type="text" value="250"/>					

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, es de autogestión comunitaria y de estructura popular.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** U.E. del Valle**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

El Conde

Distancia del Colegio: 1 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	<input type="checkbox"/>	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química	<input type="checkbox"/>		

Especialidades que ofrece

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
69,75	93	111,6	70,5	94	112,8

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, es un establecimiento que pese a tener espacio no ha tenido suficiente acogida.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Academia Militar Nasa**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:**

Provincia: Pichincha **Cantón:** Quito **Zona:** Sur **Sector:** Beaterio

Distancia del Colegio: 2,5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input checked="" type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
20,25	27	32,4	21	28	33,6

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, no está en un lugar fácilmente accesible y el entorno es popular

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Academia Naval Jorge Cruz Polanco**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Turubamba

Distancia del Colegio: 5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input checked="" type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input checked="" type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	-------------------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece :

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
44,25	59	70,8	45,75	61	73,2

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación	<input type="text" value="3"/>
Infraestructura	<input type="text" value="4"/>
Servicio	<input type="text" value="4"/>
Especialidades	<input type="text" value="3"/>
Valor pensión	<input type="text" value="3"/>
Total	<input type="text" value="17"/>

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, no dispone de infraestructura en canchas, le alquila al estadio de aucas, falta espacio.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** De las Américas Quitumbe**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Quitumbe

Distancia del Colegio: 1,5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>	Centro Médico	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	<input type="checkbox"/>	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química	<input type="checkbox"/>		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
32,25	43	51,6	32,25	43	51,6

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación	<input type="text" value="5"/>
Infraestructura	<input type="text" value="4"/>
Servicio	<input type="text" value="3"/>
Especialidades	<input type="text" value="3"/>
Valor pensión	<input type="text" value="3"/>
Total	<input type="text" value="18"/>

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría III, esta diversificado el edificio es decir no solo funciona como colegio, sino hay otras empresas, no tiene prestigio pues existían estudiantes que tenían muchos vicios.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** U.E. Bicentenario**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria **Régimen** Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Beaterio

Distancia del Colegio: 3,5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input checked="" type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en mt² de Infraestructura:

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

ES MUNICIPAL

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría I, es Municipal y bien equipado además no cobra pensión.

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Ricardo Cornejo**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria Régimen Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**

Caupicho

Distancia del Colegio: 4,5 km

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input checked="" type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	-------------------------------------	---------	--------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

FISCAL

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, es un establecimiento Fiscal no pagan pensión,

DATOS GENERALES**Nombre del establecimiento:** Jorge Mantilla Ortega**Encuestador:** Lenin Jácome Paredes**Fecha:** 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria Régimen Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
Vespertina
Nocturna

Foto

**Ubicación:****Provincia:** Pichincha**Cantón:** Quito**Zona:** Sur**Sector:**Av. Simón
Bolívar**Distancia del Colegio:** **Características:**

Descripción del Edificio

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input checked="" type="checkbox"/>	Piscina	<input type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>	Centro Médico	<input checked="" type="checkbox"/>				
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>	Orientación estudiantil	<input checked="" type="checkbox"/>				
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	<input type="checkbox"/>	Centro de copiado	<input type="checkbox"/>				
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química	<input type="checkbox"/>						

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno Construido

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT PEN NE PEN PRO MAT PEN NE PEN PRO

FISCAL

Cantidad Aproximada de alumnos

Calificación de 1 a 5

Ubicación

Infraestructura

Servicio

Especialidades

Valor pensión

Total

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, es un establecimiento Fiscal no pagan pensión,

DATOS GENERALES

Nombre del establecimiento: Unidad Educativa Isaac Pitman

Encuestador: Lenin Jácome Paredes

Fecha: 10/10/2011

Modalidad: Pre-Primaria Régimen Sierra
 Primaria Costa
 Secundaria

Jornada Matutina
 Vespertina
 Nocturna

Foto



Ubicación:

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Zona: Sur

Sector:

Solidaridad

Distancia del Colegio:

Características:**Descripción del Edificio**

Infraestructura	<input checked="" type="checkbox"/>	Propia	Construcción:	<input checked="" type="checkbox"/>	Hormigón
	<input type="checkbox"/>	Arrendada		<input type="checkbox"/>	Cubierta
Ubicación	Principal	<input type="checkbox"/>			
	Trasversal	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Secundaria	<input type="checkbox"/>			

Descripción del Servicio

Bar	<input checked="" type="checkbox"/>	Biblioteca	<input checked="" type="checkbox"/>	Piscina	<input checked="" type="checkbox"/>	Canchas	<input checked="" type="checkbox"/>	Espacios Verdes	<input type="checkbox"/>
-----	-------------------------------------	------------	-------------------------------------	---------	-------------------------------------	---------	-------------------------------------	-----------------	--------------------------

Laboratorios	<input type="checkbox"/>	Inglés	Centro Médico	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Computación	Orientación estudiantil	<input type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Física	Centro de copiado	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>	Química		

Especialidades que ofrece:

Bachillerato Único	<input checked="" type="checkbox"/>
Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Hotelería y turismo	<input checked="" type="checkbox"/>
Informática	<input checked="" type="checkbox"/>
Electricidad Electrónica	<input type="checkbox"/>
Mecánica industrial	<input type="checkbox"/>

Cantidad en m^2 de Infraestructura

Terreno

350 m^2

Construido

800 m^2

Costo de Pensiones y Matrículas

ED. BASICA

BACHILLERATO

MAT	PEN NE	PEN PRO	MAT	PEN NE	PEN PRO
37,5	50	60	39	52	62,4

Cantidad Aproximada de alumnos

230

Calificación de 1 a 5

Ubicación

5

Infraestructura

4

Servicio

4

Especialidades

4

Valor pensión

3

Total

20

Nivel de Jerarquía

El nivel de jerarquía de este establecimiento es de categoría II, tiene todas las especialidades, tiene buen ambiente, aunque falta más espacio físico un aumento de pensión le resto alumnos.

CAPÍTULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1. Mix de Marketing

2.1.1. Producto

La Unidad Educativa Isaac Pitman, vende el servicio en base a sus autorizaciones de funcionamiento estas son pre-escolar para niños de 4 años para pre-kinder, 5 años jardín, escuela básica de 6 a 14 años de segundo a décimo de básica, y bachillerato a partir de 15 a 18 años desde primero a tercero de bachillerato. La oferta básica de este negocio es buscar una educación integral que vaya desde pre-kinder hasta tercero de media está abierto a gente de cualquier religión o credo así como de cualquier raza.

Se pretende ofrecer una venta de conocimiento lo que contribuye en el proceso de aprendizaje y formación para la vida desde niño en sus primeros pasos hasta joven para que pueda trabajar y auto educarse o continuar sus estudios.

La Unidad educativa para el proceso de enseñanza aprendizaje cuenta con los siguientes servicios:

- Servicio médico
- Servicio de transporte
- Servicio de bar estudiantil
- Servicio de biblioteca y videoteca

Entre las especialidades que se ofrecen tenemos:

- Bachillerato General en Ciencias

- Bachillerato Técnico de Administración y Comercialización Turística
 - Especialidad Guía Turístico
 - Especialidad Cocina
- Bachillerato Técnico en Administración de Sistemas Informáticos

2.1.2. Precio

La fijación del precio del servicio lo da la Junta Reguladora de Costos para la Educación de la Dirección Provincial de Educación de Pichincha, la misma que luego de un riguroso análisis de los bienes del establecimiento, su infraestructura, su equipamiento, sus servicios, además también de contabilizar los gastos, emite un acuerdo que en este caso pertenece al No.2372 de fecha 4/06/2009, en el que indica que el valor matrícula y pensión de Pre-primaria es \$37,50 y \$50 Primaria es \$37,50 y \$50 y Colegio es \$39 y \$52 sin embargo muchos establecimientos como podemos ver en el inventario de Centros Educativos se bajan las pensiones para captar mayor número de alumnos sin tomar en cuenta los aumentos que hace el gobierno a los sueldos en el mes de diciembre y sin considerar la volatilidad de este negocio por la inestabilidad de los estudiantes. Es indispensable tomar en cuenta los resultados arrojados en este estudio puesto que permitirá establecer un precio que no afecte la meta del negocio.

2.1.3. Plaza – Distribución

La Unidad Educativa está ubicada al Sur de Quito, específicamente en el sector Solidaridad esta en un nuevo centro sur neutral entre la Villa flora, El Recreo, San Bartolo, Guajaló, con El Beaterio, Guamaní, por el lado Sur este tendríamos a la Cdla. Del Ejército, la Arcadia, Quitumbe. Este es el Centro de interés el mismo que cuenta con una página en línea para consultas y matrículas. Los estudiantes bien atendidos y promociones satisfechas son un buen referente que llegue a otros hogares de diferentes sectores así el establecimiento se va haciendo más conocido.

2.1.4. Promoción

Las acciones de promoción serán enmarcadas en el modelo AIDA, Atención, Interés, Deseo, Acción, el mismo que describe los efectos que se producen en un cliente para llegar a tomar la decisión de compra.

En este sentido es necesario hacer conocer la existencia del Centro Educativo, captar la atención positiva de sus principales clientes todo esto a través de trípticos informativos, casas abiertas, anuncios radiales, correos de internet de los mismos estudiantes, redes sociales, etc, Si el cliente se acerca o llama ha despertado el interés por tanto se procede a dar información más detallada y convincente sobre la operatividad del centro educativo, con lo cual le genero seguridad y confianza que al mismo tiempo es deseo, entonces debemos plasmar en la acción que es la matrícula. Si por algún motivo ve en los requisitos un cierto obstáculo, se debe dar tiempo o alguna solución alternativa, pero no se debe desperdiciar la gran oportunidad de que se matricule, toda vez que el haber despertado el interés y haber acudido a conocer el lugar es el 50% del trabajo y el otro 50% nos jugamos en la información directa.

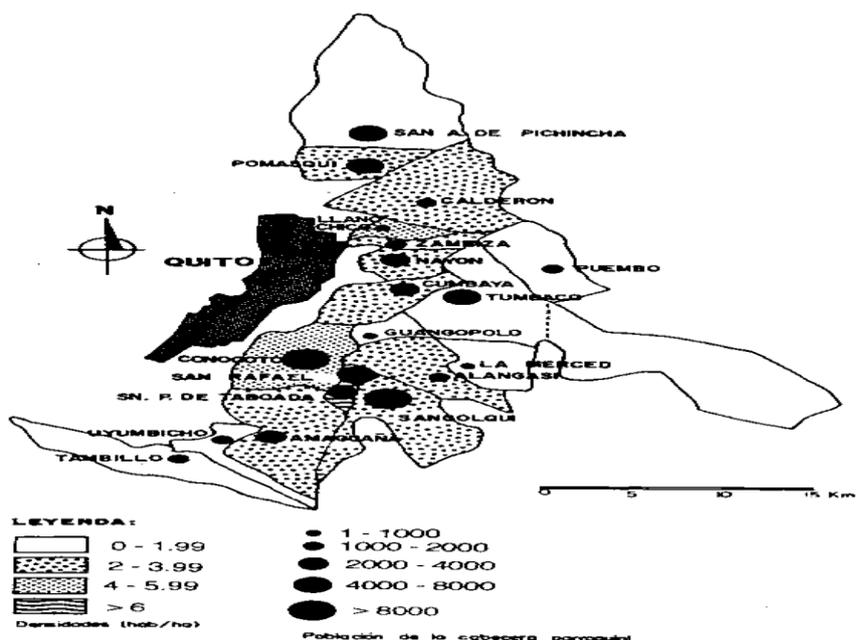
2.2. Análisis del Macro Entorno

2.2.1. Factor Geográfico

Topografía: La ciudad de Quito es la capital de la República del Ecuador, y también de la provincia de Pichincha, además es cabecera del área metropolitana más conocida como Distrito Metropolitano de Quito. Está ubicada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes. Se encuentra aproximadamente en las coordenadas $0^{\circ} 15' 0''$ S $78^{\circ} 35' 24''$ O y su altitud promedio es de 2850 msnm, es la capital oficial más elevada del planeta. La urbe está delimitada por el volcán Casitagua por el norte, la falla geológica EC-

31 conocida como falla de Quito por el este, las faldas orientales del Pichincha por el oeste y por el volcán Atacazo por el sur, las dimensiones son 50km de longitud en dirección sur-norte y 4km de ancho de este a oeste. La ciudad está dividida en 32 parroquias las cuales se ubican en barrios, la fecha de la fundación de Quito que se la reconoce es el 6 de diciembre de 1534. La ciudad es el centro político de la República alberga organismos gubernamentales, culturales y financieros. Fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco el 18 de septiembre de 1978 tiene una población de 2'187.932 habitantes de los cuales 1'397.698 viven en el sur de la urbe.

Gráfico N° 1 Mapa de Quito



Fuente: Mapa de Quito tomado de

<http://www.fao.org/docrep/w7445s/w7445s03.htm>

Clima: El clima de la ciudad corresponde al clima subtropical de tierras altas. Quito se divide en tres zonas: sur, centro y norte, donde el sur es el lugar más frío de la ciudad, el centro el más caliente y el norte templado. El clima de Quito se divide en dos estaciones o etapas: el invierno con un periodo de lluvias prolongadas y una estación seca de cuatro meses donde se presentan las temperaturas más altas. Quito tiene siempre un clima templado con temperaturas que van de los 10 ° C a los 27 ° C. debido a que está a 2800

metros de altura y a que está ubicado en un valle cerca de la línea ecuatorial, Quito cuenta con un clima primaveral todo el año. De junio a septiembre el clima suele ser más cálido, sobre todo durante el día, mientras que el resto del año el clima suele ser templado. La población de Cumbaya y Tumbaco es lo más cálido de la ciudad alcanzado hasta 30 ° al medio día.

Gráfico N° 2 Parámetros Climáticos de Quito

Parámetros climáticos promedio de Quito													
Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Temperatura máxima registrada (°C)	28	31	31	31	31	32	32	32	30	25	23	22	29
Temperatura diaria máxima (°C)	20	22	23	25	25	27	27	27	25	22	21	19	24
Temperatura diaria mínima (°C)	8	10	10	11	11	11	12	12	12	11	10	8	11
Temperatura mínima registrada (°C)	3	5	7	9	9	8	9	9	9	7	5	2	6

Fuente: 08 de noviembre de 2010

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Quito>

Hidrografía: El área del Distrito Metropolitano de Quito, en la que tiene influencia representativa el sur de Quito está atravesada por una serie de quebradas en las cuales últimamente se han realizado rellenos y colectores, en este sentido el suelo está sirviendo para nuevos conjuntos habitacionales, aunque es indudable que los afluentes de quebradillas que reciben aguas servidas engrosan el afluente para formar el río Machángara.

Suelos: Casi todos los suelos del área metropolitana son de origen volcánico, son francos y pseudo arenosos de textura fina. Estos suelos tienen una retención de humedad extremadamente alta, pero no se consideran adecuados para su uso agrícola debido a su localización en áreas empinadas. Son suelos volcánicos negros profundos (>1m) con alguna presencia de limo y un contenido de arcilla menor al 30%.

Factor Social del Sur de Quito: Anteriormente se consideraba al Sur como lugar de residencia de clase obrera y se consideraba a los barrios como populares y tradicionales, a mediados de los noventa se produjo un hecho importante para la zona sur: La construcción del Centro Comercial El Recreo y

al frente de este la Terminal del Trolebús. Esto produjo la activación del sector comercial, instalado en pequeños y medianos negocios, hace un año se inauguró el moderno Centro Comercial Quicentro Sur, con más perspectiva para el Sur convirtiendo a la Av. Maldonado y Moran Valverde, en el nuevo Centro Sur, toda vez que la extensión de Quito iría hasta Cutuglahua. De esta manera la presencia de todos los bancos y las principales cadenas de venta y consumo masivo viene a potencializar y dinamizar al sur de Quito. Otra presencia importante es el Terminal Terrestre Quitumbe, desde el cual se consigue transporte a todas las regiones.

Flora y Fauna

Flora

En lo que es flora silvestre tenemos paico, ortiga, ortiguilla, mora, casa marucha, carlo santo, escobilla, uvilla, yaguachi, verbena, yerba buena, lengua de vaca, llantén, berros, chamico, fresa, hierba luisa, bledo, malva, chamba, pactos, canayuyo, trinitaria, chimbaio, uña de gato.

Como arbustos: Tenemos Saúco, marco, chilca, cholán, chálamo, quijar, algarrobo, lechero, cuyaco, higuera, eucalipto, ciprés, floripondio.

Plantas cultivadas: Cereales: Variedades de maíz y cebada, Leguminosas: fríjol, lenteja, haba, maní, arveja, Raíz alimentaria: papa, camote, yuca, oca, melloco, zanahoria, remolacha, rábano, nabo, Forrajeras: Alfalfa, pasto azul, olco, Hortalizas: lechuga, col, cebolla, perejil, cilantro, coliflor.

Plantas ornamentales: Rosas, azucena, lirio, geranio, dalia, violeta, margarita, crisantemo, pensamiento, buganvilla, estrella de panamá, magnolia.

Plantas medicinales: Manzanilla, violeta, borraja, malva, escorzonera, toronjil, orégano, escanzel, mastuerzo, taracsaco, berro, ortiga, yerba luisa, menta, verbena.

Árboles frutales: Naranja dulce y agrio, capulí, durazno, guayaba, limo, chirimoya, aguacate, tomate, guaba, cidra, badea.

Fauna

Animales silvestres: Raposa, conejo, murciélago, ratón, rata
Avifauna: Mirlo, tórtola, gorrión, golondrina, colibrí, curiquingue, perdices, gavián, cardenal, buitre, lechuza.

Animales de crianza doméstica y otros: ganado vacuno, caballar, porcino, caprino, asnos, aves de corral: pato, pavo, gallinas

2.2.2. Factor Demográfico

El total de habitantes de la Provincia de Pichincha es 2'567.287 de los cuales 1'320.576 son mujeres y 1'255.711 son hombres siendo el 17.8% de la población total que según el INEC es de 14'483.499 habitantes. En el caso muy particular del cantón Quito es de 1'619.146 habitantes de los cuales la población escolar solo del sector sur en el periodo 2010-2011 es 69,46% básico inicial, 56,38% inicial básico, 65,21% de bachillerato.

Tomado de: <http://conamusi.edu.ec/images/stories/Publicdocs/Memo289-ME-conservatorioenelSurdeQuito.pdf>

El sur de la ciudad empieza desde el río Machángara. En esta parte de la ciudad se concentran barrios de clase media y de la clase obrera de la ciudad.

San Bartolo: Aquí se encuentra el Cuartel Eplicachima además pasa una avenida importante que es la Maldonado la gente es de clase media y media baja.

El Mercado Mayorista una urbe muy concurrida y colindante de muchos condominios gente de clase media y media baja.

Guajaló sector pujante nuevo eje de desarrollo económico por la presencia del Centro Comercial Quicentro Sur, Fabricas, Centros Comerciales, Mercados y Dispensas, Concesionarios y ensambladoras de autos, bancos y todo una gama de servicios para todas las necesidades, gente de clase media.

Turubamba desde sus inicios con casas bajas del banco de la vivienda urbe con alta concentración demográfica gente de clase media baja.

Quitumbe la llegada de la administración zonal, el terminal terrestre y las nuevas inversiones en proyectos de vivienda ha provocado una fuerte expansión de oferta de vivienda y grandes proyectos de condominios, constituye una nueva zona de desarrollo potencial gente de clase media baja.

El Conde que abarcaría barrios desde la playwood hasta la entrada al beaterio se caracteriza por tener casa de uno a tres pisos la gente es de clase media.

Barrios como la Ciudadela del Ejército, La Arcadia, El Beaterio, Caupicho, Guamaní. Cutuglahua, son de gente clase media y media baja.

Tomado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Barrios_de_Quito

2.2.3. Factor Económico

La inflación

Es el crecimiento continuo de los bienes y servicios en función del tiempo, la variación de precios que experimenta la canasta básica es indicador si los precios aumentaron o disminuyeron.

Tabla Nº 1 Inflación anual

FECHA	VALOR
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %
Septiembre-30-2010	3.44 %
Agosto-31-2010	3.82 %
Julio-31-2010	3.40 %
Junio-30-2010	3.30 %
Mayo-31-2010	3.24 %
Abril-30-2010	3.21 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Entonces poder interpretar que en Abril del 2011 la variación de precios fue de 0,82% y en abril del 2010 fue de 0,52%, de la misma forma la inflación de abril del 2011 fue del 3,88% y en Abril del 2010 3,21%. La inflación acumulada es 2,41% en el 2011 y 1,86% en 2010.

Efecto de la Inflación en este proyecto

Como pudimos notar en el análisis demográfico la gente en su mayoría es de origen medio y medio bajo, lo cual se puede inducir que su nivel de ingresos oscila entre 264 y 336 dólares, este último es el sueldo de un docente con título de tercer nivel trabajando de 7:30 a 13:30. Cualquier aumento de precios en la canasta básica sea esta comida, arriendos, servicios básicos influye en su presupuesto, pero se debe también considerar que en el mes de septiembre del 2010 el salario básico era de \$240, en Enero subió a \$264 y en

Mayo del 2011 se publicó una tabla sectorial en el cual se establece el básico de un docente desde \$282 a \$336, también se prevé un aumento del 15% cada año. En este sentido el flujo de gasto aumenta y por ende se tiene que hacer ajustes a las pensiones, con lo cual por la experiencia obtenida cualquier aumento de precio ocasiona retiro de alumnos aumentando el cupo en los colegios fiscales, con lo que se deduce que la gente tiende a ahorrar y prioriza otras necesidades como arriendo, comida, vestimenta, enfermedades, servicios básicos.

La Economía del Ecuador

El Ecuador es un país que sufre las consecuencias del subdesarrollo, su economía es poco diversa y relativamente pequeña, tiene una alta concentración del ingreso en pocas manos, es un país diverso y variado, la herramienta con la que se calcula el PIB es el llamado sistema de cuentas nacionales, que en Ecuador es manejado por el Banco Central del Ecuador. La estructura del PIB es el resultado de los cambios inducidos por la producción petrolera en la economía nacional, la evolución de las exportaciones y las importaciones ecuatorianas nos permiten calcular la balanza comercial del Ecuador entonces si las exportaciones son mayores a las importaciones hay un superávit comercial, y si las exportaciones son menores a las importaciones hay déficit comercial.

El gasto en deuda externa ha sido el principal rubro durante toda la década situándose entre un tercio y casi la mitad de todo el gasto público nacional mientras que el gasto social (educación, salud y sector agropecuario) ha tendido a decrecer, pero antes de analizar el tema social de la educación es importante conocer algunos indicadores: La economía del Ecuador es la octava más grande de América Latina, es uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas. Existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más rica posee el 54,3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas, el 20% de la

población más pobre apenas tiene acceso al 4,2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0,1% de la tierra. Pertenece a la CAN, Mercosur, OMC, BID, BM, FMI, CAF, UNASUR.

Tomado de: <http://www.slideshare.net/eddyal/economia-del-Ecuador-presentation>

La Economía en la Educación

La educación en Ecuador está reglamentada por el Ministerio de Educación sea educación fiscal. Fisco misional, municipal y particular laica o religiosa, hispana o bilingüe intercultural. La educación pública es laica en todos sus niveles, obligatoria hasta el nivel básico, y gratuita hasta el bachillerato o su equivalente. La enseñanza tiene dos regímenes costa y sierra, al régimen costa le pertenece el Litoral y las Islas Galápagos comienzan clases en Abril y terminan en Febrero, Al régimen Sierra le corresponde la Región Interandina y Amazónica inician en septiembre y termina en julio.

De acuerdo a la constitución política del estado y en sus artículos 28 y 348 manifiesta:

Art. 28.- La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantiza el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Art. 348.- La educación pública será gratuita y el Estado la financiará de manera oportuna, regular y suficiente.

Fuente:

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

La educación tiene finalidad social y es sin fines de lucro es por ello que existe muchos controles, y normas muy claras para los establecimientos particulares, los mismos que según la idea del gobierno irán desapareciendo paulatinamente en tanto en cuanto el estado modernice, equipe y construya más establecimientos fiscales. Pero hasta cuando eso se dé y tomando en cuenta el crecimiento de la población las posibilidades de trabajo todavía son interesantes.

Tasa de interés

La tasa de interés es el precio que se paga al dueño del dinero por el derecho a usar este recurso.

Tabla Nº 2 Tasa de interés

FECHA	VALOR
Mayo-31-2011	8,34%
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %
Diciembre-31-2010	8.68 %
Noviembre-30-2010	8.94 %
Octubre-30-2010	8.94 %
Septiembre-30-2010	9.04 %
Agosto-31-2010	9.04 %
Julio-31-2010	8.99 %
Junio-30-2010	9.02 %
Mayo-31-2010	9.11 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Se puede observar que la tasa de interés ha bajado es por las políticas reguladas por el Banco Central y la Superintendencia de Bancos.

Efecto en el proyecto

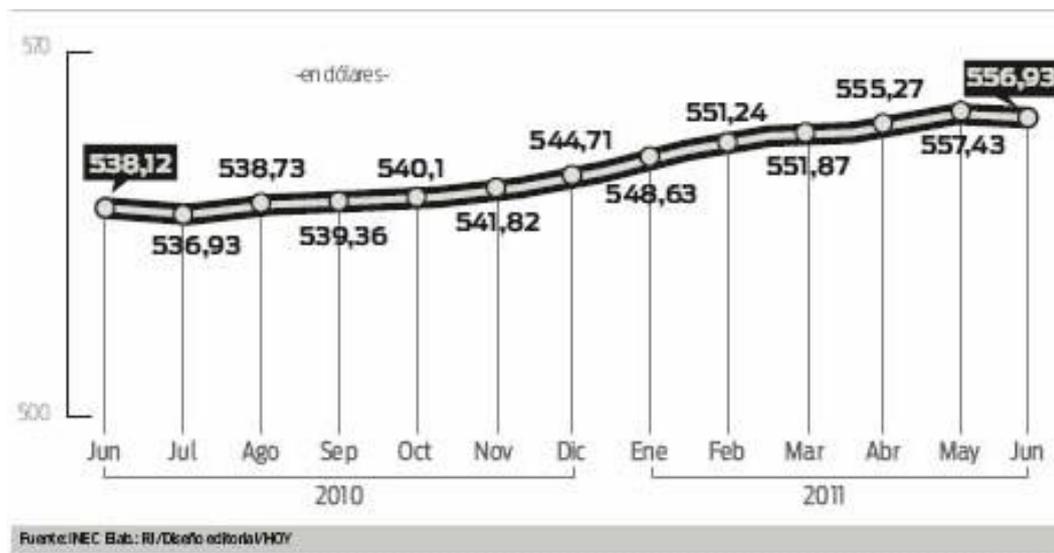
Posibilita la inversión y ampliación de las instalaciones a través de un crédito.

2.2.4. Factor Social

Canasta familiar

La canasta básica familiar en un año pasó de \$538,12 a \$556,93 según el INEC

Gráfico Nº 3 Variación de la Canasta Familiar Básica



Según las cifras presentadas por el INEC la canasta básica se ubicó el pasado junio en 556,93 lo que significa un incremento de \$18,81 comparado con el mismo periodo de 2010 cuando la canasta fue de \$538,12. A su vez en junio de 2010, el ingreso mensual familiar era de \$448, mientras que en este junio el ingreso familiar se ubicó en \$492,80 lo que representó un aumento de \$44,8.

El incremento de la canasta básica está ligado al incremento de los ingresos y también a la especulación. Según el INEC el ingreso actual cubre el 88,49% de Canasta Básica valor superior al de junio de 2010 en 5,23%.

La canasta vital se ubicó en \$401,81, generado un excedente de \$91,77 respecto al ingreso familiar presentando un incremento de \$16,14 con relación a junio de 2010 cuando fue de \$384,67 mientras que en comparación a mayo del 2011 creció en 0,55%.

Tomado de: <http://www.larepublica.ec/blog/economia/2011/07/26/canasta-basica-subio-1881-en-un-ano-segun-el-inec/>

Efecto sobre el proyecto: Es indudable que si los sueldos suben sube todo, pero en el caso de educación solo en este año se han hecho dos regulaciones a profesores Enero \$264 y en Mayo \$336 esperando para este diciembre un aumento del 15% es decir se viene un nuevo básico de \$386,4 con lo cual sumando sus beneficios de ley se estaría cancelando \$488,90 mensual. Pero no se puede hacer regulaciones intermedias a las pensiones porque alejaría a los alumnos entonces es una amenaza. Los padres de familia admiten que sube todo porque compran diariamente pero les resulta difícil aumentar los valores de pensiones.

Tabla N° 3 Población económicamente activa

FECHA	VALOR
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %
Marzo-31-2011	4.59 %
Febrero-28-2011	4.51 %
Enero-31-2011	4.55 %
Diciembre-31-2010	4.28 %
Noviembre-30-2010	4.30 %
Noviembre-29-2010	4.28 %
Octubre-30-2010	4.30 %
Septiembre-30-2010	4.25 %
Agosto-31-2010	4.25 %
Julio-31-2010	4.39 %
Junio-30-2010	4.40 %
Mayo-31-2010	4.57 %
Abril-30-2010	4.86 %
Marzo-31-2010	4.87 %
Febrero-28-2010	5.16 %
Enero-31-2010	5.24 %
Diciembre-31-2009	5.24 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tomado de: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

Tabla N° 4 Tasa de desempleo

FECHA	VALOR
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %
Diciembre-31-2008	7.31 %
Septiembre-30-2008	7.06 %
Junio-30-2008	6.39 %
Marzo-31-2008	6.86 %
Diciembre-31-2007	6.07 %
Septiembre-30-2007	7.06 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tomado de: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

Tabla Nº 5 Tasa de desempleo Quito

FECHA	VALOR
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %
Diciembre-31-2010	4.32 %
Septiembre-30-2010	5.77 %
Junio-30-2010	6.65 %
Marzo-31-2010	7.14 %
Diciembre-31-2009	6.12 %
Septiembre-30-2009	6.09 %
Junio-30-2009	5.23 %
Marzo-31-2009	7.04 %
Diciembre-31-2008	5.76 %
Septiembre-30-2008	6.16 %
Junio-30-2008	5.89 %
Marzo-31-2008	6.40 %
Diciembre-31-2007	6.06 %
Septiembre-30-2007	7.40 %

Fuente Banco Central

Tomado de: http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbi=desempleo_quito

En términos genéricos podríamos decir que la tasa de desempleo es una tasa relacionada al crecimiento o declinación que se mide en relación a la población que puede trabajar y lo desea hacer, estén o no estén trabajando llamado Población Económicamente Activa obtenida como la sumatoria entre el número de desempleados más el número de desempleados existentes en una economía.

$$L = N + U$$

Para medir la tasa de desempleo se parte del cociente entre los desempleados y la PEA así:

$$u = \text{Desempleados} / \text{PEA} \text{ es decir } u = U/L.$$

La PEA es la población entre 15 y 65 años que tienen trabajo o lo buscan activamente. Es la suma de ocupados, desocupados y subocupados que representan el 62% de la población. La tasa de desempleo en relación a Quito, que es nuestro sector de influencia evidencia un descenso de casi el 50% en relación al 2007.

Efecto en el proyecto: Se reduce la cantidad de profesionales que opten por un cargo y como escasea la posibilidad de conseguir será a un sueldo mayor.

2.2.5. Factor Cultural

Fiestas Importantes

En su mayor parte los habitantes del sur de Quito son mestizos y provincianos que han venido en búsqueda de oportunidades laborales y han hecho su vida en la ciudad y se han acoplado a las costumbres y tradiciones, entre las que más se celebran tenemos:

Tradiciones Culturales

- Finados
- Carnaval
- Semana Santa
- Día de la madre
- Navidad

Fiestas cívicas

- 6 de Diciembre fundación de Quito
- 10 de Agosto
- 1 de mayo

Estas son las festividades más importantes las mismas que tienen que ver con costumbres religiosas y fiestas cívicas con descanso obligatorio. Internamente en los hogares también celebran nacimientos, cumpleaños, primeras comuniones, bodas, influenciados por las costumbres.

Gastronomía:

En el sur de Quito hay todo y para todos los gustos se puede conseguir toda variedad de platos típicos o comunes, en las tradicionales huecas, como Doña Conchita, Los Motes de San Bartolo, En la Michelena o en los Centros Comerciales. En este sentido se considera una oportunidad la diversidad cultural.

2.2.6. Factor Político Legal

El órgano regente de dictaminar las políticas educativas es el Ministerio de Educación y por intermedio de las Direcciones Provinciales hacer cumplir, existe:

Marco Curricular

- Nuevo currículo de la educación infantil, educación básica, bachillerato y de formación de docentes.

Marco del Talento Humano

- Sistema de formación docente, Sistema de carrera docente, Sistema de desarrollo profesional, Sistema de supervisión educativa, Sistema de capacitación profesional.

Marco Legal

- Nueva Ley de Educación
- Nuevo reglamento de educación

Políticas del Plan Decenal de Educación: 2006 -2015

Política 1: Universalización de la Educación Inicial de 0 a 5 años de edad.

Política 2: Universalización de la Educación General Básica de primero a décimo año.

Política 3: Incremento de la matrícula en el bachillerato hasta alcanzar al menos el 75% de la población en la edad correspondiente.

Política 4: Erradicación del Analfabetismo y Fortalecimiento de la Educación Alternativa.

Política 5: Mejoramiento de la Infraestructura física y el equipamiento de las Instituciones Educativas.

Política 6: Mejoramiento de Calidad y Equidad de la Educación, Implementación de un Sistema Nacional de Evaluación.

Política 7: Revalorización de la Profesión Docente, Desarrollo Profesional, Condiciones de Trabajo y Calidad de Vida.

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

Sobre esta última política desearía argumentar algunos indicadores de algunos países como Corea del Sur el 11%, Israel 10%, Japón 9%, Cuba 8,5%, Chile 7,5% Finlandia 7,2% USA 6% Panamá 5,9, Argentina 6%.

http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Ecuador/Ecuador_Hacia_Plan_Decenal.pdf

Es indudable que con este plan, la educación se convertiría en pública a corto plazo bien por la educación para todos, pero como negocio estaría tambaleando, no pago de matrícula, no pago de pensiones, uniformes, libros gratis y colación escolar, y con un aumento consecutivo de salarios docentes se tornaría impagable.

2.2.7. Factor Ambiental

Permite que se introduzcan pautas de comportamiento ambiental tales como técnicas de reciclaje de papel y botellas plásticas, actividad que la institución ya lleva a cabo con la Administración Quitumbe y la Dirección de Medio Ambiente, hasta hace un año se obtuvo una patente ambiental y hoy vamos camino hacia un sello verde municipal, por tanto es un factor a favor.

2.2.8. Factor Tecnológico

El internet está revolucionando las comunicaciones y también la forma de enseñar y aprender de forma interactiva, la introducción de pizarras digitales, la combinación de imágenes sonido multimedia y la animación convierten a las clases en dinámicas y comprensivas. La posibilidad de disponer hoy en día de las computadoras y el software facilita el desarrollo de las actividades productivas las TICS y la WEB 2.0 ayudarán a que el niño y joven tenga más competencias y se familiarice con el mundo globalizado. Entonces es una oportunidad el acceso a la tecnología para el desarrollo educativo.

2.3. Análisis del Micro Entorno

2.3.1. Clientes

Tabla Nº 6 Cuadro Comparativo de Clientes

Clientes	¿Que compran?	Percepción del cliente sobre servicios	Clasificación		Nivel de Impacto		
			Amenaza	Oportunidad	Alto	Medio	Bajo
Pre-escolar							
Niños de 4 a 5 años	Conocimiento Valores Amigos	Lugar donde puede desarrollar y adquirir habilidades, destrezas y conocimientos para su base de estudios		X	X		
Niños de 6 a 11 años	Conocimiento Valores Amigos	Tener la seguridad de que el Centro Educativo brinda servicios de calidad y que sus niños van a estar bien		X	X		
Colegio							
Jóvenes de 12 a 20 años	Conocimiento Valores Relaciones Humanas Formación para el presente y futuro	Sentirse a gusto y tener la seguridad que está en el lugar ideal y que va a aprender lo que necesita		X	X		

Realizado por: Lenin Jácome

Para el Centro Educativo, el niño y el joven es la clave para su supervivencia de ahí que cada cosa que se implemente como parte de su proceso de formación o de recreación a más de sus especialidades constituyen los principales atractivos para el cliente. Por tanto es una oportunidad contar con niños y jóvenes que les guste la educación en esta Unidad Educativa.

2.3.2. Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es un medio que permite abastecerse de los insumos necesarios para su buena operatividad. Los productos de limpieza tales como cloros, jabón líquido, detergentes lo compramos en el Supermercado Santa María, Akí o Tía que están cerca a la institución, también hay carros de repartidores conocidos que ofrecen el producto a domicilio por tanto se pide para un tiempo y luego ellos están pendientes cuando se nos acabe, en el tema de escobas a más de las Dispensas hay escoberos artesanales en el sector que hacen de buena calidad y menos precio. Para el mantenimiento de los pupitres se cuenta con cerrajeros del sector que los sueldan y los pintan de la misma forma hay dos mecánicas ubicada en la Playwood y Solanda en donde pueden confeccionar nuevos. Para el tema de pintura y arreglos del local se cuenta con albañiles conocidos y para los materiales hay la fábrica de Pinturas Cóndor a precio de fábrica y ferreterías del sector. Para el caso del mantenimiento de la piscina se cuenta con la empresa que vendió los Equipos INMERA y ACUATEC también hay técnicos independientes que dan mantenimiento a los filtros y bombas así como a los calefones. Para el mantenimiento de equipos de cómputo hay un Ingeniero en sistemas de planta y centros de cómputo en la zona. Entonces es una oportunidad el poder contar con proveedores de insumos y servicios para no interrumpir la gestión académica.

2.3.3. Competencia

Competencia directa

Se puede identificar por lo menos unos treinta centros educativos entre pequeños, medianos y grandes que venden lo mismo educación en sus distintas modalidades pre-primaria, primaria y secundaria, sin embargo podría identificar a cuatro establecimientos que estarían hasta una distancia de 5 km y es la Unidad Educativa Solidaridad, La Unidad Educativa de las Américas, La

Unidad Educativa Aristóteles, La Unidad Educativa del Valle, La Unidad Educativa Jim Irwin, La Unidad Educativa Vida Nueva, La Unidad Educativa Nueva Primavera, La Unidad Educativa La Bretaña.

Tabla Nº 7 Cuadro de matriz perfil competitivo

	FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	U.E. Solidaridad		U.E De las Américas Quitumbe		
		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Servicios que ofrece	0,2	3	0,6	3	0,6
2.-	Variedad de especialidades	0,1	3	0,3	2	0,2
3.-	Nivel Académico	0,2	3	0,6	3	0,6
4.-	Costo de Pensión	0,3	4	1,2	3	0,9
5.-	Localización	0,1	3	0,3	4	0,4
6.-	Espacio físico	0,1	4	0,4	2	0,2
	TOTAL	1		3,4		2,90

Realizado por: Lenin Jácome

Tabla Nº 8 Cuadro de matriz perfil competitivo

	FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	U.E. Aristóteles		U.E Del Valle		
		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Servicios que ofrece	0,2	2	0,4	3	0,6
2.-	Variedad de especialidades	0,1	3	0,3	2	0,2
3.-	Nivel Académico	0,2	3	0,6	3	0,6
4.-	Costo de Pensión	0,3	3	0,9	3	0,9
5.-	Localización	0,1	3	0,3	3	0,3
6.-	Espacio físico	0,1	2	0,2	3	0,3
	TOTAL	1		2,7		2,9

Realizado por: Lenin Jácome

Tabla N° 9 Cuadro de matriz perfil competitivo

	FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	U.E. Jim Irwin		U.E Vida Nueva		
		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Servicios que ofrece	0,2	4	0,8	4	0,8
2.-	Variedad de especialidades	0,1	3	0,3	4	0,4
3.-	Nivel Académico	0,2	4	0,8	3	0,6
4.-	Costo de Pensión	0,3	3	0,9	5	1,5
5.-	Localización	0,1	3	0,3	5	0,5
6.-	Espacio físico	0,1	3	0,3	5	0,5
	TOTAL	1		3,4		4,3

Realizado por Lenin Jácome

Tabla N° 10 Cuadro de matriz perfil competitivo

	FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	U.E. Nueva Primavera		U.E La Bretaña		
		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Servicios que ofrece	0,2	3	0,6	3	0,6
2.-	Variedad de especialidades	0,1	3	0,3	3	0,3
3.-	Nivel Académico	0,2	2	0,4	3	0,6
4.-	Costo de Pensión	0,3	5	1,5	4	1,2
5.-	Localización	0,1	5	0,5	3	0,3
6.-	Espacio físico	0,1	4	0,4	3	0,3
	TOTAL	1		3,7		3,3

Realizado por Lenin Jácome

Tabla N° 11 Cuadro de matriz perfil competitivo

	FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	Academia Iturralde		U.E Isaac Pitman		
		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Servicios que ofrece	0,2	4	0,8	3	0,6
2.-	Variedad de especialidades	0,1	4	0,4	4	0,4
3.-	Nivel Académico	0,2	3	0,6	4	0,8
4.-	Costo de Pensión	0,3	4	1,2	4	1,2
5.-	Localización	0,1	5	0,5	3	0,3
6.-	Espacio físico	0,1	5	0,5	3	0,3
	TOTAL	1		4,0		3,6

Realizado por Lenin Jácome

Pese a existir muchos centros educativos el cliente tiene la posibilidad de escoger un Centro Educativo que cumpla con sus aspiraciones y por parte del Centro Educativo en capturar a ese interesado en base a sus atractivos, por tanto es una oportunidad.

2.3.4. Productos sustitutos

El sustituto que existe para la educación particular es la educación fiscal y la municipal. Los centros educativos particulares crecieron porque los gobiernos no atendían a la educación y priorizaron los pagos de deuda externa antes que la inversión social, pero ahora es a la inversa se destinará el 30% del presupuesto del estado para el mejoramiento educativo a través de las políticas del plan decenal y en caso del municipio ve a la administración municipal como capaz de proporcionar educación de calidad teniendo como referente en el Sur a la Unidad Educativa Quitumbe. Los colegios fiscales que se han potencializado con este gobierno son:

Colegio Jorge Mantilla Ortega, capacidad para 500 alumnos área de infraestructura 1000mt² construcción en prefabricados Dinace.

Colegio Ricardo Cornejo, capacidad para 650 alumnos área de infraestructura 1200mt² construcción mixta.

Unidad Educativa Milenio, capacidad para 800 alumnos área de infraestructura 1800mt² inaugurado hace tres años.

Esc. Rafael Cruz Cevallos, capacidad para 500 alumnos área de infraestructura 700mt²

Esc. Celiano Monge, capacidad para 500 alumnos área de infraestructura 1000 mt²

2.3.5. Amenaza de ingreso de nuevos competidores

Anteriormente cuando un profesional de la educación se jubilaba o alguna persona se graduaba y disponía de algún recurso optaba por ponerse un centro educativo, toda vez que no existía muchos requisitos como título o una gran infraestructura. Las políticas de atención al sector fiscal y la mejora salarial está llevando al cierre de algunos establecimientos, pero por otro lado hay empresas lideradas por la Academia Miguel Iturralde, Traversari, Ampetra, Howuar, que han realizado mega construcciones y sean convertido en cadenas educativas, estas pueden manejar costos, y a través de campañas agresivas de radio y televisión captar al mayoreo los alumnos.

Salvo que den otras condiciones en el manejo del país, difícilmente pienso que alguien invertiría en un negocio sin fines de lucro.

2.3.6. Poder de negociación de los clientes

La gran oferta de Centros Educativos, la variedad de costos que ofrecen puede llevar al cliente a tratar de ofrecer un precio y más aún si tiene varios alumnos, de ahí que hay que tener un valor especial para la Propensión marginal a consumir y llegar a un buen acuerdo, también hay cierta fidelidad del cliente la cual es compensada con un aumento en menor proporción que los otros. Pese a que el cliente estará en la línea de lo bueno, bonito y barato la idea de la Unidad Educativa es buscar una cierta diferenciación.

2.3.7. Análisis de competitividad de las 5 fuerzas de Porter

Tabla N° 12 Cuadro del análisis de las 5 fuerzas de Porter

	Competencia	Poder de Negociación de Proveedores	Poder de Negociación de Clientes	Producto Sustituto	Barreras de Entrada
Nivel del Sector	Medio-Bajo	Medio	Medio	Alto	Bajo
Nivel de Aceptación	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio-Bajo
Calificación	2,50	3,00	3,00	5,00	2,50
Total	16				
Ponderación	3,2				

Realizado por Lenin Jácome

El nivel de aceptación del sector es medio por lo tanto es una oportunidad conservando los parámetros de costos.

2.4 Segmentación de Mercado

Consiste en la división de un mercado para obtener grupos de clientes homogéneos en características, necesidades y preferencias, a fin de establecer un mercado objetivo que vaya en función de la propuesta de negocio, se utilizó

una micro segmentación utilizando variables demográficas, socioeconómica, psicológica, conductuales.

Segmentación Demográfica:

Género: Sin restricción, edad: 18-60 años

Ocupación: Trabajadores públicos, privados, independientes

Educación: Secundaria, superior, post grado.

Ingresos: Anuales de 3000 – 12000 USD, Presupuesto diario : \$10

Ciclo de vida: Indiferente

Núcleo familiar: de 3 personas

Religión: cualquiera

Segmentación socioeconómica

Estrato social: Medio y Medio alto

Segmentación Psicográfica

Personalidad: Extrovertidos, Introversos, Educados, Amigables

Estilos de vida: Moderados, Deportistas, De casa

Segmentación Conductual

Frecuencia de uso: Alto

Actitud ante el servicio: Entusiasta

Frecuencia de compra: Media

Ocasiones de compra: Temporada

Grado de conocimiento: Deseo

Beneficios del servicio: Satisfacción, aprendizaje

Mercado Meta

Es toda clase de hogares que vivan en el sector sur y también que piensen vivir más adelante y que necesiten una Unidad Educativa moderna, que cumpla sus expectativas y que les quede cerca.

2.5. Investigación de Mercados

Nos ayuda a tener información para tomar decisiones sobre el comportamiento del mercado a fin de que el proyecto cumpla su meta

Objetivo de la investigación:

Determinar el tamaño del mercado a fin de determinar los gustos e intereses de los padres de familia a fin de que puedan matricular a sus hijos, y poder determinar una estrategia que permita esa atracción.

2.5.1. Diseño de la Muestra

El mercado de la presente investigación son los padres de familia que viven en los sectores aledaños sean dueños de casa o inquilinos

Tamaño de la muestra

Se estima que en el sector delimitado para la investigación de mercado se tiene una población aproximada de 7000 personas que sean padre o madre de familia, vivan en el sector comprendido desde El recreo hasta Guamaní.

<p>n = Tamaño de la muestra N = Universo K = Porcentaje de confiabilidad Desviación estándar 1,96 e = margen de error del 5% P= Número de casos positivos Q= Número de casos negativos N = 7000 habitantes del Sector Sur de el Recreo hasta Guamaní</p>
--

$n = \frac{NK^2 \times P \cdot Q}{K^2NE^2 + P \cdot Q}$

$$n = \frac{7000 (1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(1.96)^2 7000 (0.05)^2 + (0.50) (0.50)}$$

n = 194,58 Encuestas a padres de familia

Por tanto el número de encuestas a realizar será 195.

ELABORACIÓN DE ENCUESTAS

ENCUESTA

Propósito: Generar posicionamiento y ventaja competitiva de la Unidad Educativa Isaac Pitman

Marque con una X la respuesta que considera adecuada

1. Para la educación de su hijo buscaría un Centro Educativo?

Público Privado

2. Buscaría usted un Centro Educativo de Prestigio y que le quede cerca a su casa?

Si No

3. Qué tipo de nivel educativo necesita

Pre-Primaria Primaria Secundaria

4. Su trabajo es?

Público Privado

5. Su salario en que escala está?

Menos de \$265 De \$265 a \$450 De \$450 a \$700
De \$700 a \$1000 Más de 1000

6. Cuántos miembros de su familia trabajan y aportan al presupuesto familiar?

1 2 3 4

7. Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar de pensión por la educación de sus hijos?

De \$40 a \$50 De \$50 a \$60 De \$60 a \$70 Más de \$70

8. Qué tipo de Centro Educativo busca? Marque una opción

Bueno – Bonito – Barato
 Completo y de Costo asequible
 Completo y de Costo intermedio
 Que sea básico y conveniente

9. Qué aspectos primarían más en su decisión?

El costo de la pensión
 La calidad educativa
 El prestigio de la institución
 El área recreativa
 Que disponga de piscina

10. Busca una de estas especialidades para la formación de su hijo?

Bachillerato único o General en Ciencias
 Bachillerato en sistemas
 Bachillerato en hotelería y turismo
 Bachillerato en Mecánica Automotriz
 Bachillerato en Electricidad y Electrónica
 Otra especialidad cuál? _____

11. Conoce usted o a escuchado de la Unidad Educativa Isaac Pitman?

Si No

12. Si su respuesta es Si cuál es su apreciación en relación a educación?

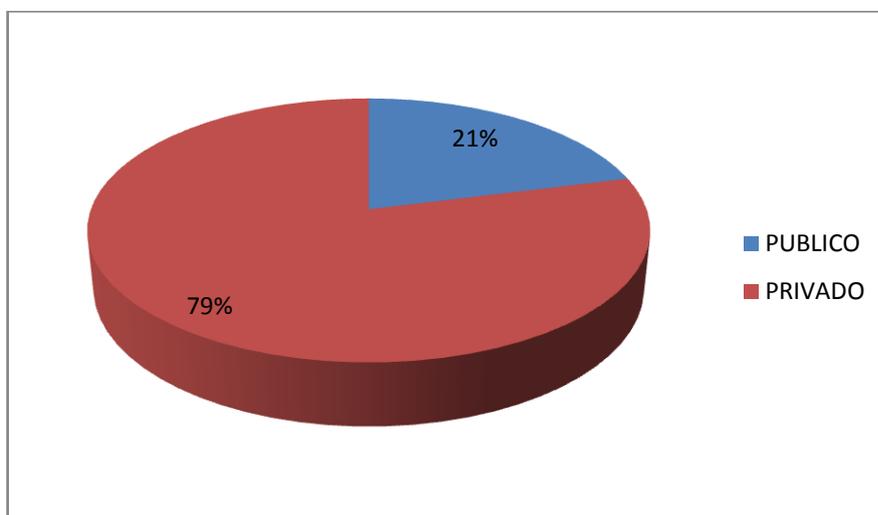
Excelente Buena Mala Debe mejorar

Gracias por su colaboración

Tabulación de Encuestas a Padres de Familia

1. Para la educación de su hijo buscaría un Centro Educativo?

VARIABLE	FRECUENCIA
PÚBLICO	41
PRIVADO	154
TOTAL	195

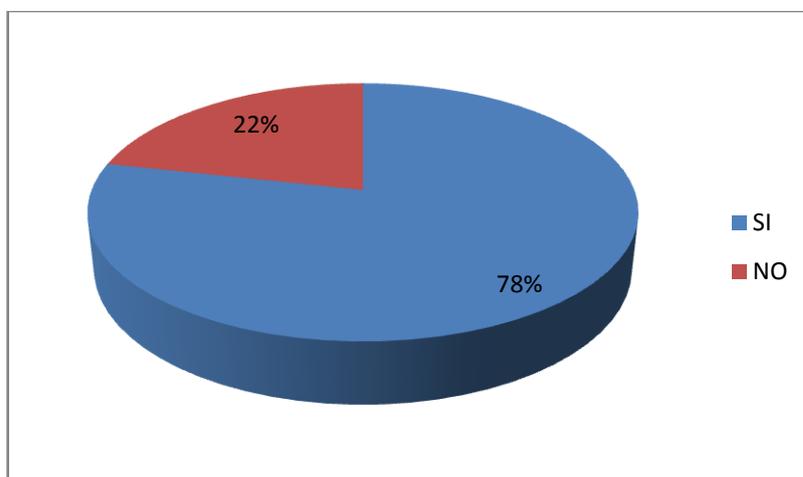


Realizado por Lenin Jácome

Interpretación: El 79% lo matricularía en una institución particular frente a un 21% que lo haría en fiscal lo que nos da entender que no encontraron cupo en este año pero cuando tengan oportunidad lo harían.

2. Buscaría usted un Centro Educativo de Prestigio y que le quede cerca a su casa?

VARIABLE	FRECUENCIA
SI	153
NO	42
TOTAL	195

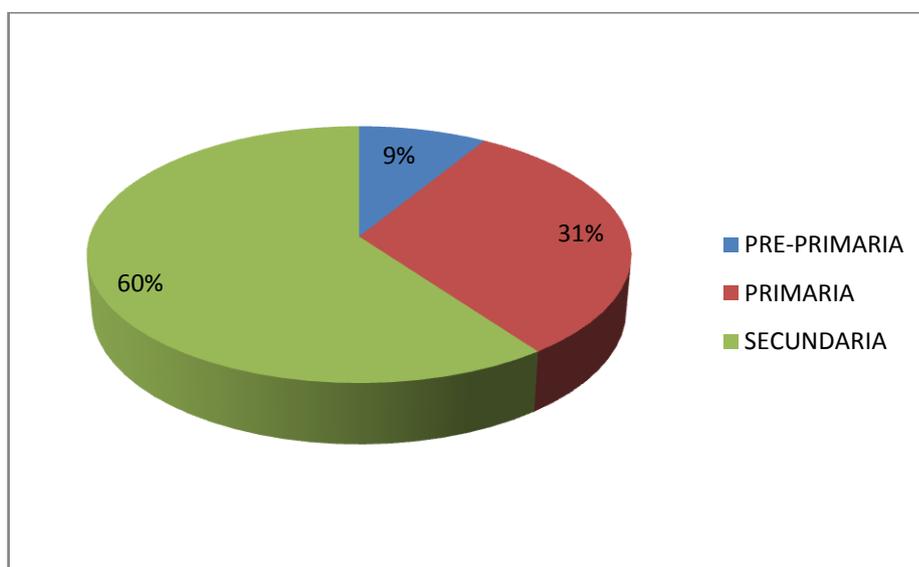


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 78% opina que si frente a un 22% que no, en su gran mayoría ahorrarían costos de recorrido, pasajes y tendrían la oportunidad de ir mas seguido averiguar el rendimiento de sus hijos.

3. Qué tipo de nivel educativo necesita?

VARIABLE	FRECUENCIA
PRE-PRIMARIA	17
PRIMARIA	61
SECUNDARIA	117
TOTAL	195

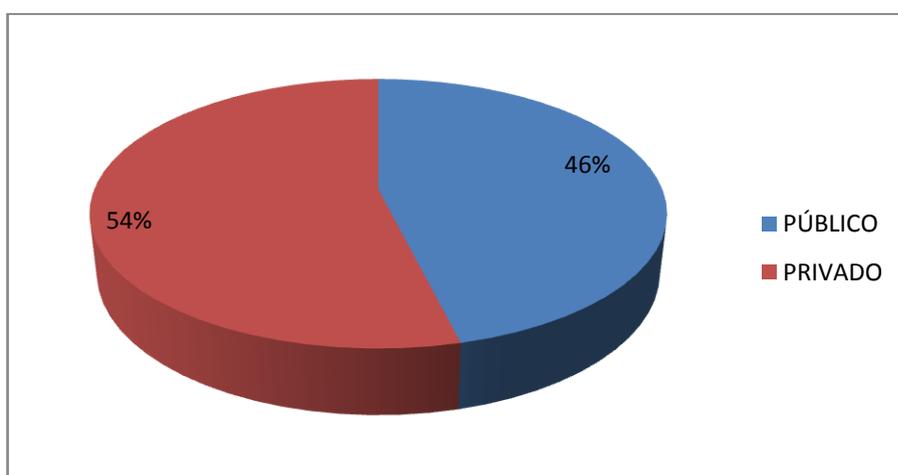


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: Se desprende que el 60% buscaría la secundaria, el 31% la primaria y 9% pre-escolar, lo cual nos induce a pensar que hay más necesidad de colegio, las escuelas darían cobertura y los centros de atención inicial o guarderías abarcarían el periodo inicial.

4. Su trabajo es?

VARIABLE	FRECUENCIA
PÚBLICO	90
PRIVADO	105
TOTAL	195

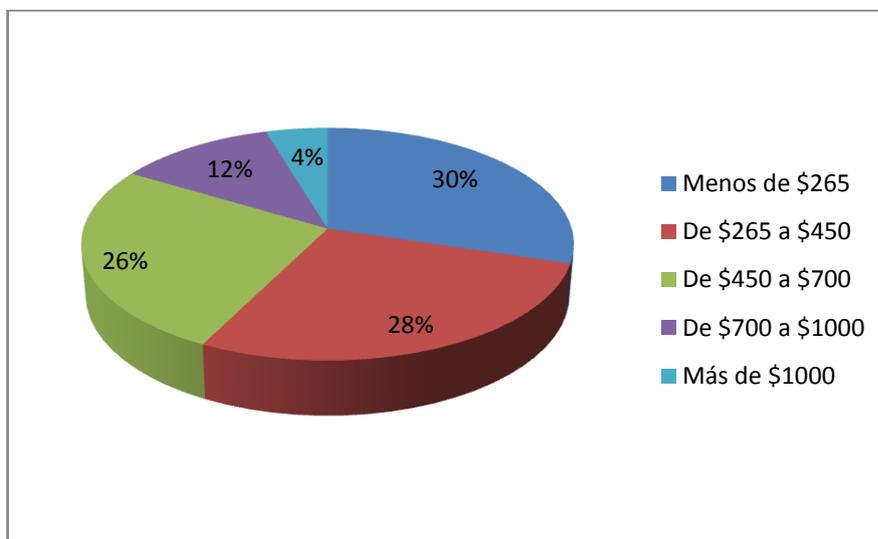


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 54% tiene un trabajo privado, sea empresarial, de servicios, de ventas o informal, frente a un 46% que tiene una dependencia del estado y un cargo y sueldo fijo.

5. Su salario en que escala está?

VARIABLE	FRECUENCIA
Menos de \$265	58
De \$265 a \$450	54
De \$450 a \$700	51
De \$700 a \$1000	23
Más de \$1000	9
TOTAL	195

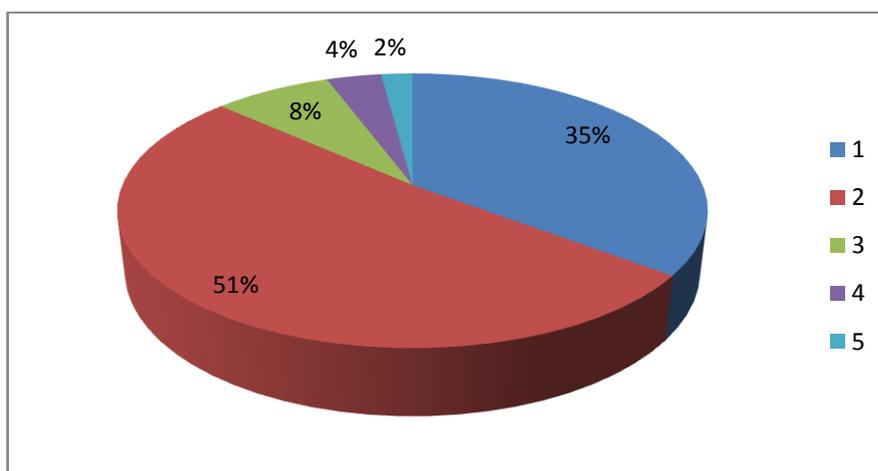


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 30% gana menos de \$265, el 28% gana sobre el básico y depende la función que cumpla, el 26% ya aplica a una tabla sectorial o mantiene pequeños negocios, el 12% tiene más disponibilidad por ser empleado de carrera o negocio propio, y hay un 4% que tiene mejor disponibilidad.

6. Cuántos miembros de su familia trabajan y aportan al presupuesto familiar?

VARIABLE	FRECUENCIA
1	69
2	100
3	15
4	7
5	4
TOTAL	195

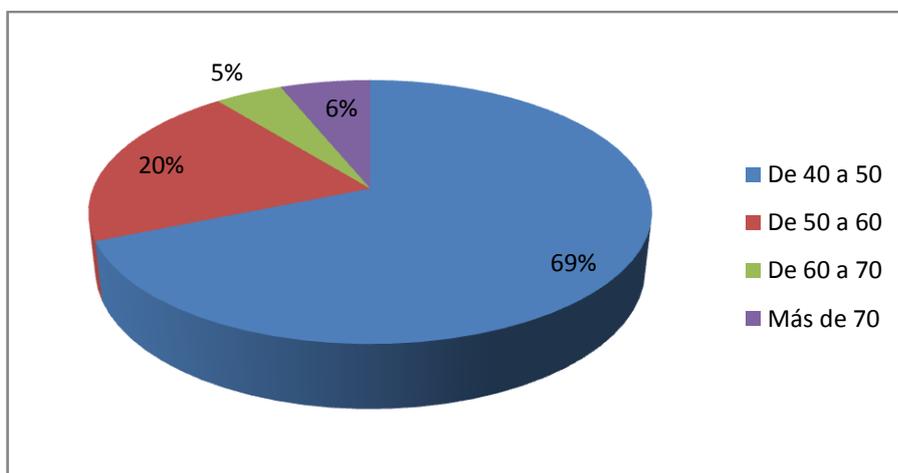


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: En el 35% de hogares trabaja un solo miembro el resto hace actividades de casa, cuidado de los hijos, el 51% que es el mayor trabajan dos personas por lo general papa y mamá, en el 8% trabajan 3 miembros en el 4% 4 miembros y el 2% 5 miembros es decir todos trabajan y contribuyen a la casa son casos en los que son bastantes de familia y hay hijos sobre la mayoría de edad pero viven todavía en la casa.

7. Hasta cuánto estaría dispuesto a pagar de pensión por la educación de sus hijos?

VARIABLE	FRECUENCIA
De 40 a 50	134
De 50 a 60	40
De 60 a 70	9
Más de 70	12
TOTAL	195

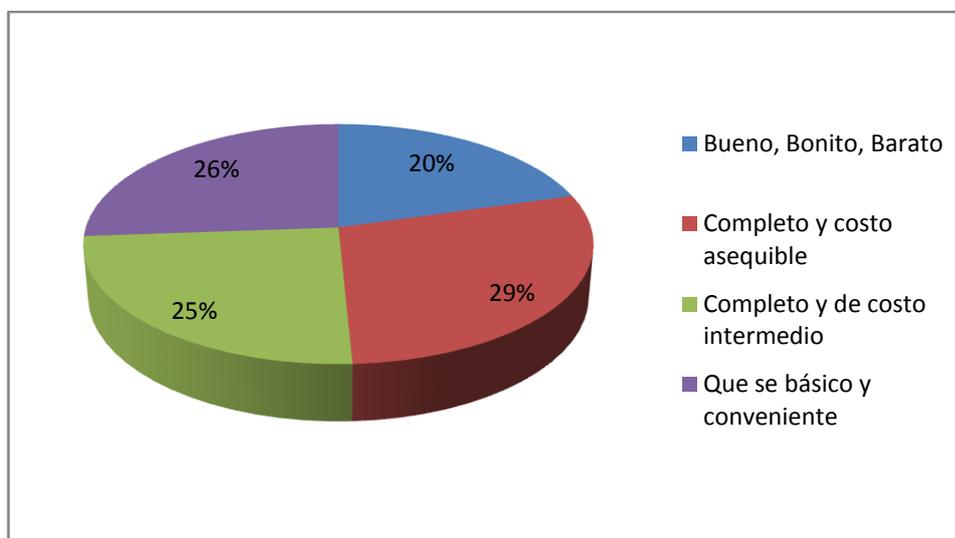


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 69% es decir en su gran mayoría dispone de un presupuesto entre \$40 y \$50 y básicamente corresponde aquellos que ganan entre los \$250 y \$450. Hay un 20% que está dispuesto a pagar entre \$50 y \$60 y son aquellos cuyos sueldos están entre \$450 y \$700. Hay un 5% que pueden de \$60 a \$70 y un 6% que incluso puede hacerlo más pero así mismo exigiría que se disponga de todo y que todo funcione bien.

8. Qué tipo de Centro Educativo busca? Marque una opción

VARIABLE	FRECUENCIA
Bueno, Bonito, Barato	40
Completo y costo asequible	56
Completo y de costo intermedio	48
Que se básico y conveniente	51
TOTAL	195

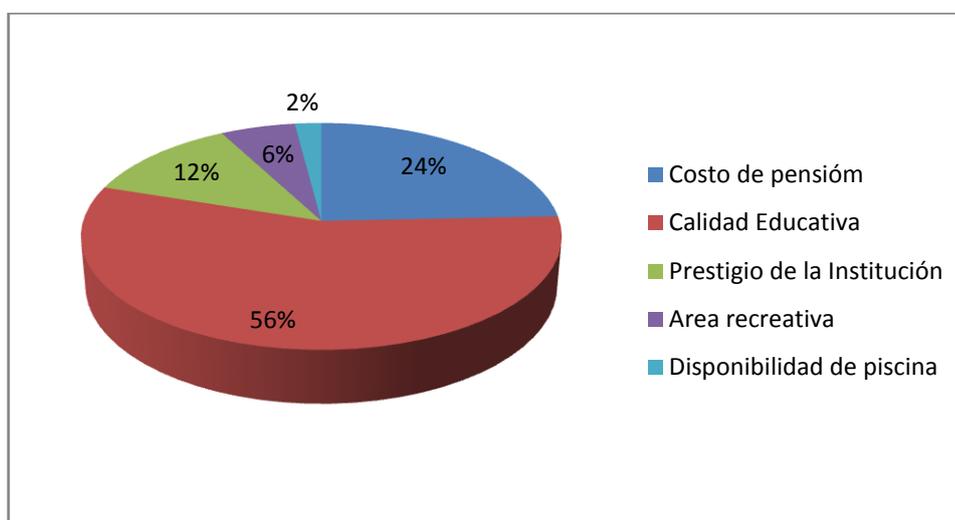


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 20% se inclina por bueno, bonito y barato y dentro de esta escala están gente cuya escala de sueldos le da para algo intermedio sin embargo buscan ahorro. Hay un 29% que buscaría una institución que tenga todo y que el costo se asequible es decir que cubiertas sus prioridades también les alcance para la educación particular, el 25% buscaría una cierta comodidad y tranquilidad para sus hijos incluso para su nivel social por tanto optaría en algo completo y de costo intermedio ni barato ni caro. Aparece también un 26% que no le llama atención de nada con tal que sea colegio y sea conveniente el pago que estudien.

9. Qué aspectos primarían más en su decisión?

VARIABLE	FRECUENCIA
Costo de pensión	72
Calidad Educativa	165
Prestigio de la Institución	36
Área recreativa	17
Disponibilidad de piscina	6
TOTAL	296

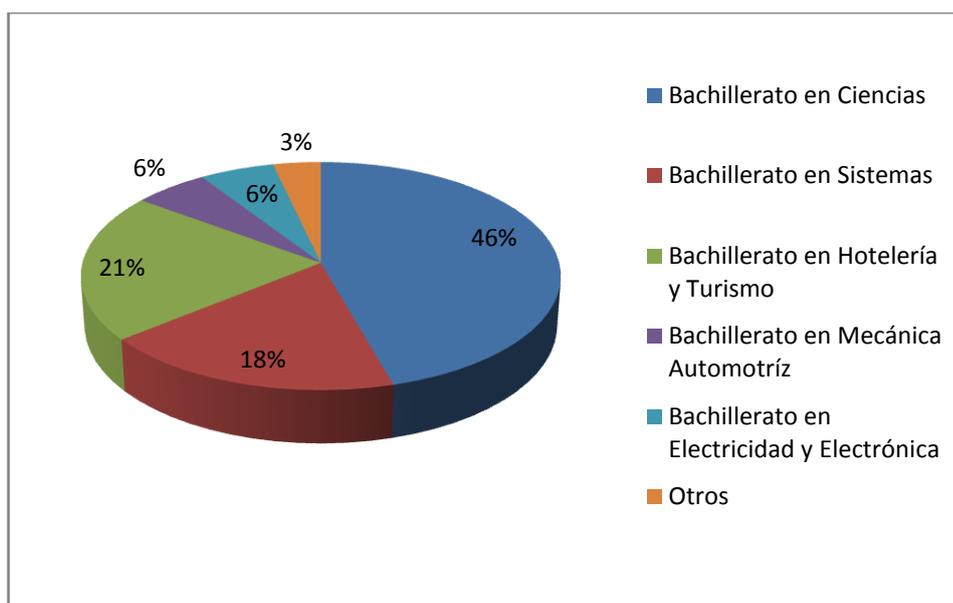


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: Para el 24% primaría en su decisión el costo de la pensión, Hay un 56% que pese a todos los factores esperaría una buena educación, hay un 12% que estima que la reputación es importante y se iría por el prestigio o antigüedad del establecimiento. Hay un 6% que analizaría el esparcimiento y áreas de juego. Y hay un 2% que quisiera que su establecimiento disponga de piscina.

10. Busca una de estas especialidades para la formación de su hijo?

VARIABLE	FRECUENCIA
Bachillerato en Ciencias	89
Bachillerato en Sistemas	36
Bachillerato en Hotelería y Turismo	41
Bachillerato en Mecánica Automotriz	11
Bachillerato en Electricidad y Electrónica	11
Otros	7
TOTAL	195

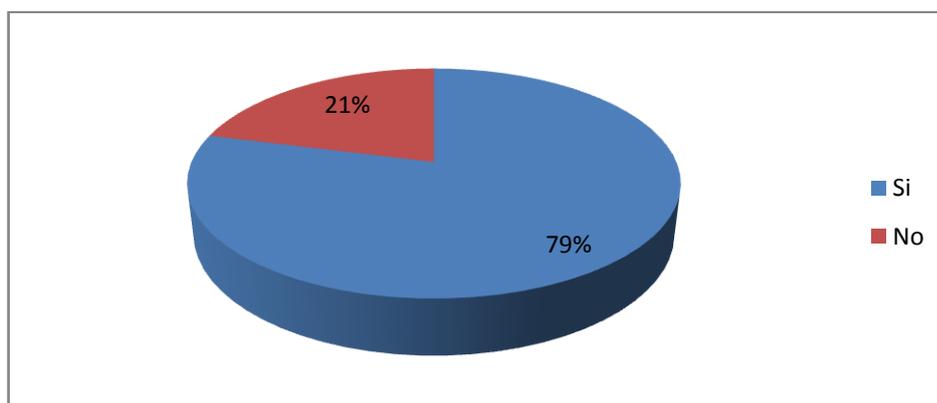


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 46% optaría por el bachillerato en Ciencias debido al gran impulso del Gobierno por el Bachillerato Único, Se conservarían las especialidades técnicas y el 18% optaría por Sistemas el 21% por Hotelería y Turismo, el 6% Mecánica automotriz, el 6% Electricidad y Electrónica, y hay un 3% que optaría por Agronomía y Contabilidad.

11. Conoce usted o a escuchado de la Unidad Educativa Isaac Pitman?

VARIABLE	FRECUENCIA
Si	154
No	41
TOTAL	195

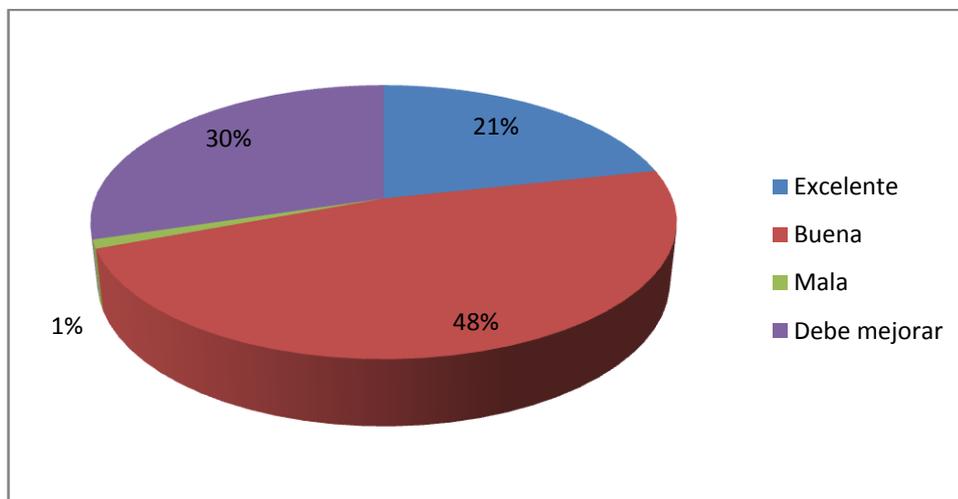


Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: El 79% de los encuestados hay escuchado hablar o conocen la Unidad Educativa frente a un 21% que no ha escuchado.

12. Si su respuesta es Si cuál es su apreciación en relación a educación?

VARIABLE	FRECUENCIA
Excelente	42
Buena	93
Mala	2
Debe mejorar	58
TOTAL	195



Realizado por: Lenin Jácome

Interpretación: Hay un 48% que indica que la educación es buena y 21% que indica que la educación es excelente, podría decir que en algún momento fueron usuarios o son usuarios y tienen un buen referente de alguien. Hay un 30% que ha encontrado algún pero impide alcanzar un nivel de satisfacción y como en todo lado nada en absoluto también hay un 1% que por algún motivo piensan que es malo. Sin embargo este último porcentaje nos es indiferente 2 personas que a lo mejor por envidia o problemas siempre critica.

2.6 Oferta de Mercado

Tal como se especifica en las fichas de cada establecimiento pese a encontrarse de un kilómetro a cinco kilómetros, constituyen competencia, pero de este estudio se establecerá diferenciación lo que permitirá generar ventaja competitiva.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS	NÚMERO DE ALUMNOS
ACADEMIA HAWARD	2300
ARISTÓTELES	800
VIDA NUEVA	1000
NEW LIFE	250
JIM IRWIN	1000
NUEVA PRIMAVERA	700
LA BRETaña	200
SOLIDARIDAD	250
DEL VALLE	200
NASA	200
JORGE CRUZ POLANCO	200
DE LAS AMERICAS	200
ISAAC PITMAN	230
BICENTENARIO	900
RICARDO CORNEJO	1000
JORGE MANTILLA ORTEGA	800
TOTAL	10230

Elaborado por: Lenin Jácome

Proyección de la oferta

La oferta se elabora con la fórmula de interés compuesto para 5 años considerando de acuerdo a la experiencia el aumento de alumnos.

Fórmula

$$M = C(1 + i)^n$$

Donde:

M = Número de estudiantes esperados

C = Alumnos en el último año

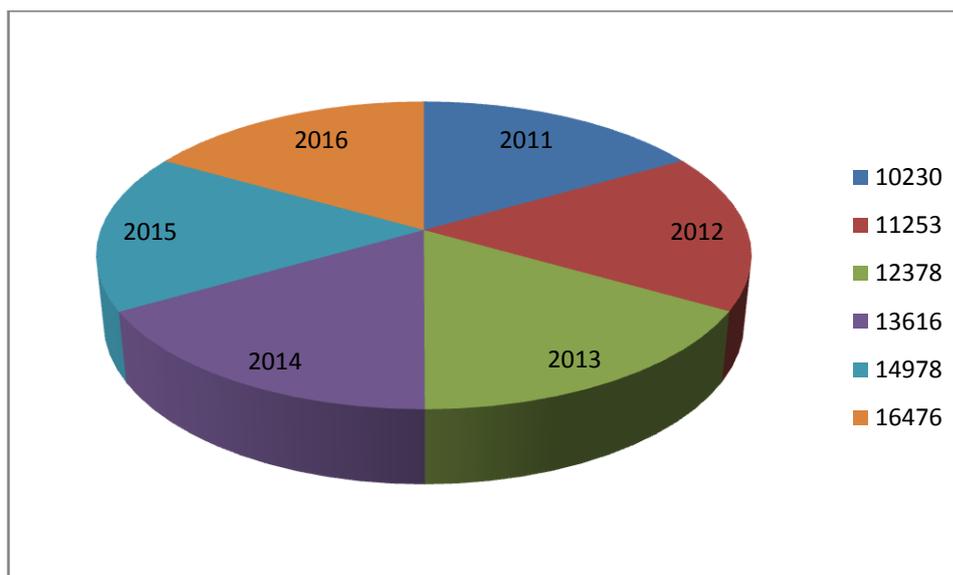
I = Tendencia de crecimiento un 10%

n = años

Tabla N° 13 Proyección de la Oferta

n	años	alumnos
0	2011	10230
1	2012	11253
2	2013	12378
3	2014	13616
4	2015	14978
5	2016	16476

Gráfico N° 4 Proyección de la Oferta



Elaborado por: Lenin Jácome

2.7 Análisis de la Demanda

Demanda actual

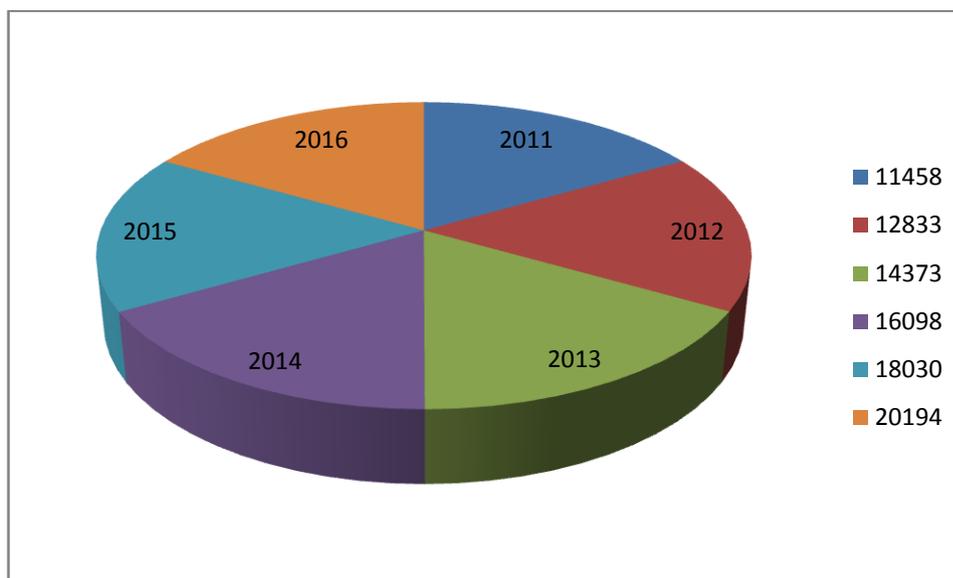
Según la Ministra Coordinadora de Desarrollo Social, el porcentaje de niños y niñas que asisten a la educación básica, entre 5 y 4 años aumentó en cuatro puntos porcentuales desde el 2006-2010 a sí mismo la escolarización del bachillerato aumento en 12 puntos, entonces de acuerdo al INEC-2009 la tasa de escolarización del bachillerato aumento desde el 2007 en 43,5% al 2009 en 54,8%.

Cada año aumenta un promedio de 100.000 alumnos en diferentes modalidades, también se debe considerar que solo hay 6.700 maestros nuevos con nombramiento que atiendes 60 alumnos por aula cuando el estándar de calidad indica de 25 a 30.

Tomado de: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101167615/-1/Infraestructura_no_cubre_demanda_de_estudiantes_en_Ecuador.html

Tabla N° 14 Proyección de la demanda

n	Año	Estudiantes
0	2011	11458
1	2012	12833
2	2013	14373
3	2014	16098
4	2015	18030
5	2016	20194

Gráfico N° 5 Proyección de la demanda

Elaborado por: Lenin Jácome

2.8 Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia de la demanda futura y oferta futura así:

Tabla N° 15 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda - Oferta
2011	11458	10230	1228
2012	12833	11253	1580
2013	14373	12378	1995
2014	16098	13616	2482
2015	18030	14978	3052
2016	20194	16476	3718

Elaborado por: Lenin Jácome

CAPÍTULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1. Descripción del Negocio

La Unidad Educativa Isaac Pitman cuenta con infraestructura apropiada desde hace 3 años, viene funcionando 9 años, es conocido en un 79% de los encuestados tiene una capacidad total para 350 alumnos máximo, es el momento de identificar los errores cometidos, aprovechar todos los recursos disponibles y potencializar su capacidad para cumplir sus objetivos.

3.2. Misión

¿Quiénes somos?
Somos una empresa que vende conocimientos útiles para el proceso formativo de los niños y jóvenes del sector sur de Quito.
¿A que nos dedicamos?
A ofrecer educación para pre-escolar, primaria y secundaria para estudiantes de ambos sexos y con diversidad de religión.
¿En que nos diferenciamos?
En ofrecer un ambiente limpio y atractivo, una educación de calidad que va más allá de una relación profesor – alumno y es el ser amigo.
¿Por qué y para que lo hacemos?
Para satisfacer la necesidad de obtener buen conocimiento, valores y sólida formación orientadora, reflexiva y crítica, generando trabajo para desarrollo social del país y al mismo tiempo obtener rentabilidad para inversiones futuras.
¿Para quién lo hacemos?
Para estudiantes de ambos géneros cuyos padres estén en la posibilidad de brindarles la mejor herencia la educación.
¿Cómo lo hacemos?
Poniendo la mejor predisposición y el mejor ánimo cada día.
¿Qué valores respetamos?
Trabajo en equipo, responsabilidad, calidad, eficiencia y eficacia en los recursos y servicios

Ofrecer servicios educativos de excelente calidad, para la formación integral de niños y jóvenes, a través de instalaciones adecuadas, conocimientos actualizados y personal capacitado, basándonos en un trabajo en equipo, responsabilidad, calidad y eficiencia la misma que se verá reflejada en la satisfacción del cliente.

3.3. Visión

¿Qué y cómo queremos ser dentro de x años?
Ser una empresa líder en el sector educativo del Sur de Quito, ofreciendo un servicio de calidad.
¿En que nos queremos convertir?
En un Centro Educativo reconocido
¿Para quién trabajamos?
Para todos los niños y jóvenes con sed de conocimientos libres de vicios amantes de la vida.
¿Qué valores respetamos?
Trabajo en equipo, responsabilidad, calidad, eficiencia y eficacia en los recursos y servicios.

En los próximos cinco años deseamos ser un Centro Educativo Líder y de prestigio en el Sur de Quito reconocido por su estándar de calidad y servicio.

3.4. Valores Corporativos

EXCELENCIA

La excelencia nos exige ser superiores, tener calidad, bondad, perseverancia para la obtención de los objetivos y metas institucionales.

HONRADEZ

Debemos mantener compromisos y obligaciones con padres de familia y alumnos, convirtiendo a la honradez en una obligación respetando los derechos y bienes de los demás así como la integridad moral y física de los alumnos.

Tomado de:

<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071007135110AApIN>

Fo

HONESTIDAD

Expresar respeto por uno mismo y por los demás, darles a los alumnos y padres de familia apertura, confianza, y sinceridad, reconocer a la honestidad como una condición fundamental para las buenas relaciones humanas, para la amistad y una auténtica vida comunitaria.

Tomado de: <http://www.proyectopv.org/1-verdad/honestidad.htm>

LEALTAD

Significa ser incondicional, no traicionarse nunca, siempre obrar en bien. Es un compromiso de pertenencia hacer del Centro Educativo algo propio.
<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100615230621AAgleJI>

PROFESIONALISMO

Es responsabilidad, dedicación, constancia, dedicarse hacer bien lo que tiene que hacer.

LIDERAZGO

Se refiere a un compromiso de estar pendiente, ser dedicado, ser visionario, buscar empoderamiento en las actividades para alcanzar la misión y visión.

TRABAJO EN EQUIPO

Constituye un mecanismo que nos permite compartir responsabilidades, canalizar de mejor manera los objetivos del día a día, generar confianza entre la comunidad educativa para buscar canales de mejor entendimiento y compromisos.

RESPONSABILIDAD

Debe estar en la conciencia de cada uno para reflexionar y administrar mejor nuestros actos, debe ser una forma más eficiente de cumplir con las normas y procedimientos institucionales.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad>

RESPECTO

Nos permitirá vivir en paz, en una sana convivencia en base a normas, reconociendo aceptando y apreciando las cualidades del prójimo y sus derechos

www.fundaciontelevisa.org/valores/pages/respeto.html

3.5. Análisis FODA

Ord	Concepto	Impacto
FORTALEZAS		
1	Infraestructura física adecuada para Centro Educativo	Alto
2	Acuerdos de funcionamiento legalizados para pre-primaria, primaria y secundaria, con aprobación de las principales especialidades	Alto
3	Contar con nueve años de experiencia en el sector	Alto
4	Tener mobiliario y equipamiento adecuados	Alto
5	Estar ubicado en un lugar ideal para esta actividad	Alto
6	Contar con un porcentaje de padres de familia fieles	Alto
7	Disponer de personal calificado para cada año de estudio	Alto
DEBILIDADES		
1	Falta espacio para áreas de esparcimiento y educación física	Alto
2	Falta espacio para ampliación de aulas	Medio
3	Cantidad insuficiente de alumnos	Alto
4	Valor de cobro de pensión inferior al dispuesto por la Dirección Provincial de Educación	Alto
5	No contar con información sobre la competencia	Alto
6	Falta un salón de audiovisuales y biblioteca	Medio
7	Falta un salón de actos	Medio
OPORTUNIDADES		
1	El crecimiento poblacional por la demanda habitacional, también debido a la presencia de Centros Comerciales y Terminal Terrestre, mayor número de habitantes entonces mayor posibilidad de encontrar clientes.	Alto
2	Posibilidades de venta de un terreno de 130 m ² frente al establecimiento	Alto
3	Buena relación con la Dirección de Medio Ambiente de la Administración Zonal Quitumbe, reciclaje y sello verde escolar	Alto
4	Acceso a tecnología para desarrollo de las actividades	Medio
5	Disponibilidad de proveedores de bienes y servicios	Medio
6	Buena relación con los padres de familia	Alto
AMENAZAS		
1	Variación del índice inflacionario, limitando los recursos para actividades primarias	Alto
2	Reducción de profesionales preparados que opten por un cargo con sueldos más bajos a los ofrecidos por el gobierno	Medio
3	El Estado no garantiza la educación particular, es sin fines de lucro	Alto
4	Hay la posibilidad de que en este gobierno a corto plazo se haga toda la educación pública	Medio
5	Subvención de matrícula, uniformes, libros en colegios fiscales, capta la atención de los alumnos por gratuidad.	Alto
6	Existencia de varios competidores directos en un radio de 5Km	Alto

Elaborado por: Lenin Jácome

Para obtener una interpretación de resultados hay que realizar matrices de evaluación de factores internos y externos para valorar y priorizar de acuerdo al impacto alto y medio.

3.5.1. Matriz de Factores Externos (EFE)

Ord	Concepto	Impacto	Ponderación	Calificación	% Relativo
OPORTUNIDADES					
1	El crecimiento poblacional por la demanda habitacional, también debido a la presencia de Centros Comerciales y Terminal Terrestre, mayor número de habitantes entonces mayor posibilidad de encontrar clientes	Alto	0,09	5	0,45
2	Posibilidad de venta de un terreno de 130mt ² frente al establecimiento	Alto	0,09	4	0,36
3	Buena relación con la dirección de Medio Ambiente de la Administración Zona Quitumbe	Alto	0,09	4	0,36
4	Acceso a tecnología para desarrollo de las actividades	Medio	0,09	4	0,36
5	Disponibilidad de proveedores de bienes y servicios	Medio	0,07	4	0,28
6	Buena relación con los padres de familia	Alto	0,09	5	0,45
AMENAZAS					
1	Variación del índice inflacionario , limitando los recursos para actividades primarias	Alto	0,07	3	0,21
2	Reducción de profesionales preparados que opten por un cargo con sueldos más bajos a los ofrecidos por el gobierno	Medio	0,05	3	0,15
3	El estado no garantiza la educación particular, es sin fines de lucro	Alto	0,09	4	0,36
4	Hay la posibilidad de que en este gobierno a corto plazo se haga toda la educación pública	Medio	0,09	4	0,36
5	Subvención de matrícula, uniformes, libros en colegios	Alto	0,09	5	0,45
6	fiscales, capta la atención de alumnos por gratuidad Existencia de varios competidores directos en un radio de 5km	Alto	0,09	5	0,45
Total			1		4,24

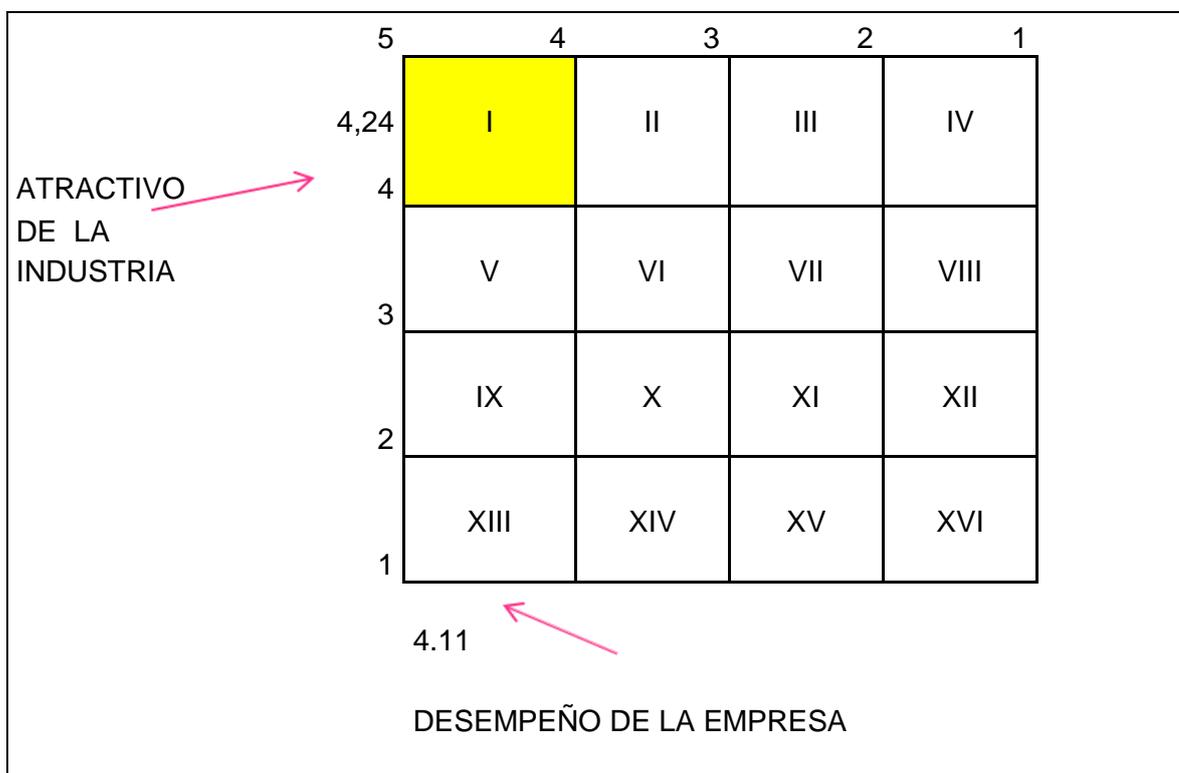
Elaborado por: Lenin Jácome

3.5.2. Matriz de Factores Internos (EFI)

Ord	Concepto	Impacto	Ponderación	Calificación	% Relativo
FORTALEZAS					
1	Infraestructura física adecuada para Centro Educativo	Alto	0,09	5	0,45
2	Acuerdos de Funcionamiento legalizados pre-primaria primaria, secundaria con aprobación de las principales especialidades	Alto	0,08	4	0,32
3	Contar con nueve años de experiencia en el sector	Alto	0,09	5	0,45
4	Tener mobiliario y equipamiento adecuados	Alto	0,06	3	0,18
5	Estar ubicado en un lugar ideal para esta actividad	Alto	0,07	4	0,28
6	Contar con un porcentaje de padres de familia fieles	Alto	0,06	3	0,18
7	Disponer de personal calificado para cada año de estudio	Alto	0,05	4	0,20
DEBILIDADES					
1	Falta de espacio para áreas de esparcimiento y educación física	Alto	0,07	3	0,21
2	Falta de espacio para ampliación de aulas	Medio	0,07	4	0,28
3	Cantidad insuficiente de alumnos	Alto	0,09	5	0,45
4	Valor del cobro de pensión inferior al dispuesto por la Dirección Provincial de Educación	Alto	0,07	4	0,28
5	No contar con información sobre la competencia Del sector	Alto	0,09	5	0,45
6	Falta un salón para audiovisuales y biblioteca	Medio	0,06	3	0,18
7	Falta un salón de actos	Medio	0,05	4	0,20
Total			1		4,11

Elaborado por: Lenin Jácome

3.5.3. Matriz de Evaluación Interna-Externa (IE)



Elaborado por: Lenin Jácome

A través de este análisis podríamos decir que se ubica en el cuadrante I la estrategia es ofertar un buen servicio, disponer de todo y conservar precios convenientes.

MATRIZ CUANTIFICADA

		OPORTUNIDADES						
		1	2	3	4	5	6	TOTAL
FORTALEZAS	1	5	4	4	4	4	5	26
	2	4	3	4	4	4	4	23
	3	5	3	4	5	4	5	26
	4	3	4	4	3	4	4	22
	5	4	4	3	4	3	3	21
	6	3	4	4	3	4	4	22
	7	4	4	4	3	4	4	23
TOTAL		28	26	27	26	27	29	

Elaborado por: Lenin Jácome

MATRIZ CUANTIFICADA

		AMENAZAS						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
DEBILIDADES	1	3	3	4	4	5	5	24
	2	4	3	3	4	4	4	22
	3	5	4	4	4	5	5	27
	4	4	3	4	4	4	4	23
	5	5	4	4	3	5	5	26
	6	3	4	4	3	3	4	21
	7	4	4	4	3	3	4	22
TOTAL		28	25	27	25	29	31	

Elaborado por: Lenin Jácome

3.6. Establecimiento de Ejes Estratégicos

- Establecer fidelidad en los clientes, aplicando principios de calidad en todos los servicios
- Liderar el servicio educativo en el Sur de Quito
- Crear elementos propios del establecimiento que se vean siempre como un atractivo
- Explotar las fortalezas y aprovechar las oportunidades existentes.

3.7. Objetivos Estratégicos

Objetivo financiero:

Alcanzar rentabilidad económica en base al número de alumnos crecientes en los cinco años de ejecución.

Objetivo de Producción:

Disponer de proveedores aliados de bienes y servicios en condiciones de ofrecer productos de calidad.

Objetivo de Marketing:

Posesionarse en la mente de los consumidores como el mejor Centro Educativo

Objetivo de Recursos Humanos

Generar un equipo de trabajo autosuficiente, disciplinado y responsable en las labores diarias

Objetivo de Responsabilidad Social

Implementar el área de reciclaje en el interior del establecimiento y trabajar en actividades participativas con la comunidad.

3.8. Matriz de Estrategias FODA

Estrategias FO: Estrategia ofensiva que buscan utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.

Estrategias DA: Estrategia de vulnerabilidad que buscan contrarrestar las amenazas del entorno superando nuestras debilidades.

Estrategias DO: Estrategia defensiva busca superar las debilidades para aprovechar las oportunidades.

Estrategias FA: Estrategias adaptativas buscan utilizar las fortalezas para contrarrestar las amenazas.

3.9. Estrategias (Matriz FODA)

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. El crecimiento poblacional por la demanda habitacional debido a la presencia de Centros Comerciales y Terminal terrestre, mayor número de habitantes entonces mayor posibilidad de encontrar clientes	A1. Variación del índice inflacionario, limitando los recursos para las actividades primarias
	O2. Posibilidad de venta de un terreno de 130mt ² frente al establecimiento	A2. Reducción de profesionales preparados que opten por un cargo con sueldos más bajos a los ofrecidos por el gobierno
	O3. Buena relación con la Dirección de Medio Ambiente de la Administración Zonal Quitumbe, reciclaje y sello verde escolar	A3. El estado no garantiza la educación particular, es sin fines de lucro
	O4. Acceso a la tecnología para desarrollo de las actividades	A4. Hay la posibilidad de que en este gobierno a corto plazo se haga toda la educación pública
	O5. Disponibilidad de proveedores de bienes y servicios	A5. Subvención de matrícula, uniformes, libros en colegios fiscales, capta la atención de los alumnos por gratuidad
	O6. Buena relación con los padres de familia	A6. Existencia de varios competidores directos en un radio de 5km
FORTALEZAS	F.O	F.A
F1. Infraestructura física adecuada para Centro Educativo	F1,F2,F3,F4,F5,F6,O1,O6	
F2. Acuerdos de funcionamiento legalizados para pre.primaria, primaria, secundaria con aprobación de las principales especialidades	Estrategia de Crecimiento 1 Alcanzar una rentabilidad económica en base al número de estudiantes	

F3. Contar con nueve años de experiencia en el sector		
F4. Tener mobiliario y equipamiento adecuados psicológica permanente	F3.F5.F6.O1.O6.O3	
F5. Estar ubicado en un lugar ideal para esta actividad	Estrategia de Crecimiento 2 Logar posesionarnos en la mente de los padres de familia del Centro Educativo como la primera opción educativa para sus hijos.	
F6. Contar con un porcentaje de padres de familia fieles		
F7. Disponer de personal calificado para cada año de estudio		
DEBILIDADES		D.O.
D1. Falta espacio para áreas de esparcimiento y educación física		D3. D4.A5.A6. Estrategia de Producción1 Disponer de información del sector que me permita establecer una excelente campaña de publicidad
D2. Falta espacio para ampliación de aulas		
D3. Cantidad insuficiente de alumnos		
D4. Valor del cobro de pensión inferior al dispuesto por la Dirección Provincial de Educación		
D5. No contar con profesional para atención psicológica permanente		
D6. Falta un salón de audiovisuales y biblioteca		
D7. Falta un salón de actos		

Elaborado por: Lenin Jácome

3.10. Síntesis – FODA (Estrategias)

3.10.1. Análisis F.O. (Maxi – Maxi). Estrategias ofensivas

- 1.- Aprovechar la infraestructura apropiada para captar alumnos por lo menos 350 el primer año. F1. O1.
- 2.- Aprovechar la buena relación con los padres de familia y trayectoria de la Unidad Educativa para captar alumnos F3. O6.

3.10.2. Análisis D.O. (Mini – Maxi). Estrategias adaptivas

- 1.- Realizar una investigación a los padres de familia sobre la causa de no tener alumnos. D3. O1.
- 2.- Aprovechar la trayectoria del establecimiento para generar confianza en los nuevos clientes. D3. O6.

3.10.3. Análisis F.A. (Maxi – Mini). Estrategias defensivas

- 1.- Buscar otra estrategia de mercado ofreciendo el servicio a empleados de fábricas e industrias. F1. A6.
- 2.- Ofrecer incentivos con descuentos y estimulación en pagos, etc. F3. A5

3.10.4. Análisis D.A. (Mini - Mini). Estrategias de supervivencia

- 1.- Obtener datos a través de encuestas a hogares de padres de familia D5. A6
- 2.- Realizar un buen diseño de promoción que llame la atención.D3. A5.

MATRIZ PEYEA (Centro Educativo Isaac Pitman)

	+	+	+	+	+	+	
FORTALEZAS FINANCIERAS	1	2	3	4	5	6	TOTAL
La educación como negocio rentable			X				3
La educación como actividad productiva				X			4
La venta de conocimiento genera liquidez				X			4
La educación atrae la inversión	X						1
TOTAL	1	2	3	4	5	6	3

Calificación
+ 1 Peor
+ 6 Mejor

	+	+	+	+	+	+	
FORTALEZAS EMPRESARIALES	1	2	3	4	5	6	TOTAL
Se podría aprovechar la infraestructura existente para generar mayor progreso						X	6
La educación es una actividad de potencial crecimiento que genere rentabilidad			X				3
La educación particular puede tener un repunte por la ineficiencia de los colegios fiscales						X	6
Este proyecto de posicionamiento generará estabilidad financiera a los dueños de la Unidad				X			4
TOTAL	1	2	3	4	5	6	4,75

Calificación
+ 1 Peor
+ 6 Mejor

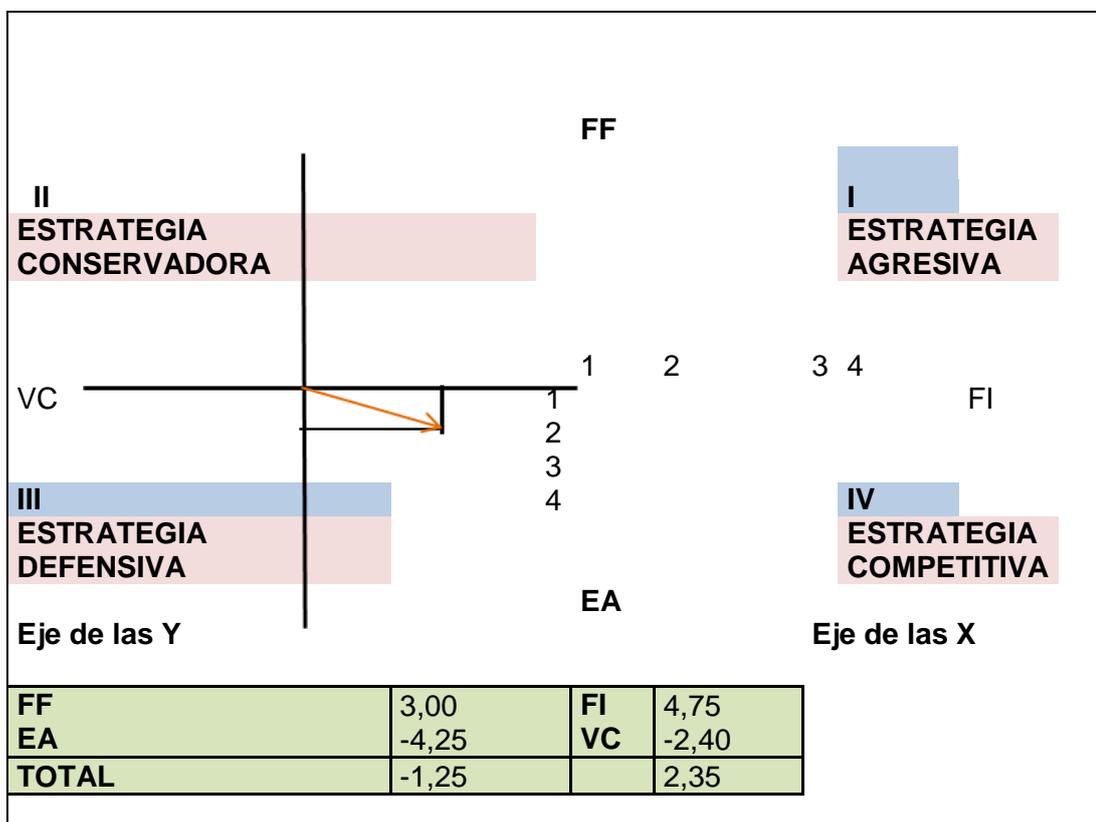
VENTAJA COMPETITIVA	-6	-5	-4	-3	-2	-1	TOTAL
Calidad de los servicios					X		-2
Oferta de Centros Educativos			X				-4
Posibilidades de desarrollo				X			-3
Conservación de valores de pensión					X		-2
Posibilidad de ofrecer diferenciación						X	-1
TOTAL	-6	-5	-4	-3	-2	-1	-2,4

Calificación
- 1 Mejor
- 6 Peor

ESTABILIDAD POLÍTICA	-6	-5	-4	-3	-2	-1	TOTAL
El gobierno ha realizado cambios en las políticas educativas			X				-4
La influencia del sector público desgasta el interés del inversionista	X						-6
El proyecto genera fuentes de empleo						X	-1
El gobierno no garantiza la actividad privada en el sector educativo	X						-6
TOTAL	-6	-5	-4	-3	-2	-1	-4,25

Elaborado por: Lenin Jácome

Gráfico N° 6 Matriz de Posicionamiento Estratégico y Evaluación de Acciones



Elaborado por: Lenin Jácome

INTERPRETACIÓN:

El vector direccional da como resultado una estrategia competitiva frente a la adversidad de las fuerzas externas, hay que ir superando las debilidades y no dejar de vista las amenazas.

3.11 Planes de Acción

Es un instrumento que nos da la oportunidad de ver las acciones en función de un tiempo determinado, explica detalladamente los pasos y recursos necesarios para implementar los objetivos individuales o de departamento.

PLAN DE ACCIÓN FINANCIERO

Objetivo

Alcanzar una rentabilidad económica, hasta el quinto año de ejecución del proyecto para satisfacer las expectativas de una futura inversión y capitalización de la ya existente.

Estrategias

- Conseguir por lo menos 350 alumnos en el primer año y de allí en forma progresiva.
- Realizar alianzas estratégicas con fábricas o industrias del sector ofreciendo este servicio, descontando por roles y con descuento.
- Estimular los pagos adelantados con un porcentaje de descuento

PLAN DE ACCIÓN DE MARKETING

Objetivo

Lograr posicionarnos en la mente de los padres de familia como la primera opción de Centro Educativo en el Sur de Quito para la educación de sus hijos.

Estrategias

- Realizar un estudio de cuanto pueden pagar los padres de familia para que cualquier aumento no dañe su economía y por otro lado no dificulte la recuperación de la inversión.
- Proporcionar servicios académicos que generen impacto.
- Aprovechar la trayectoria del establecimiento para generar confianza en el cliente.

PLAN DE ACCIÓN INFORMATIVO Y PUBLICITARIO

Objetivo:

Disponer de información del sector que permita establecer una eficiente campaña de publicidad.

Estrategias:

- Obtener los datos a través de encuestas a hogares de padres de familia
- Aprovechar la ubicación del Centro Educativo y la demanda de gente que viene a vivir en estos barrios.
- Promocionar a través de un buen diseño que llame la atención, e incorporar las actividades de reciclaje y logros que la institución alcance.

PLAN DE ACCIÓN No.1											
OBJETIVO: Disponer de información del sector que permita establecer una eficiente campaña de publicidad											
ESTRATEGIA: Obtener los datos a través de encuestas a hogares de padres de familia											
ESTRATEGIA: Aprovechar la ubicación del Centro Educativo y la demanda de gente que viene a vivir en estos barrios											
ESTRATEGIA: Promocionar a través de un buen diseño que llame la atención, e incorporar las actividades de reciclaje y logros que la institución alcance											
Actividades	Tareas	Recursos	Responsables	Indicadores	Estándar Objetivo	Fecha de Inicio	Fecha final	Recursos			
Establecer Censo Centros Educativos Públicos Privados	un de y Hacer encuestas Con encuestador aplicar encuesta	las un la	Financieros Humanos Materiales	Administrador	Toma de la muestra	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	01/03/2012	12/03/2012	\$100		
Establecer capacidad de alumnos que tienen los establecimientos	la de los Tabular resultados	los	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Número de establecimientos x Número de alumnos)	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	14/03/2012	16/03/2012	\$50		
Establecer densidad de habitantes en el área de influencia	la de Consultar en la administración Quitumbe el número aproximado	en la el	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Número de casas y departamentos x Integrantes)	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	19/03/2012	20/03/2012	\$50		
Realizar actividad publicitaria	la Diseñar tríptico Incorporar enfoque de venta Repartir publicidad	un el de la	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Costo de publicidad / ventas) *100	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	02/04/2012	29/06/2012	\$7500		
VALOR TOTAL DE LA INVERSIÓN									\$7700		

Elaborado por: Lenin Jácome

PLAN DE ACCIÓN No.2										
OBJETIVO: Lograr posesionarnos en la mente de los padres de familia como la primera opción de Centro Educativo en el Sur de Quito para la educación de sus hijos.										
ESTRATEGIA: Realizar un estudio de cuánto pueden pagar los padres de familia para que cualquier aumento no dañe su economía y por otro lado no dificulte la Recuperación de la inversión.										
ESTRATEGIA: Proporcionar servicios académicos que generen impacto										
ESTRATEGIA: Aprovechar la trayectoria del establecimiento para generar confianza en los nuevos clientes										
Actividades	Tareas	Recursos	Responsables	Indicadores	Estándar Objetivo	Fecha de Inicio	Fecha final	Recursos		
Establecer la capacidad de pago promedio para fijar el valor de la pensión.	Hacer el análisis económico de los hogares Inducir un pago competitivo más bajo que la competencia.	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Ventas de la empresa/ Ventas del sector)	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	01/03/2012	01/03/2012	\$50		
Generar un control académico por página Web.	Mantener informado al padre de familia sobre el rendimiento. Mandar tareas de recuperación x internet. Enviar consultas con links asociados. Publicar fotos y videos para descarga gratis.	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Servicios del periodo/servicios del periodo base)*100	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	01/03/2012	01/03/2016	\$2000		
Realizar eventos familiares de integración	Mañana deportiva Big green day	Financieros Humanos Materiales	Administrador Personal docente Padres de familia	(Servicios o actividades realizadas)/Servicios o actividades propuestas	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	01/04/2012	05/04/2012	\$200		
VALOR TOTAL DE LA INVERSIÓN								\$2250		

Elaborado por: Lenin Jácome

PLAN DE ACCIÓN No.3									
OBJETIVO: Alcanzar una rentabilidad económica									
ESTRATEGIA: Conseguir por lo menos 350 alumnos en el primer año									
ESTRATEGIA: Realizar convenios estratégicas con fábricas o industrias del sector ofreciendo este servicio, descontado por roles y con descuento.									
ESTRATEGIA: Estimular los pagos adelantados con un porcentaje de descuento									
Actividades	Tareas	Recursos	Responsables	Indicadores	Estándar Objetivo	Fecha de Inicio	Fecha final	Recursos	
Iniciar el proceso de matriculación	Definir los valores Definir cambios de uniforme. Establecer estadísticas para medir el nivel de impacto. Entregar una carpeta publicitaria y un cd de colegio en la matrícula. Entregar un esfero de recuerdo	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Valor final/Valor inicial) * 100	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	12/03/2012	01/04/2011	\$700	
Establecer un contacto con las diferentes asociaciones de empleados	Entregar carpeta con trípticos informativos. Negociar algún porcentaje de descuento. Dictar alguna conferencia ampliatoria	Financieros Humanos Materiales	Administrador	(Ventas realizadas/Ventas programadas)*100	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	12/03/2012	30/03/2012	\$200	
Propiciar pagos adelantados de todo el año	Contar con liquidez para inversiones o pagos. Contar con liquidez para inversión en otro portafolio.	Humanos Materiales	Administrador	(total de clientes con descuento / Total de clientes)*100	Piso 70% Medio 85% Techo 95%	12/03/2011	30/07/2016		
VALOR TOTAL DE LA INVERSIÓN								\$ 900	

Elaborado por: Lenin Jácome

3.12. Balanced Scorecard (BSC)

Transparenta la visión, misión y estrategia en un conjunto de actividades equilibradas de gestión, las mismas que canalizan las energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas estratégicas de largo plazo, permite guiar el desempeño actual como a futuro.

El BSC es un sistema de aprendizaje para probar, obtener retroalimentación y actualizar la estrategia de la organización, provee las herramientas para que las compañías inviertan en el largo plazo – en clientes, empleados, desarrollo de nuevos productos y sistemas gerenciales para bombear utilidades a corto plazo.

Combina indicadores financieros y no financieros que permiten adelantar tendencias y políticas para la dirección de la empresa

http://es.wikipedia.org/wiki/Cuadro_de_mando_integral

El BSC es un sistema de rendimiento derivado de la visión y la estrategia que reflejan los aspectos más importantes del negocio y se estructuran en cuatro perspectivas:

- Perspectiva Financiera
- Perspectiva del Cliente
- Procesos Internos
- Aprendizaje y crecimiento

3.12.1. Perspectiva Financiera (Punto de Vista de los Accionistas)

La estrategia corporativa que se toma en cuenta es el crecimiento de los ingresos lo que permite llevar a una mejora de la estructura administrativa

financiera, es decir una generación de utilidades y un aumento de las ventas, con esto cumplimos el objetivo planteado. Para lo cual navegamos desde el aprendizaje y crecimiento con sus actividades y destrezas, el eje de los procesos, clientes, hasta llegar al eje financiero.

3.12.2. Perspectiva del Cliente

La Unidad Educativa se posesionará entre sus clientes por la calidad de su servicio, una imagen renovada lo que le lleva a tener mayor participación en el mercado a través de valores agregados que van desde fidelización de clientes, monitoreo informativo académico, hasta fijar un valor de pensión conveniente, de esta manera se genera satisfacción y fidelización con lo cual se logra una ventaja competitiva sobre los centros educativos del sector.

Se debe analizar bien al cliente, analizar las posibilidades de mercado, esto debe estar alineado para conseguir los objetivos financieros nuestro objetivo es el posicionamiento de la Unidad Educativa por tanto la satisfacción del cliente y la fidelidad del mismo se alinean.

3.12.3. Perspectiva de Procesos

Es evidente que al pensar en la satisfacción del cliente se debe pensar en todo desde cuando entra al centro educativo y va hacer un trámite se requiere una eficiente gestión de servicios administrativos, la educación el conocimiento que se imparte debe tener correlación con las políticas educativas del gobierno y la aplicabilidad a la realidad actual, no debemos olvidarnos que tanto niños como jóvenes están en un proceso de formación por tanto la disciplina es un proceso normativo indispensable del día a día. El centro educativo debe trabajar en una trilogía que es padres, maestros y alumnos por tanto debemos tener una excelente información para solucionar dificultades en forma oportuna. Por tanto cada actividad está alineada e interrelacionada para ofrecer eficiencia en el servicio, optimización de

operaciones así como solucionar las necesidades del cliente en el menor tiempo posible.

3.12.4. Perspectiva de Aprendizaje e Innovación

Es indispensable contar con un talento humano, en este caso cuerpo docente y administrativo alineado a las políticas institucionales y comprometidas con una responsabilidad social grande que es formar seres humanos útiles para la sociedad por tanto la capacitación es indispensable dentro del proceso de inducción de un profesional así como siempre reiterar al que ya trabaja algún tiempo,.

3.13 Esquema de Mapa Estratégico

Es en donde se estructuran y se alinean las estrategias para Finanzas, Clientes, Procesos, Actividades y Destrezas.

3.14. Cuadro de Mando Integral

Es una herramienta de implementación estratégica de largo plazo, vincula la estrategia a los procesos.

Gráfico N° 7 Esquema de Mapa Estratégico

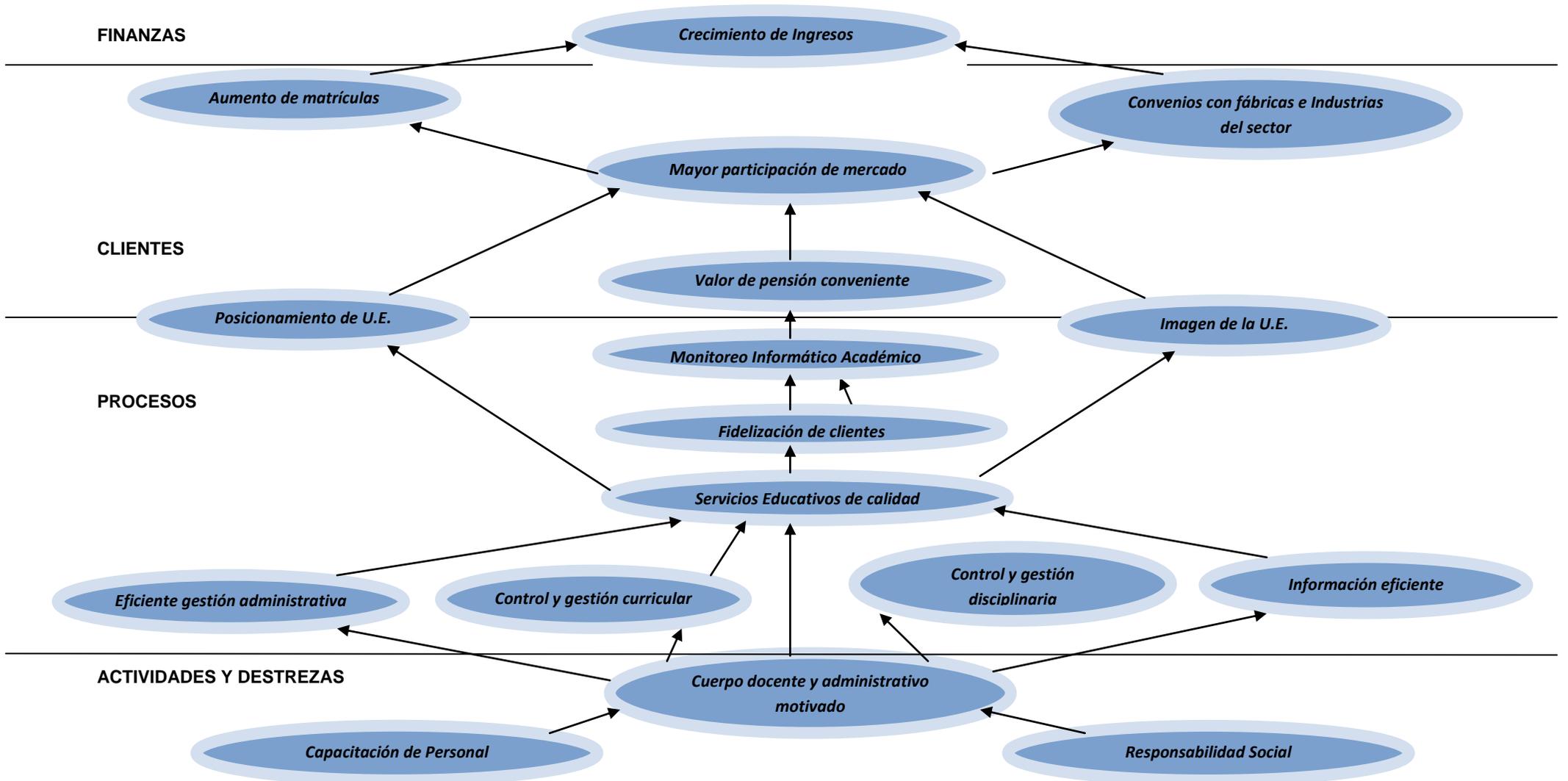


Tabla Nº 16 Cuadro de Mando de Gestión

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	INDICADOR	PONDERACIÓN	VALOR BASE	VALOR META	TOL. AMARILLA	TOT. ROJA	MESES												
								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
FINANCIERA	Crecimiento de ingresos	utilidad real / utilidad esperada	10%	90,00	80,00	1%	3%	Desempeño	89,1	89,0	88,1	87,1	85,4	85,0	83,9	82,5	81,0	80,9	79,5	79,0
								Esperado	90,0	89,1	88,2	87,3	86,4	85,5	84,5	83,6	82,7	81,8	80,9	80,0
	Aumento de matrículas	(ventas del periodo/Ventas del periodo base)*100	5%	60%	80%	1,50%	3,50%	Desempeño	60%	61,85%	64%	66%	68,58%	70%	71,25%	74%	75,50%	77,12%	79,63%	81%
								Esperado	60,0%	61,8%	63,6%	65,5%	67,3%	69,1%	70,9%	72,7%	74,5%	76,4%	78,2%	80,0%
								Desempeño	100	100,1	100,6	100,833	101,9	101	100	102	101	101	102	101
								Esperado	100	100,1	100,6	100,833	101,9	101	100	102	101	101	102	101
Convenios con fábricas e industrias del sector	(Ventas realizadas/ventas programadas)*100	5%	35%	55%	1,25%	3,50%	Desempeño	35,0%	36,8%	38,6%	40,5%	42,3%	44,1%	45,9%	47,7%	49,5%	51,4%	53,2%	55,0%	
							Esperado	35,0%	36,8%	38,6%	40,5%	42,3%	44,1%	45,9%	47,7%	49,5%	51,4%	53,2%	55,0%	
							Desempeño	101,71	99,95	100,3	101,348	101,5	102	100	101	102	101	103	103	
							Esperado	101,71	99,95	100,3	101,348	101,5	102	100	101	102	101	103	103	
CLIENTE	Mayor participación de mercado	ventas realizadas / ventas planificadas	5%	50%	80%	1%	5%	Desempeño	50,50%	52,99%	56%	59,65%	61%	64%	67%	70,38%	72,99%	75,12%	78,01%	81,33%
								Esperado	50,0%	52,7%	55,5%	58,2%	60,9%	63,6%	66,4%	69,1%	71,8%	74,5%	77,3%	80,0%
	Valor de pensión conveniente	(Valor final/Valor Inicial)*100	8%	50%	90%	1,25%	3,25%	Desempeño	50,50%	52,99%	56%	59,65%	61%	64%	67%	70,38%	72,99%	75,12%	78,01%	81,33%
								Esperado	50,0%	53,6%	57,3%	60,9%	64,5%	68,2%	71,8%	75,5%	79,1%	82,7%	86,4%	90,0%
								Desempeño	101	98,79	97,78	97,9328	94,51	93,9	93,3	92,3	90,8	90,3	90,4	
								Esperado	101	98,79	97,78	97,9328	94,51	93,9	93,3	92,3	90,8	90,3	90,4	
	Monitoreo Informático Académico	(Número de Incidencias/Total de alumnos)	8%	60%	80%	1,50%	3,50%	Desempeño	60%	61,85%	64%	66%	68,58%	70%	71,25%	74%	75,50%	77,12%	79,63%	81%
								Esperado	60,0%	61,8%	63,6%	65,5%	67,3%	69,1%	70,9%	72,7%	74,5%	76,4%	78,2%	80,0%
	Fidelización de clientes	% de lealtad del cliente	8%	15%	30%	1%	3,50%	Desempeño	15,15%	17,12%	18,25%	20,25%	21,13%	22%	24%	25%	26%	28,56%	29%	30,25%
								Esperado	15,0%	16,4%	17,7%	19,1%	20,5%	21,8%	23,2%	24,5%	25,9%	27,3%	28,6%	30,0%
	Posicionamiento de la Unidad Educativa	Porcentaje de participación de mercado	5%	30%	60%	1,25%	3,50%	Desempeño	31%	33%	37%	39,25%	42,58%	44,52%	47%	51%	52,56%	55,36%	58%	62%
								Esperado	30,0%	32,7%	35,5%	38,2%	40,9%	43,6%	46,4%	49,1%	51,8%	54,5%	57,3%	60,0%
Imagen de la Unidad Educativa	Porcentaje de recordación del nombre	5%	60%	80%	1,50%	3,50%	Desempeño	60%	61,85%	64%	66%	68,58%	70%	71,25%	74%	75,50%	77,12%	79,63%	81%	
							Esperado	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8		
PROCESOS	Servicios educativos de calidad	% de clientes atendidos/% de quejas y reclamos	6%	75%	45%	1	4	Desempeño	73%	72,30%	69,25%	66%	63,01%	60,60%	58,70%	55%	52,10%	49%	46%	44,12%
								Esperado	75,0%	72,3%	69,5%	66,8%	64,1%	61,4%	58,6%	55,9%	53,2%	50,5%	47,7%	45,0%
	Eficiente gestión administrativa	Nivel de satisfacción actual/Nivel de satisfacción base)*100	5%	30%	60%	1,25%	3,50%	Desempeño	31%	33%	37%	39,25%	42,58%	44,52%	47%	51%	52,56%	55,36%	58%	62%
								Esperado	30,0%	32,7%	35,5%	38,2%	40,9%	43,6%	46,4%	49,1%	51,8%	54,5%	57,3%	60,0%
								Desempeño	103,33	100,8	104,4	102,798	104,1	102	101	104	101	101	101	103
								Esperado	103,33	100,8	104,4	102,798	104,1	102	101	104	101	101	101	103
	Control y gestión curricular	% de alumnos sobre la media	5%	60%	80%	1,50%	3,50%	Desempeño	60%	61,85%	64%	66%	68,58%	70%	71,25%	74%	75,50%	77,12%	79,63%	81%
								Esperado	60,0%	61,8%	63,6%	65,5%	67,3%	69,1%	70,9%	72,7%	74,5%	76,4%	78,2%	80,0%
	Control y gestión disciplinario	% de casos resueltos	5%	30%	60%	1%	3%	Desempeño	31%	33%	37%	39,25%	42,58%	44,52%	47%	51%	52,56%	55,36%	58%	62%
								Esperado	30,0%	32,7%	35,5%	38,2%	40,9%	43,6%	46,4%	49,1%	51,8%	54,5%	57,3%	60,0%
	Información eficiente	Índice de satisfacción del cliente	5%	50%	90%	1,25%	3,25%	Desempeño	50%	54%	58,65%	61,25%	67%	69,58%	74%	78,25%	81,75%	83,69%	88%	92%
								Esperado	50,0%	53,6%	57,3%	60,9%	64,5%	68,2%	71,8%	75,5%	79,1%	82,7%	86,4%	90,0%
APRENDIZAJE	Cuerpo docente y administrativo motivado	rotacion del personal	5%	30%	60%	1%	3%	Desempeño	30%	33%	37%	39,25%	42,58%	44,52%	47%	51%	52,56%	55,36%	58%	62%
								Esperado	30,0%	32,7%	35,5%	38,2%	40,9%	43,6%	46,4%	49,1%	51,8%	54,5%	57,3%	60,0%
	Capacitación de personal	capacitacion realizada/capacitacion planificada	5%	30%	60%	1%	3%	Desempeño	30%	33%	37%	39,25%	42,58%	44,52%	47%	51%	52,56%	55,36%	58%	62%
								Esperado	30,0%	32,7%	35,5%	38,2%	40,9%	43,6%	46,4%	49,1%	51,8%	54,5%	57,3%	60,0%
								Desempeño	100	100,8	104,4	102,798	104,1	102	101	104	101	101	101	103
								Esperado	100	100,8	104,4	102,798	104,1	102	101	104	101	101	101	103
Responsabilidad social	rotacion del personal	5%	15%	30%	1%	3,50%	Desempeño	15,00%	17,12%	18,25%	20,25%	21,13%	22%	24%	25%	26%	28,56%	29%	30,25%	
							Esperado	15,0%	16,4%	17,7%	19,1%	20,5%	21,8%	23,2%	24,5%	25,9%	27,3%	28,6%	30,0%	
TOTAL			100%					101	101	102	102	102	101	101	102	100	101	100	101	

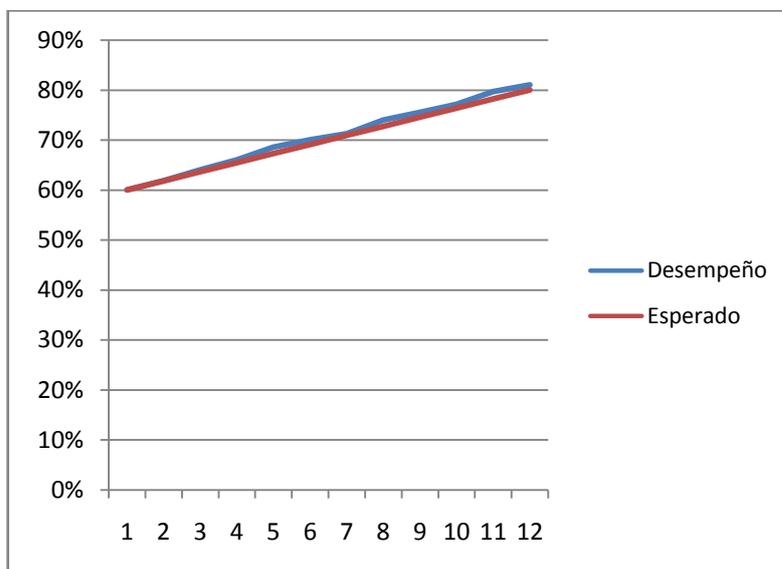
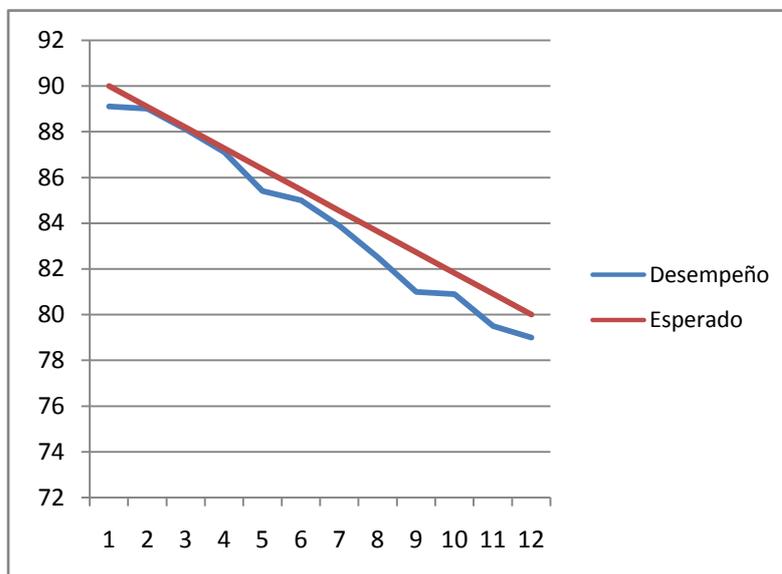
Gráfico N° 8 Crecimiento de Ingresos**Gráfico N° 9 Aumento de matrículas**

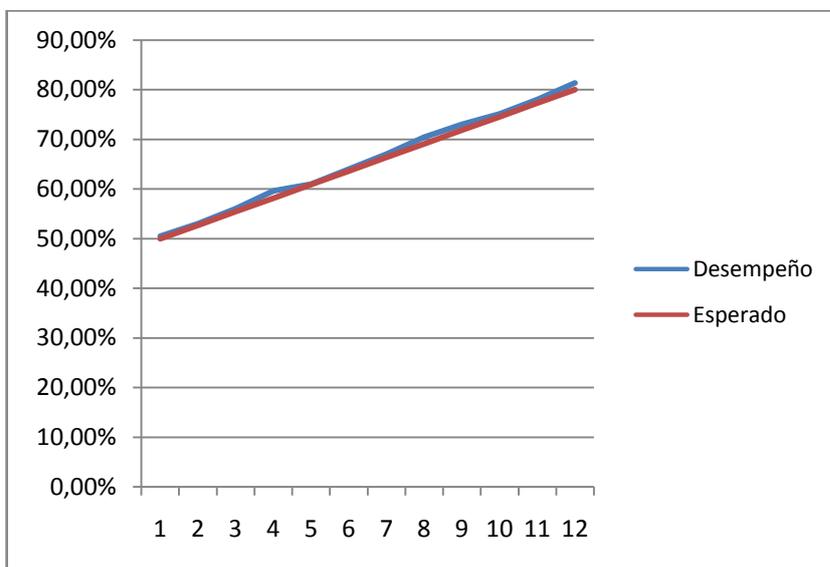
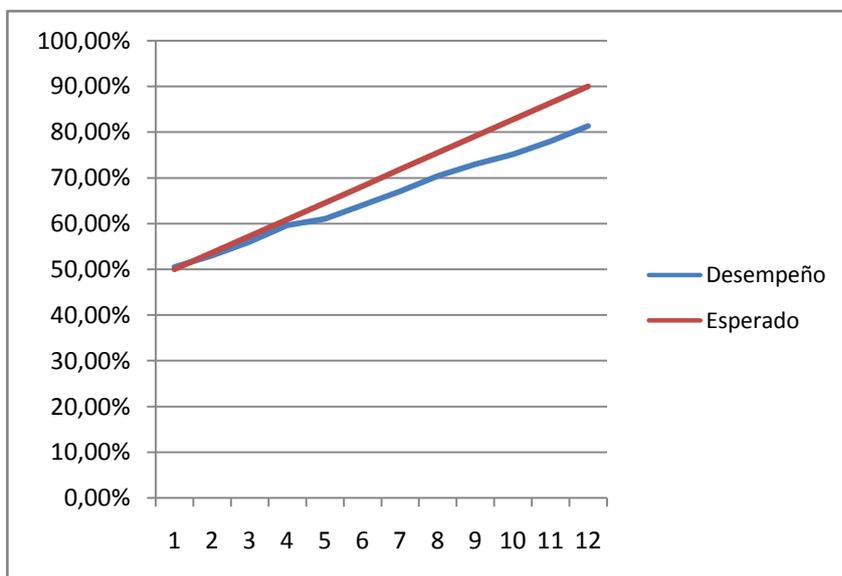
Gráfico Nº 10 Mayor participación de mercado**Gráfico Nº 11 Valor de pensión conveniente**

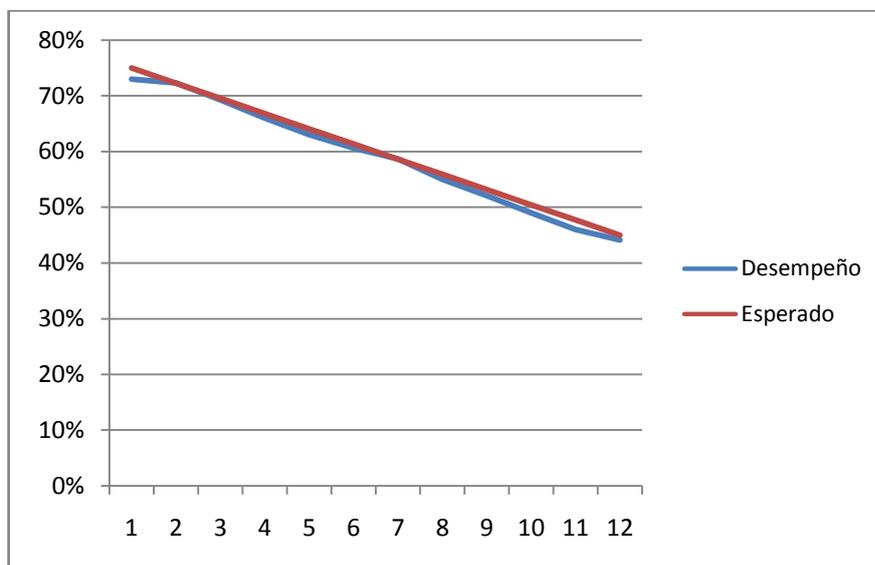
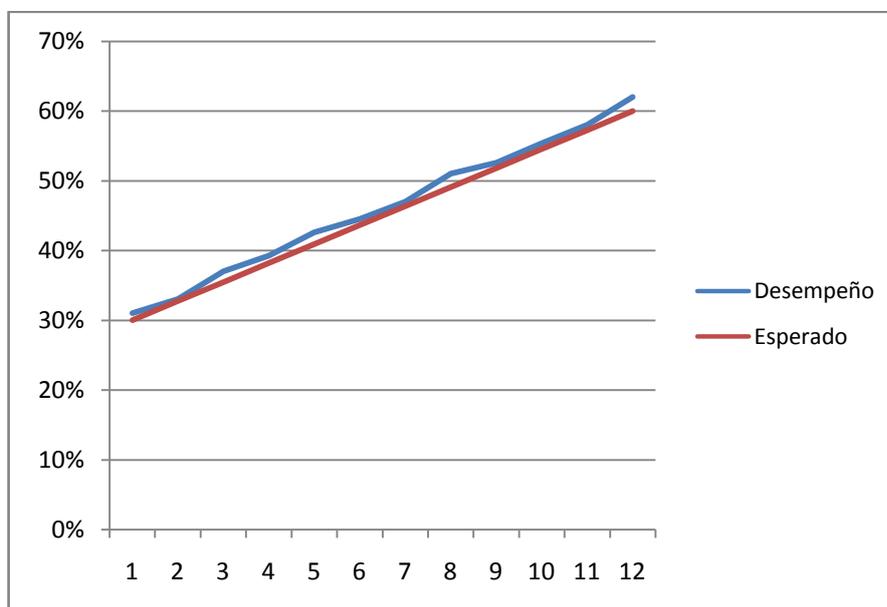
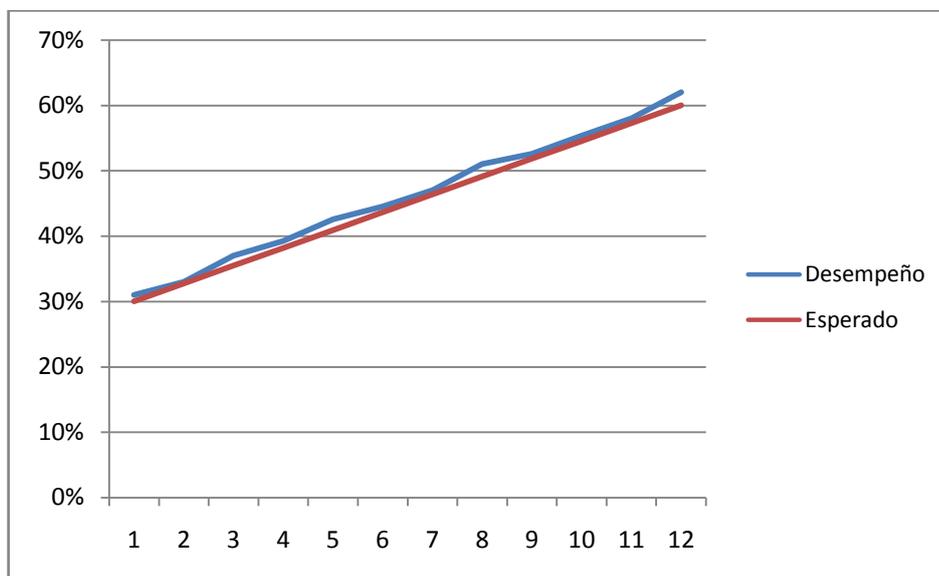
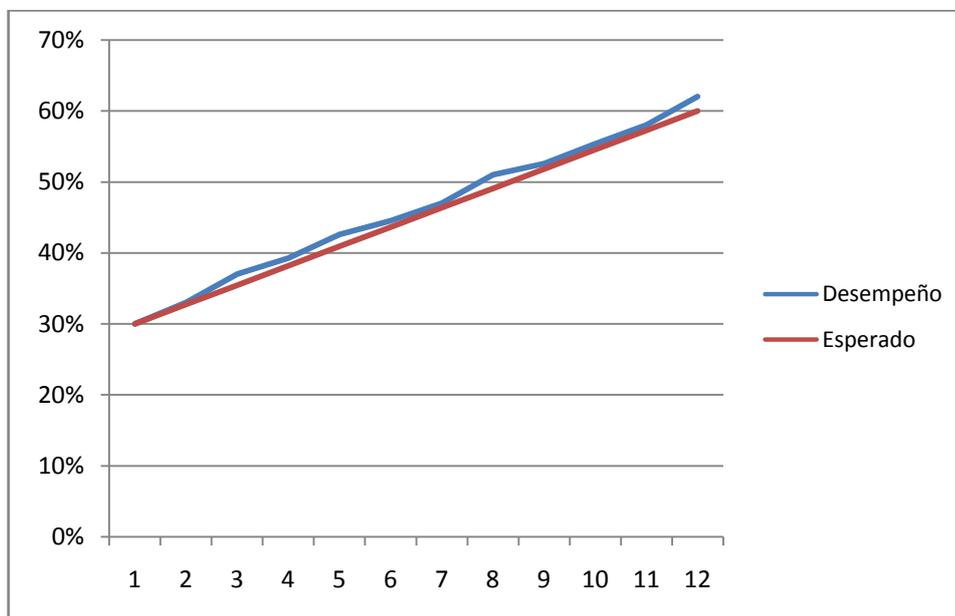
Gráfico Nº 12 Servicios educativos de calidad**Gráfico Nº 13 Eficiente gestión administrativa**

Gráfico Nº 14 Cuerpo docente y administrativo motivado**Gráfico Nº 15 Capacitación de personal**

Elaborado por: Lenin Jácome

3.15. Propuesta de Marketing Estratégico

Líneas estratégicas

Se pretende realizar un tríptico informativo con los principales tópicos que permitan dar a conocer al Centro Educativo, también establecer un video promocional para radio o quemarlo en CD, como un recuerdo.

Valor diferencial

Ofrecer un producto diferenciado del resto de establecimientos educativos ofreciendo:

- Inglés y computación desde el prekinder
- 25 niños o jóvenes por aula
- Seguridad total
- Servicio de transporte
- Biblioteca
- Piscina
- Clubes de danza, fútbol, bastoneras

Los mismos que se constituirán en un atractivo y serán la base de oferta.

3.15.1. Producto

Oferta básica

Una vez que se haya repartido el tríptico y se provoque el interés en el padre de familia, este vendrá y será la oportunidad para hacerle conocer que todo lo que se ofrece es una realidad y se le puede hacer un pequeño tour por las instalaciones.

Luego se conversará nuevamente y se dará más pormenores de lo que es la institución y se compartirá un poco de su filosofía, lo cual motivó enormemente provocando una acción la misma que puede desencadenar en una matriculación inmediata, o por lo menos se lo dejó bastante ilusionado para que regrese en otro momento, o lo tenga presente para otra oportunidad.

Se debe dar a conocer todo el servicio que se ofrece tal es como una educación que va desde los 4 años hasta los 18 años desde prekindergarten hasta sexto curso en las especialidades indicadas. También se debe incorporar unos Plus adicionales tales como hacer salidas pedagógicas cada trimestre a sitios de conservación ecoturística.

Gráfico N° 16 Tríptico



DEPARTAMENTO MÉDICO
Precautelamos la salud de nuestros estudiantes.

MISIÓN

Ofrecer servicios educativos de excelente calidad, para la formación integral de niños y jóvenes.

VISIÓN

Ser una Institución líder y de prestigio en el Sur de Quito reconocido, por su estándar de calidad y servicio.

VALORES INSTITUCIONALES

El estudiante de la Unidad Educativa ISAAC PITMAN:

1. Respeta a Dios, a sus Padres, a su Patria y su Colegio
2. Sabe tomar buenas decisiones
3. Es un líder esforzado y valiente
4. Tiene buena actitud
5. Es disciplinado
6. Propende a la Unidad

UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE "ISAAC PITMAN"



10 AÑOS AL SERVICIO EDUCATIVO EN EL SUR DE QUITO



BIBLIOTECA
La cultura e investigación es parte de nuestra formación integral



LABORATORIO DE COMPUTACIÓN
Equipamiento con moderna tecnología.



LABORATORIO DE FÍSICA Y QUÍMICA
Laboratorios completos para ensayos y experimentos



TRANSPORTE
Servicio de transporte puerta a puerta

Visítanos en:
cbisaacpitman.netau.net



BASTONERAS.



ARTES MARCIALES



Eventos sociales y deportivos con la Comunidad Educativa



• Pre básica



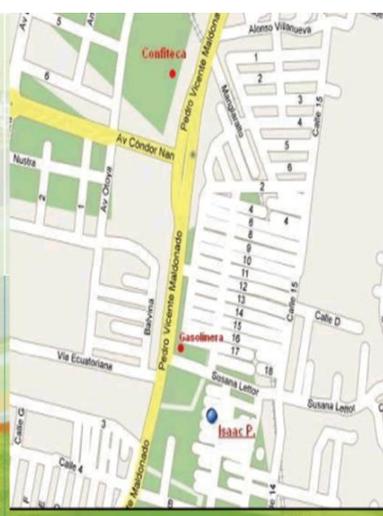
• básica



• COLEGIO



• Coro





Dir.: Av. Maldonado entrada El Conde, Susana Letor y calle 5 (dos cuadras al sur de Confiteca) Junto al Parque
Teléfonos : 3010-961 / 3011-240

Gráfico N° 17 Afiche



UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE

“ISAAC PITMAN”

Prestigious and Educative Experience at your Service

- **Pre-Kinder**
- **Jardín**
- **Escuela**
- **Colegio Técnico**
 - **Bachillerato en Ciencias**
 - **Bachillerato en Informática**
 - **Bachillerato en Hotelería**
 - **Bachillerato en Turismo**

- **INGLÉS Y COMPUTACIÓN DESDE PREKINDER**
- **25 NIÑOS O JÓVENES POR AULA**
- **SEGURIDAD TOTAL**
- **BIBLIOTECA Y PISCINA**
- **SERVICIO DE TRANSPORTE**



¡MATRICULAS ABIERTAS!

Visítanos en:
cbisaacpitman.netau.net

Dir.: Av. Maldonado entrada El Conde, Susana Letor y calle 5
(dos cuadras al sur de Confiteca) Junto al Parque
Teléfonos : 3010-961 / 3011-240

Gráfico Nº 18 Revista

ISAAC PITMAN

ENERO
JUNARY
2012

NOTICIAS

- Inaguración Año Lectivo 2011 - 2012

NUESTROS ESCRITORES

- Siguiendo las huellas de Isaac Pitman

ESPECIAL PARA PADRES

- Disciplina Positiva

RESCATANDO LAS TRADICIONES

- Colada Morada

FIESTAS DE QUITO Y NAVIDAD

- Programas de Fin de Año

CLUB DE PERIODISMO

- Expedición a la Isla de los Monos en Archidona 6to Turismo

Jardín - Escuela Colégio Técnico

Prestigio y Experiencia Educativa a su Servicio
Prestigious and Educative Experience at your Service

Gráfico N° 19 Carpeta

PRE-BÁSICA - JARDÍN - ESCUELA - COLEGIO TÉCNICO
Pensar - Leer - Compartir - Descubrir - Aprender - Juntos

UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE
"ISAAC PITMAN"

Prestigious and Educative Experience at your Service

- Pre-Kinder
- Jardín
- Escuela
- Colegio Técnico
 - Bachillerato en Ciencias
 - Bachillerato en Informática
 - Bachillerato en Hotelería
 - Bachillerato en Turismo

Dir.: Av. Maldonado entrada El Conde, Susana Letor y calle 5
(dos cuadras al sur de Confiteca) Junto al Parque
Teléfonos : 3010-961 / 3011-240

Visítanos en:
chisaacpitman.net.uy

Gráfico N° 20 Hoja Membretada**UNIDAD EDUCATIVA BILINGÜE**
"ISAAC PITMAN"

Dir.: Av. Maldonado entrada El Conde, Susana Letor y calle 5
(dos cuadras al sur de Confiteca) Junto al Parque
Teléfonos : 3010-961 / 3011-240

Gráfico N° 21 Sobre



Gráfico N° 22 Tarjeta de Presentación



Gráfico N° 23 Página Web

Inicio Mi colegio Servicios Informativo A. Académicas Admisiones

CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE
" ISAAC PITMAN "




Formar seres integrales en base a la construcción de una escala de valores significativa, principios morales que le permitan al estudiante desenvolverse en la vida de forma ética y con una formación académica de muy alto nivel.

la mañana del miércoles 27 de Octubre del 2010 , y habiéndose finalizado las elecciones para el Concejo Estudiantil, se proclaman como ganadores a la lista B ..

[Mas >>](#)

Visión
Consciente de las necesidades que se requieren en un mundo cada vez más competitivo, ofrece a la comunidad en general un espacio con excelencia académica bilingüe mixta laica, validada por los más altos estándares nacionales e internacionales. [Mas >>](#)

Contáctenos
Av. Maldonado entrada al Conjunto el Conde, Susana Letor y calle 5.
Teléfono : 3010-961 / 3011-240
EMAIL : cbisaacpitman@gmail.com

[Mapa >>](#)

Inscripciones Abiertas

Control Académico

Fiestas de Quito 6 de Diciembre

Visita Pedagógica Pailón del Diablo

Noticias

2.- [Concejo Estudiantil](#)
3.- [Dia de los difuntos](#)
4.- [Visita Pedagógica Sto.](#)

Hora
08:48,24
Buenos días







Inicio Mi colegio Servicios Informativo A. Académicas Admisiones

CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE
" ISAAC PITMAN "

BERNER EDUARDO NUÑEZ CAMACHO
Primero A Especialidad: CIENCIAS

Notas del I Trimestre

N.-	Materia	Aporte1	Aporte2	Aporte3	Examen	Promedio
1	C. Sociales	17	16	0	0	8
2	Computación	20	16	0	0	9
3	E. Física	20	19	0	0	10
4	Física	18	18	0	0	9
5	Ingles	20	20	0	0	10
6	Investigación	18	19	0	0	9
7	Matemáticas	12	18	0	0	8
8	R. Nacional	18	16	0	0	9

Sr. Padre de familia el 1er Aporte Corresponde al mes de Septiembre Promedio 17.9

Sr. Padre de familia el 2do Aporte Corresponde al mes de Octubre Promedio 17.8

Sr. Padre de familia el 3er Aporte Corresponde al mes de Noviembre Promedio 0.0

CEBI - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

CEBI

www.cbisaacpitman.netau.net

Más visitados Comenzar a usar Firefox Últimas noticias

Buscar Traducir

Juegos Get Media Player Plugin

Inicio Mi colegio Servicios Informativo A. Académicas Admisiones

Calendario A. Fotografías/Videos Encuesta Uniformes

CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE
" ISAAC PITMAN "

Album de Fotos

Novatada Navidad Campeonato de Deportes

Videos

Video Promocional Cheer Dance Inauguración Campeonato de Deportes Taller de Dáctilo Pintura

http://www.cbisaacpitman.netau.net/arriba.html#

Canon Solut... Isaac TESIS LENIN... CEBI - Mozil... Dibujo - Paint 8:50

Inicio Mi colegio Servicios Informativo A. Académicas Admisiones

CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE
" ISAAC PITMAN "

DANZA



Inicio Mi colegio Servicios Informativo A. Académicas Admisiones

CENTRO EDUCATIVO BILINGÜE
" ISAAC PITMAN "

Nombres:

Apellidos:

Dirección:

Teléfono:

Sexo : **M** Edad : **3** Curso: **Prekinder** Especialidad: **Ninguna**

Representante:

Email:

Fecha: November 22, 2011, 8:51 am

Codigo Seguridad: **b69Cfr**

Inscríbete y gana fabulosos premios al momento de tu Matriculación, tu premio será enviado a tu "Email"

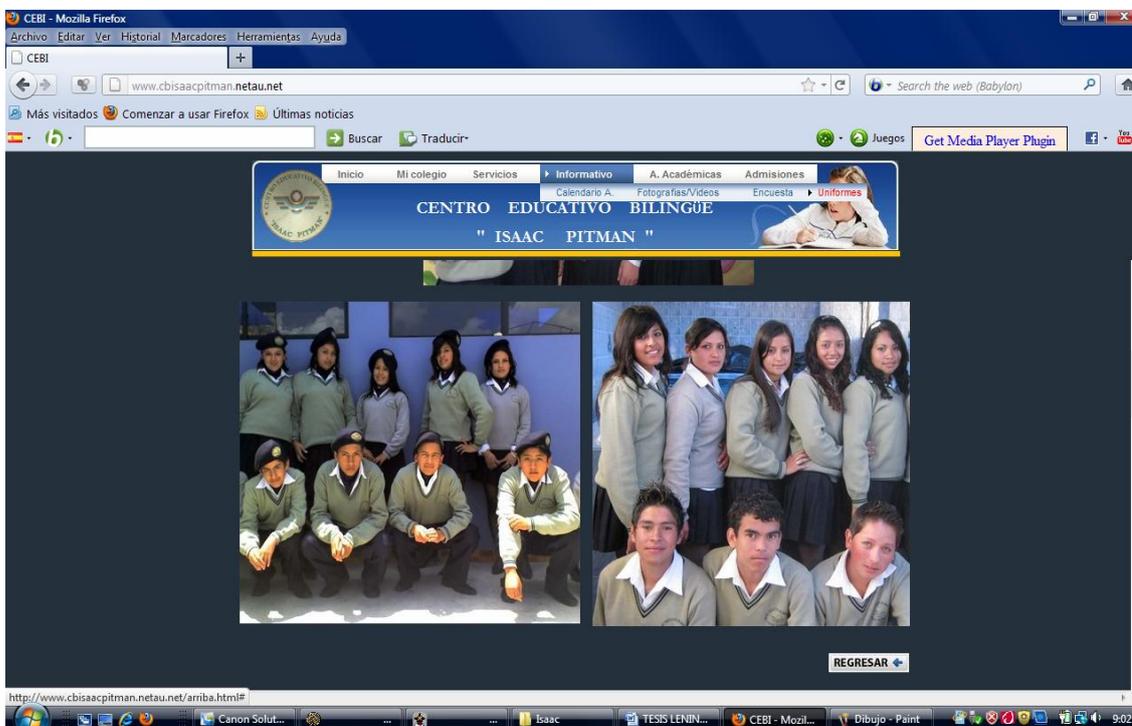


Gráfico N° 24 Jingle



3.15.2. Plaza

Se contratará dos repartidores de trípticos y de volantes y se diariamente se le enviará a diferentes sitios del Sur de Quito, empezando desde la Villa Flora y así subir escalonadamente hasta un 25%, luego coger el otro extremo desde Cutuglagua y hacer un 25%, hacer la medición estadística, avanzar el 25% desde San Bartolo hasta Guajaló y completar con el otro 25% desde el Beaterio hasta la Entrada al Conde. Con esto se cubre el perímetro de la competencia y también de los sectores de donde queremos que vengan los alumnos.

3.15.3. Precio

Considerando el ciclo de vida de este negocio considero luego del análisis realizado y en aras de mantener posicionamiento y participación en el mercado la pensión quedaría en \$50 es decir bajaríamos \$5 del valor actual que se cobra de \$55, se mantendría el beneficio marginal del cliente de aquellos que tiene dos o más alumnos en los \$45 con el objeto de fidelizar al padre de familia. Cualquier aumento que se haga en forma posterior deberá hacérselo tomando en cuenta los incrementos salariales del gobierno. Esta pensión se la fijaría en un solo precio para todos, puesto que de acuerdo a los costos del establecimiento es diferente para cada ciclo, pero como cada ciclo tiene sus atractivos se compensa con una pensión promedio.

3.15.4. Promoción

El objetivo es dar a conocer lo que es el Centro Educativo como la mejor alternativa de estudio en el Sur de Quito tomando aspectos fundamentales como servicio, infraestructura, imagen, calidad de enseñanza, situación que creará un posicionamiento en una marca reconocida ISAAC PITMAN la misma que será identificada fácilmente por los padres de familia y público en general.

Branding de la marca

Es importante que se reconozca la marca del establecimiento, pero a su vez esta debe estar asociada con su eslogan propio, por lo que en este caso es “No siempre lo mejor es caro”.

Mezcla promocional

Es una combinación de ventas personales, publicidad, promoción en ventas y relaciones públicas del Centro Educativo.

Publicidad

Trípticos

Este documento como se puede observar anteriormente cuenta con una gama de imágenes y colores que muestran los servicios ofertados, se puede apreciar la ubicación y dirección para contacto, su reparto será un bloque en distintos negocios de concurrencia de gente como ferreterías, locales comerciales, cabinas, etc y otro bloque el 80% se hará puerta a puerta bajo el sistema de dejar en el buzón como si fuera un recibo de luz.

Afiches

Se confeccionará unos 1000 afiches de 60 cm x 60 cm para dejarlos en Centros Comerciales y Locales del Sector como tiendas, panaderías, restaurantes, a fin de que la gente aproveche su paso o su estancia en el local y se entere del Centro Educativo.

Carpetas

Se confeccionará carpetas las mismas que serán entregadas al padre de familia cuando haga la matrícula de manera se puede incorporar la imagen corporativa o folletos que se hayan publicado, proporcionando factores de lectura y más adelante reconocimiento, esto también servirá de instrumento para visitar las fábricas e industrias del sector y dar a conocer nuestro interés.

Página Web

Es importante contar con una página web renovada que almacene fotos y videos de programas y viajes realizados por los alumnos, se incorporará también la base legal y características del Centro Educativo, así como detalles de uniformes y actividades extra curriculares, a su vez se generará un link para

accesar a redes sociales como Facebook, Twiter de esta manera podemos tener más amigos y más seguidores y posiblemente más alumnos. Los demás servicios indudablemente requieren de clave pues son de interés de nuestro cliente es decir el manejo de su página virtual.

Relaciones Públicas

Es importante asistir a invitaciones deportivas, así como a presentaciones culturales o de muestra de intelecto a través de inventos para dar a conocer a otros lo que hemos aprendemos y entregar una hoja de nuestro Centro Educativo, así también cuando se haga una entrevista por algún medio estar por lo menos identificado con nuestro uniforme correctamente bien llevado.

Promoción de ventas

A través de la página web se puede ofrecer un descuento a los que se matriculan en línea y vienen con su cupón, también se puede dar regalos como pañoletas, camisas promocionales, esferos, llaveros. Gorras.

Promoción en medios

La televisión y radio es el mayor medio de sintonía, llega a miles de personas que pueden ser nuestro futuros clientes, por tanto nos hemos anticipado con un jingle publicitario para la época de vacaciones.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA ESTRATÉGICA

4.1. Cadena de Valor

Muestra las actividades primarias y secundarias del Centro Educativo.

Gráfico N° 25 Cadena de Valor



Gráfico tomado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor

- Información y matriculación
- Cobros y facturación
- Inspección
- Control académico

Primarias

Rector

El Señor Rector es el administrador de la Unidad Educativa, llega a las 7:30 y atiende a los padres de familia que van por muchos motivos desde hacer

un pago hasta averiguar cómo se encuentran sus hijos, a través de un sistema de cobros y de control académico puede ver de qué se trata y da el seguimiento respectivo, también puede hacer otras gestiones como dar información y matriculación, por tanto está en la logística interna y como es el administrador tiene a su cargo las finanzas y por tanto también está en la Infraestructura de la empresa.

Inspector

Es el encargado de abrir y cerrar el centro educativo, activa las alarmas, tan pronto se timbra la entrada hace formar y da cualquier indicación, luego ingresan los alumnos a las aulas y seguidamente toma lista y verifica que todo funcione bien, coordina cualquier actividad o programa y también atiende a padres de familia que por cualquier motivo han sido citados, en diversas ocasiones también acude a diversas sesiones con el supervisor y hacer algunos trámites de legalización de documentos en el Ministerio de Educación. Por tanto está en logística de salida

Cuerpo Docente

Son los encargados de dictar las clases y de sincronizadamente acudir a cada paralelo a la hora que toca de acuerdo al horario, deben hacerlo de la forma planificada y tomando en cuenta procesos metodológicos y pedagógicos, los mismos que van desde motivar al tema, inducción al tema, desarrollo del tema utilizando todos los instrumentos como mapas conceptuales, carteles, diapositivas, cuadros sinópticos, lectura de textos, etc, hacer participar al estudiante en la pizarra, con sus ideas, en actividades de aula, etc, reforzar el estudio y aclarar dudas y preguntas, fomentar los valores en cada actividad, realizar actividades de evaluación y formulación de tareas. Por tanto está en operaciones.

Personal de servicio

Es el encargado de hacer trámites internos y externos que van desde la entrega de documentos hasta la gestión de pagos en instituciones bancarias, o trámites interministeriales, además de atender las puertas, mantendrá limpia la totalidad de la institución, proporciona accesos a biblioteca y piscina. Informa si se necesita de algún repuesto o si ha ocurrido algún daño en las instalaciones coordina también la gestión de mantenimiento. Por tanto está en Servicio.

Secundarias

Gestión de compras

El administrador de la Unidad Educativa tiene que prever los materiales necesarios para el servicio por ejemplo marcadores, borradores, material de dibujo etc. También sabe a quién contratar para efecto de mantenimiento. Por tanto está en abastecimiento.

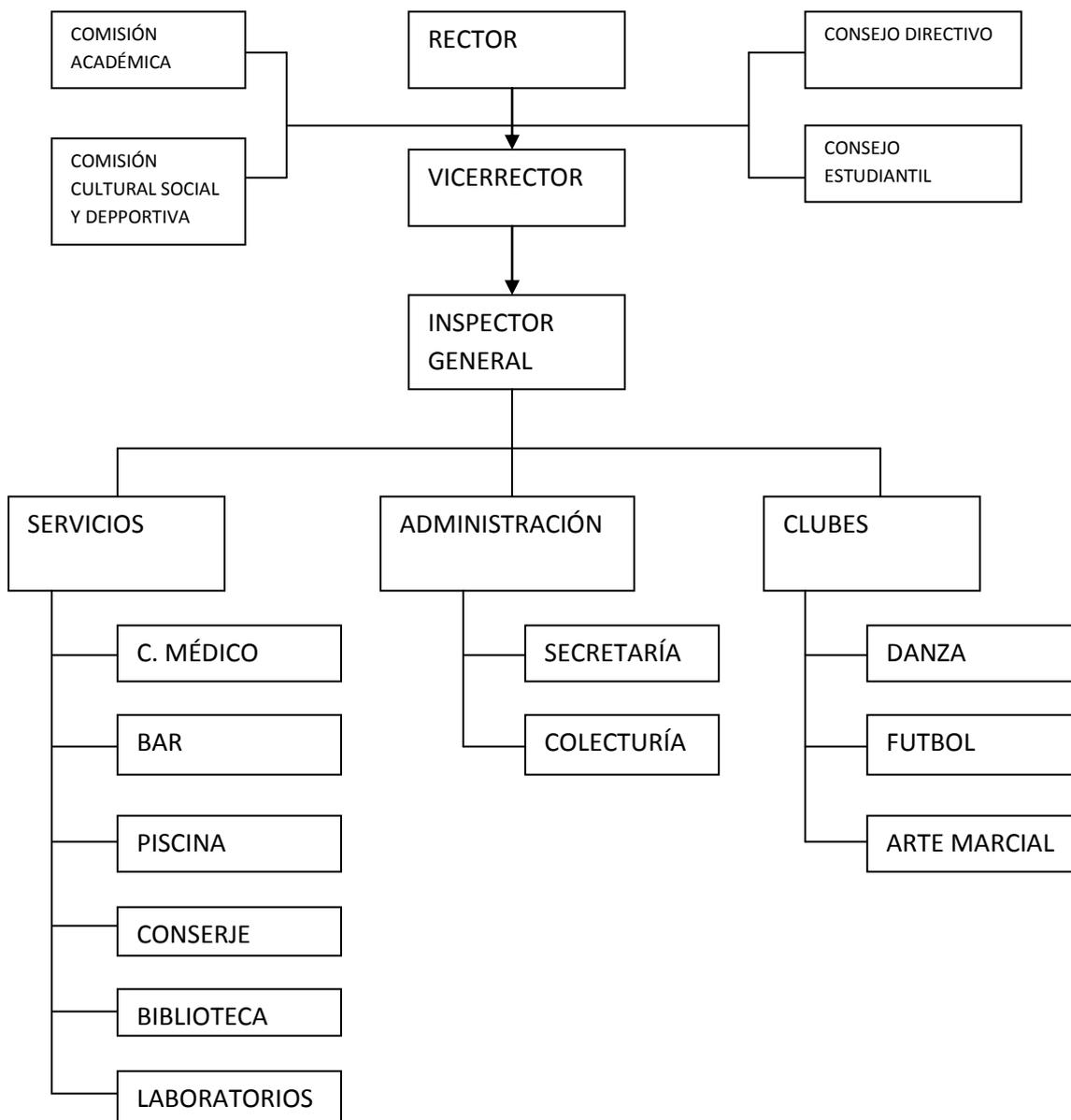
Desarrollo y Tecnología

El personal del Centro de Cómputo colabora con la elaboración de programas que permiten la automatización de procesos internos, así como hospedaje de datos, direccionamiento, soporte técnico. Ejemplo control de notas.

Gestión contable

Se tiene un contador que vine eventualmente 1 o 2 veces al mes y realiza las siguientes actividades: ingreso de facturación para anexos transaccionales, formulario 103 y 104 y 101 para el balance, saca las planillas de seguro social y lleva la contabilidad.

Gráfico N° 26 Orgánico Estructural



4.2. Mapa de Procesos

Una forma fácil de entender el gerenciamiento de los procesos a todo el personal de la empresa es mediante el diseño de un mapa de procesos, que representa la situación propia de la organización donde se identifica las relaciones de los procesos como mecanismos para mejorar la comunicación interna que normalmente son deficientes, los clientes internos por no saber a

dónde dirigirse y a quien solicitar lo que busca y los externos porque desconocer los procedimientos.

El mapa de procesos es la puerta de entrada al Centro Educativo porque es la ambientación del alumno como del padre de familia para una eficiente atención.

Beneficios

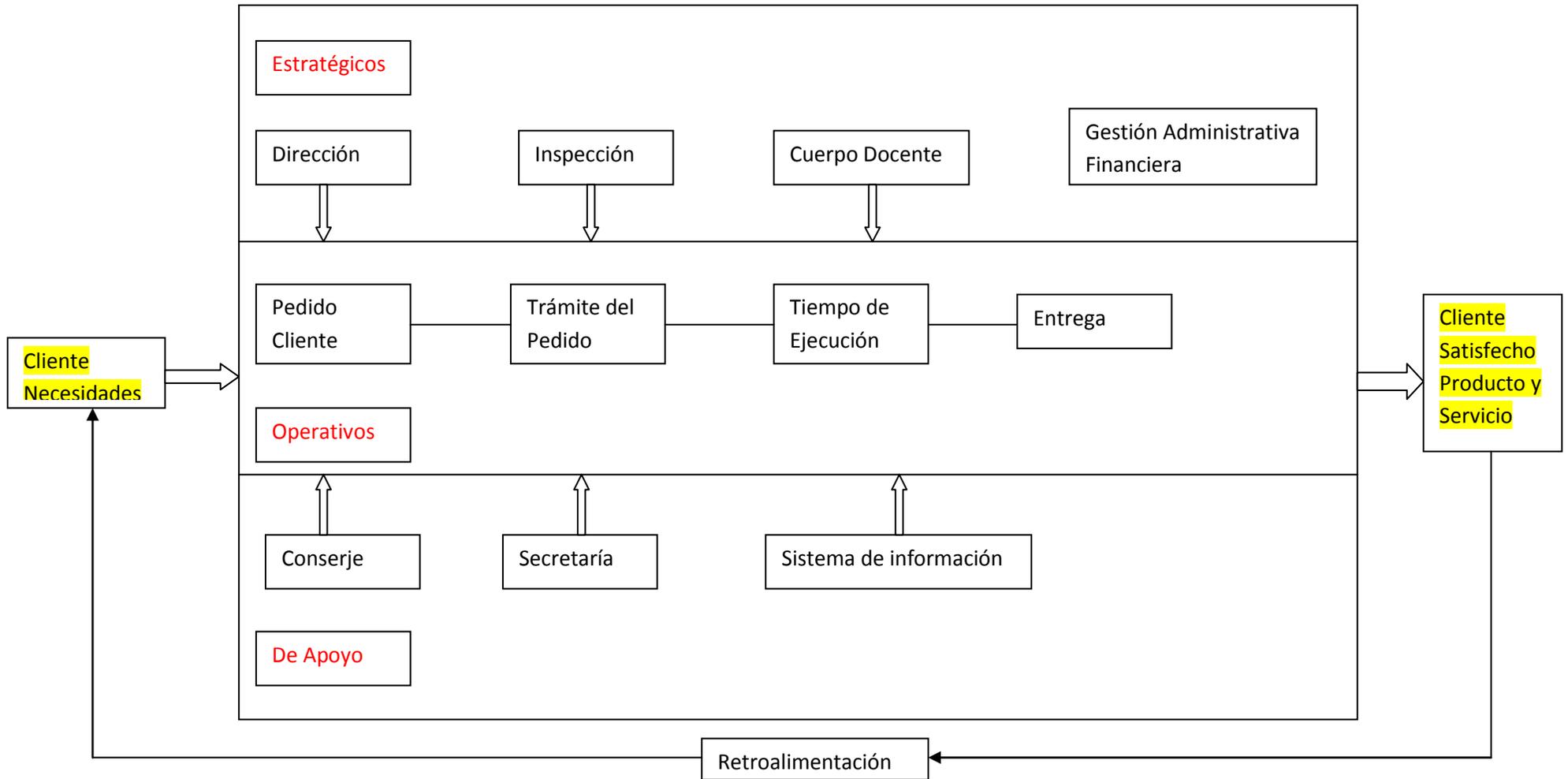
- Proveer una visión global
- Muestra las relaciones y los roles
- Ayuda a explicar el proceso
- Permite la identificación de procedimientos e instrucciones
- Simplifica las actividades del proceso
- Estandariza el proceso

Pasos específicos para nuestro mapeo de procesos

- Identificar los resultados de la organización Salidas
- Identificar al cliente Interno o Externo
- Identificar los insumos que requiere el proceso para producir los resultados
- Gestionar las etapas del proceso
- Identificar las interacciones

Tomado de; <http://www.slideshare.net/cconza/mapeo-de-procesos-1043684>

Gráfico Nº 27 Esquema Específico para la Organización



4.3. Diagramas de Flujo

Gráfico N° 28 Flujo de Información y Matriculación

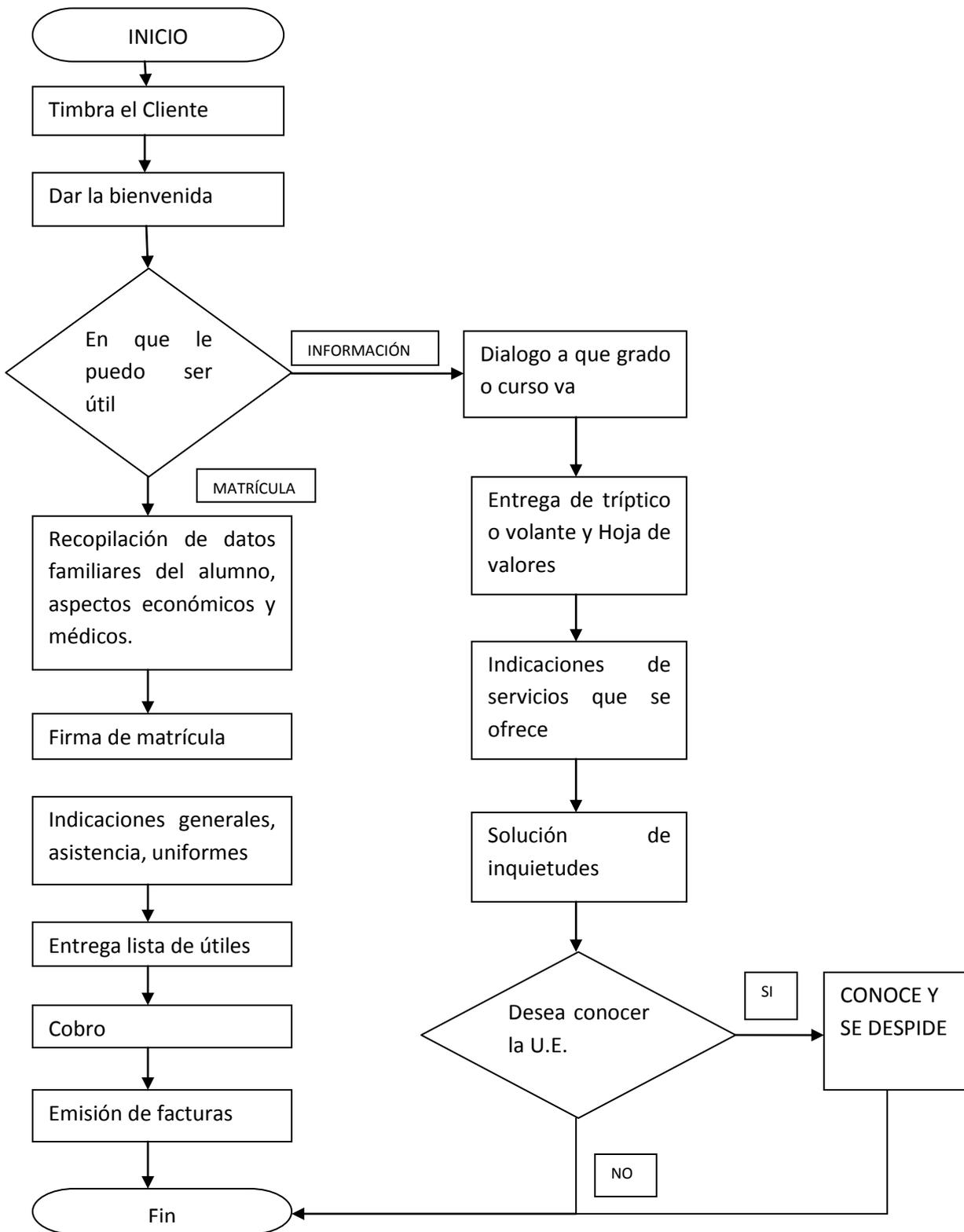


Gráfico N° 29 Flujo de Gestión de Inspección

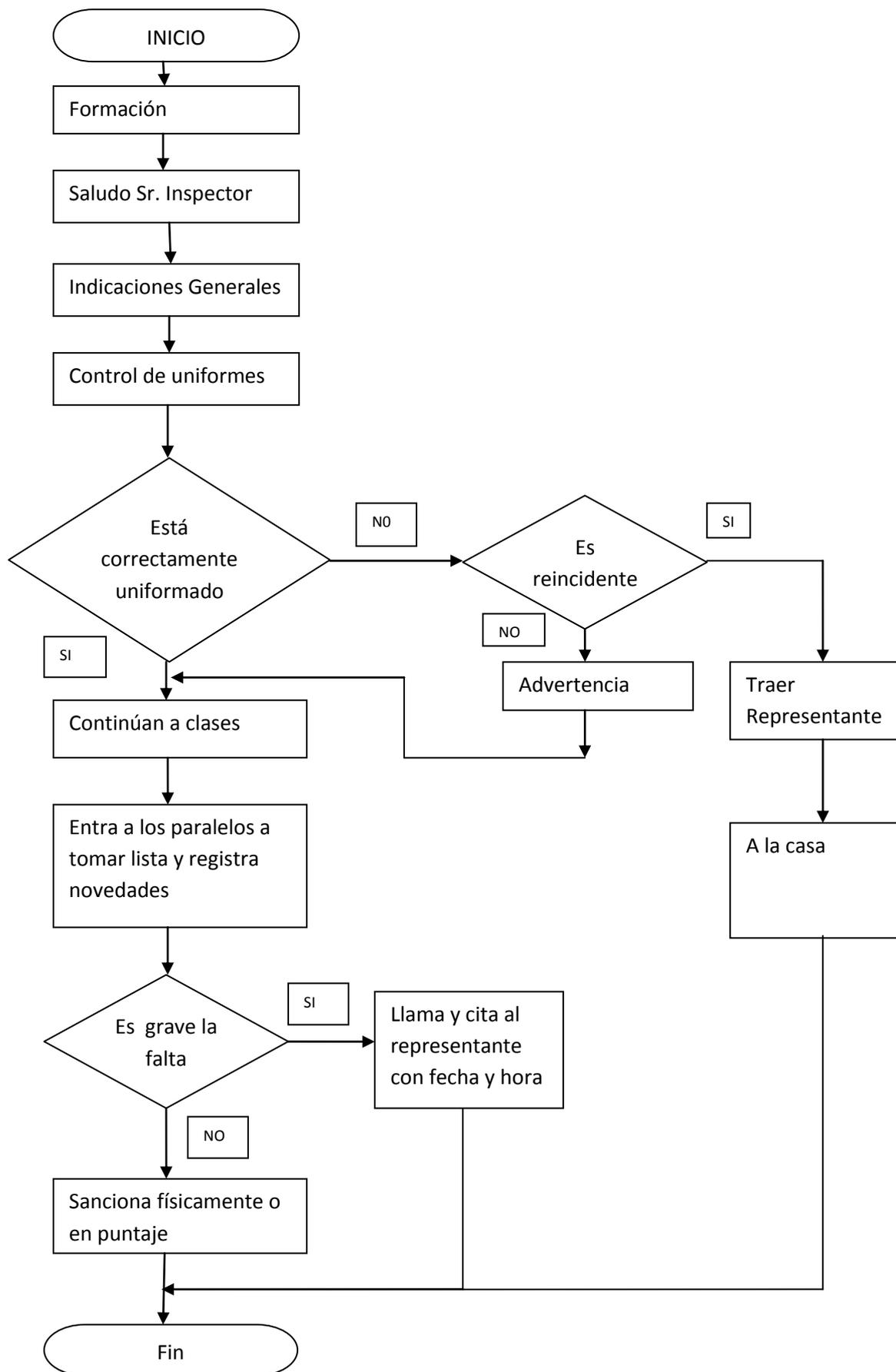


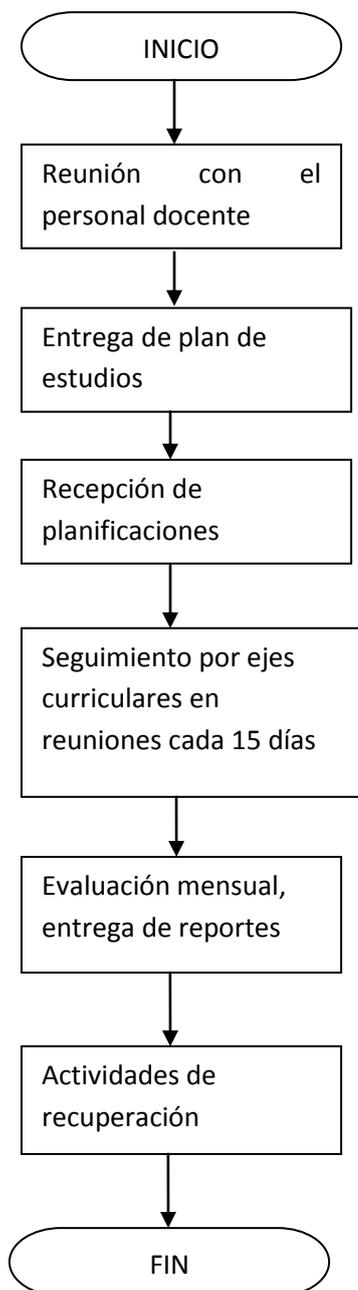
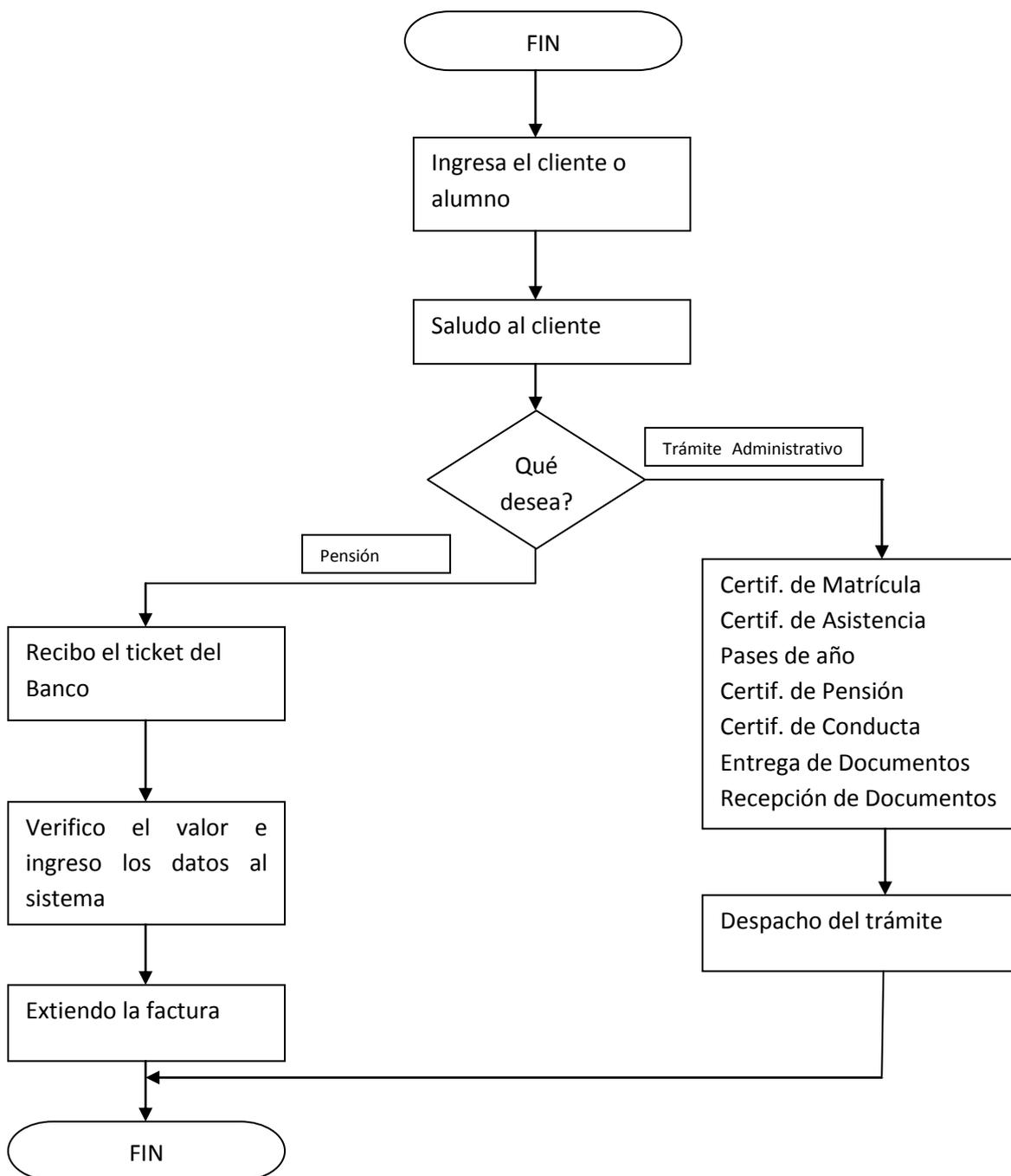
Gráfico Nº 30 Flujo de Seguimiento y Control Académico

Gráfico Nº 31 Flujo de Gestión Administrativa y Financiera



4.4. Matriz de Procesos

MATRIZ METODOLÓGICA				
PROCESO: INFORMACIÓN Y MATRICULACIÓN				
OBJETIVO: Proporcionar la información que el cliente necesita para matricular a sus hijos				
MÉTODO: Aplicación de procedimientos lógicos				
PARTICIPANTES: Sr. Rector, padres de familia, conserje				
PASO	ACTIVIDAD (PASO A PASO) OPERACIONES	TIEMPO	RESULTADOS	FLUJO P = Proceso D= Decisión
1	Dar la bienvenida	1min	Demostrar la cultura personal e institucional	P
2	En qué le puedo servir?	2 s	Saber que quiere	D
3	Sí responde información	1 s	Saber específicamente lo que quiere	D
4	Dialogo y pregunto a que grado o curso va	2 s	Sé cuál es la orientación que debo tener para la venta de mi producto	P
5	Entrega de prospecto	1 s	Es importante dejar la institución en la mente del cliente aunque no compre	P
6	Indicación de los servicios que se ofrece	2 s	Es importante indicar los servicios y que a lo mejor es lo que busca	P
7	Solución de inquietudes	2min	Es necesario no dejar dudas para que el cliente compare y	P

			vuelva	
8	Desea conocer la unidad educativa	1 s	Pregunta que demostrará el grado de interés	D
9	Si dice que SI	5min	Conocemos lo más llamativo nos despedimos y finalizamos	P
10	Si dice que NO	3 s	Nos despedimos y quedamos a las órdenes	P
	VUELVO A 2			
11	Si responde matrícula	2 s	Es hora de ingresar datos	P
12	Recopilación de datos familiares, alumno, económico, médico	3min	Receptar toda la información que se necesita en la base de datos	P
13	Imprimir la matrícula y hacer firmar	1min	Tener y entregar una constancia por escrito de la matrícula	P
14	Indicaciones generales, asistencia, uniformes	2min	Asesorar al padre de familia para que sepa como enviar a su hijo	P
15	Realizar el cobro del servicio	2min	Recaudar el valor del servicio	P
16	Emitir la factura	2min	Entregar el comprobante respectivo para contabilidad	P
TIEMPO APROXIMADO		16m 21s		

Elaborado por: Lenin Jácome

MATRIZ METODOLÓGICA				
PROCESO: GESTIÓN DE INSPECCIÓN				
OBJETIVO: Informar a los alumnos y a los padres de familia de novedades en el desenvolvimiento académico				
MÉTODO: Informativo, normativo				
PARTICIPANTES: Sr. Inspector, padres de familia, alumnos				
PASO	ACTIVIDAD (PASO A PASO) OPERACIONES	TIEMPO	RESULTADOS	FLUJO P = Proceso D= Decisión
1	Hacer formar a los alumnos	3min	Cantar himnos	P
2	Saludo Sr. Inspector	1min	Norma de respeto y al mismo tiempo disciplina	P
3	Indicaciones Generales	5min	Mantener informado a los estudiantes de actividades del día, semana o mes	P
4	Está correctamente uniformado?	10min	Saber si los estudiantes cumplen con la normativa	D
5	Si responde por NO	1 s	Quiere decir que le falta alguna prenda	D
6	Se pregunta es reincidente?	2 s	Saber que alumno no hace caso	D
7	Si responde por NO	2 s	Se hace una advertencia y continua a clases 10	P
8	Si responde por SI	2 s	Debe traer representante	P
9	Se regresa a casa	1min	Debemos forzar a que venga su representante	P
10	Continua a clases	2min	Cumplir con las actividades diarias	P
11	Entra a los paralelos toma lista y registra novedades	10min	Ver quienes faltaron o se fugaron o averiguar si hay novedad	P
12	De haber novedad : Es grave la falta	1min	Para saber cual es procedimiento más adecuado	D
13	Responde por SI entonces llama y cita al representante con fecha y hora	5min	Es necesario conversar con el representante sobre lo ocurrido	P
13	Responde por NO, sanciona físicamente o en puntaje	5min	Hacer entender las reglas de juego en el establecimiento	P
TIEMPO APROXIMADO		43m 7s		

Elaborado por: Lenin Jácome

MATRIZ METODOLÓGICA				
PROCESO: SEGUIMIENTO Y CONTROL ACADÉMICO				
OBJETIVO: Disponer de una adecuada planificación académica que permita en seguimiento, control y evaluación				
MÉTODO: Planificación académica				
PARTICIPANTES: Sr. Director, docentes				
PASO	ACTIVIDAD (PASO A PASO) OPERACIONES	TIEMPO	RESULTADOS	FLUJO P = Proceso D= Decisión
1	Reunión con el personal docente	1H	Hacer que todos acudan a la sesión	P
2	Entrega del Plan de Estudios	5min	Entregar a cada docente su malla curricular	P
3	Recepción de Planificaciones	10min	Tener planificado los alcances del trabajo por trimestres y los tiempos de cumplimiento	P
4	Seguimiento por ejes curriculares en reuniones cada 15 días	1H	Comprobar cómo avanza la planificación y hacer ajustes	P
5	Evaluación mensual, entrega de reportes	10min	Enviar la evaluación al padre de familia para que controle el rendimiento de su hijo	P
6	Actividades de recuperación	15min	Establecer las actividades de recuperación aquellos alumnos que tiene notas bajas	P
TIEMPO APROXIMADO		2H 40m		

Elaborado por: Lenin Jácome

MATRIZ METODOLÓGICA				
PROCESO: GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA				
OBJETIVO: Dar atención al padre de familia que solicita un requerimiento				
MÉTODO: Informativo, procedimental				
PARTICIPANTES: Director, secretaría, padres de familia, alumnos				
PASO	ACTIVIDAD (PASO A PASO) OPERACIONES	TIEMPO	RESULTADOS	FLUJO P = Proceso D= Decisión
1	Ingresa el cliente o alumno	1min	Viene porque necesita un servicio	P
2	Saludo al cliente	3 s	Norma de respeto a toda persona	P
3	Pregunta Qué desea?	3 s	Importancia de saber que se debe hacer o donde dirigirlo	D
4	Si desea un Trámite administrativo	5min	Dar trámite administrativo a lo que solicite, el proceso puede durar más tiempo si hay que verificar archivos o hacer firmar	P
5	Si desea pagar la pensión o pagar por otros servicios	15 s	Quiere decir que es un trámite de pagos y facturación entrar a esa parte	P
6	Recibe el Ticket del banco	2 s	Indica que ha realizado un depósito	P
7	Verifico el valor e ingreso los datos al sistema	1min	Registro en el sistema de los valores de ese alumno	P
8	Extiendo la factura	1min	Cumplir con la entrega de un recibo de pago	P
TIEMPO APROXIMADO		8m 40s		

Elaborado por: Lenin Jácome

4.5. Eficiencia Tiempo / Eficiencia Costo

Eficiencia: Consiste en la medición de los esfuerzos que se requieren para alcanzar los objetivos. El costo, el tiempo, el uso adecuado de factores materiales y humanos, cumplir con la calidad propuesta, constituyen elementos inherentes a la eficiencia.

Los resultados más eficientes se alcanzan cuando se hace uso adecuado de estos factores, en el momento oportuno al menor costo posible y cumpliendo con las normas de calidad requeridas.

La eficiencia hace relación a:

- Énfasis en los medios
- Hacer las cosas correctamente
- Resolver problemas
- Ahorrar gastos
- Cumplir tareas y obligaciones
- Capacitar a los subordinados
- Enfoque reactivo

Tomado de:

www://habilidadesgerenciales.bligoo.com/content/view/311036/Eficiencia-o-Eficacia.html

4.6. Propuesta Estratégica

Una vez obtenido el tiempo actual y lo que representa en costo en base a un salario de \$300 procedo a establecer un ahorro potencial en base a una propuesta estratégica la misma que permitirá un ahorro de tiempo y un ahorro de costo con un beneficio cualitativo el mismo que se expresa como eficiencia de servicio.

Tabla N° 17 Ahorro Potencial Tiempo/Costo por Mejor Práctica

No.	PROCESO	TIEMPO ACTUAL	COSTO ACT SALARIO DE \$300	AHORRO POTENCIAL %	TIEMPO MP s	COSTO MP \$	NUEVO TIEMPO s	NUEVO COSTO \$	PROPUESTA ESTRATÉGICA	BENEFICIO CUALITATIVO
1	INFORMACIÓN Y MATRICULACIÓN	16 m 21 s	\$ 0,5109	2%	0,32420	0,01022	15,88580	0,50068	Mejora de Sistema	Mejor atención Mejor utilización de los recursos Mejor utilización del espacio
2	GESTIÓN DE INSPECCIÓN	43 m 7 s	\$ 1,3473	2,50%	1,09250	0,03360	42,60750	1,31370	Mejor compromiso actitudinal	Conciencia en los compromisos Responsabilidad de padres y alumnos Compromiso institucional Reducción de problemas
3	SEGUIMIENTO Y CONTROL ACADÉMICO	2 H 40 m	\$ 6,0416	1,50%	0,03600	0,09060	2,36400	5,95100	Estructurar en periodo de vacaciones la planificación académica, capacitar al personal en ese periodo	Docente preparado Planificaciones a tiempo Mejor Plan Operativo Anual Mejora en diseño evaluativo a los alumnos y recuperación Menor pérdida de año
4	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	8 m 40 s	\$ 0,2708	1%	0,08400	0,00271	8,31600	0,26809	Mejora de Sistema Procesos en línea	Ahorro de tiempo Mejora de servicio Eliminación de papeleo

Fuente: Creación propia Lenin Jácome

4.7. Ventaja Competitiva

Es un concepto desarrollado por Michael Porter que busca enseñar cómo la estrategia elegida y seguida por una organización puede determinar y sustentar su suceso competitivo. Según Porter hay tres estrategias genéricas que una empresa puede seguir:

4.7.1. Liderazgo por Costos

Una de las estrategias que implementamos en nuestro plan de acción era: Realizar un estudio de cuanto pueden pagar los padres de familia para que cualquier aumento no dañe su economía y por otro lado no dificulte la recuperación de la inversión. Con esta estrategia y luego de un estudio pormenorizado buscamos establecer la cantidad de \$50 la misma que tendría que mantenerse. Con esto se llega por un mismo valor a distintos segmentos de mercado generando un producto estándar que tenga el mismo servicio para todos los niveles sociales, buscamos una sinergia comercial por sector, ubicación y mercado de clientes.

4.7.2. Diferenciación

El Centro Educativo Isaac Pitman es uno de los pocos en su categoría que es completo en muchos servicios como por ejemplo poseer especialidades técnicas como Hotelería y Turismo, Gastronomía, Sistemas, ambiente limpio elegante y moderno, servicio de piscina. En lo relacionado al sector fluyen alrededor de 20 líneas de buses por tanto no es problema su ubicación, presenta una nueva imagen con optimización de procesos, mejor organización, filosofía de empoderamiento en todos sus actores, mejores plus y beneficios para sus compradores lo que se traslada en lealtad y lo cual representa para el siguiente año una base fija de compradores y un ahorro de dinero de publicidad.

4.7.3. Segmentación

El Centro Educativo pretende obtener una ventaja competitiva en un grupo de segmentos de clase media cuyos ingresos estén entre \$265 y \$450 y entre \$450 y \$700 los que tiene ingresos por actividad de negocios, rentas de inmuebles y trabajos fijos, a estos segmentos les interesa la educación particular con costos convenientes que tengan todos los servicios y que no suban las pensiones. A los otros Centros Educativos les resultará difícil mantener un precio fijo por aumentos constantes de sueldos y tendrán que sacrificar su utilidad para no demostrar pérdida. En nuestro caso tenemos los costos de infraestructura devengados lo que pagamos es una renta por uso y tenemos nuestro trabajo 100% propio y contamos con equipamiento actualizado para un mejor desempeño, y una cadena de valor que cumple actividades del día a día como ventas, información, producción y desarrollo académico, control disciplinario, gestión administrativa y financiera, lo cual es otra fuente de ventaja competitiva que se expresa en satisfacción del cliente.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS Y ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos para la realización de este proyecto y el beneficio económico que generará para poder cubrir con las obligaciones contraídas y mantener las operaciones en forma normal, indudablemente que para esto se tomará en cuenta aspectos analizados en el estudio de mercado y en la propuesta estratégica.

5.1. Cuenta de Activos Fijos

Son la mayor parte de la inversión y es lo que permite el funcionamiento de la actividad y es terreno, infraestructura, mobiliario y equipamiento.

Tabla Nº 18 Tabla de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	VALOR \$
Terreno	100.000,00
Construcciones 5 Pisos a razón de \$20.000 c/u	100.000,00
Muebles y enseres	40.000,00
Mobiliario de oficina	15.000,00
Equipos de computo	20.000,00
Maquinaria y equipos	3,000.00
TOTAL	278.000,00

Elaborado por: Lenin Jácome

5.2 Activos Diferidos

Son gastos que se incursionan en la elaboración de estudios y actualización de registros y patentes de operación, los cuales son indispensables para tener todo en orden.

Tabla N° 19 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCION	VALOR
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 1.000,00
Estudio de mercado	\$ 1.000,00
GASTOS DE MANEJO OPERATIVO	\$ 4.450,00
Certificado de sanidad	\$ 50,00
Bomberos	\$ 500,00
Actualización de Acuerdos Ministeriales	\$ 2.400,00
Patente municipal	\$ 250,00
Patente ambiental	\$ 250,00
Impuesto al predio	\$ 1.000,00
Sub total	\$ 5.450,00
Imprevistos 5%	\$ 272,50
TOTAL	\$ 5.722.50

Elaborado por: Lenin Jácome

5.3. Capital de Trabajo

Tabla N° 20 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	VALOR TRIMESTRAL
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	\$ 67.410,46	\$ 16,852,62
Mano de obra directa	\$ 63.230,46	\$ 15.807,62
Servicios e insumos básicos	\$ 3.480,00	\$ 870,00
Mantenimiento y reparación	\$ 700,00	\$ 175,00
CAPITAL DE TRABAJO DE ADMINISTRACIÓN	\$ 23,966.08	\$ 5,991.52
Personal administrativo	\$ 23.086,08	\$ 5.771,52
Suministros de oficina	\$ 180,00	\$ 45,00
Suministro de computación	\$ 700,00	\$ 175,00
CAPITAL DE TRABAJO EN VENTAS	\$ 44,630.00	\$ 11,157.50
Publicidad y Promoción de ventas	\$ 4,100,00	\$ 1,025,00
Arriendo local	\$ 36.000,00	\$ 9,000,00
Pagos fiscales	\$ 1,400.00	\$ 350,00
Recepción	\$ 1,000,00	\$ 1.000,00
Motivacional	\$ 1,600,00	\$ 400,00
Movilización y Viáticos	\$ 130,00	\$ 32,50
Capacitación	\$ 400,00	\$ 100,00
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 136,006.54	\$ 34,001.64

Elaborado por Lenin Jácome

Este presupuesto es muy común y estricto todos los años sea que haya pocos o muchos alumnos por paralelo. Por tanto para este año nuestro presupuesto operativo sube a la suma de \$136,006.54 el mismo que se irá desglosando a lo largo del año mes a mes.

5.4. Ingresos del Periodo 2011

Tabla Nº 21 Ingresos del Periodo 2011

ALUMNOS: 230

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)	TOTAL (\$)
Matrículas	39	8.970
Pensiones (10 meses)	55	126.500
Mantenimiento	40	9.200
Uniformes (50% de alumnos)	85	9.775
Comisión Libros	40%	4.048
Derechos de grado	10	276
Derechos de exámenes del tercer trimestre (sólo colegio)	6	690
Total de ingresos del periodo 2011-2012		159.459

Elaborado por Lenin Jácome

5.5. Planificación de Gasto Anual Periodo 2011 - 2012

NOMBRE	CARGO	SUELDO BASE	APORTE INDIVIDUAL	APORTE PATRONAL	FONDOS RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACAC. ANUALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRATIVOS										
LENIN JÁCOME	RECTOR/PROF	400,00	37,40	48,60	33,33	33,33	22,00	33,33	533,20	6.398,40
ADRIANA TOPÓN	SECRETARIA	300,00	28,05	36,45	25,00	25,00	22,00	25,00	405,40	4.864,80
JOSÉ CARUA	INSPECTOR	300,00	28,05	36,45	25,00	25,00	22,00	25,00	405,40	4.864,80
PIEDAD ROMERO	CONSERJE	280,00	26,18	34,02	23,33	23,33	22,00	23,33	379,84	4.558,08
AMPARO MARÍN	CONTADORA	200,00								2.400,00
T. PAGO ADMINISTRACIÓN										23.086,08
DOCENTES ESCUELA										
MARGARITA HERNÁNDEZ	PREKINDER	282,50	26,41	34,32	23,54	23,54	22,00	23,54	383,04	3.830,35
ELSA NOGALES	JARDÍN	282,50	26,41	34,32	23,54	23,54	22,00	23,54	383,04	3.830,35
RITA HIDALGO	SEGUNDO	282,50	26,41	34,32	23,54	23,54	22,00	23,54	383,04	3.830,35
PATRICIA MÉNDEZ	TERCERO	286,26	26,77	34,78	23,86	23,86	22,00	23,86	387,84	3.878,40
SONIA GONZÁLEZ	CUARTO	293,49	27,44	35,66	24,46	24,46	22,00	24,46	397,08	3.970,80
SANDRA CARRASCO	QUINTO	282,50	26,41	34,32	23,54	23,54	22,00	23,54	383,04	3.830,35
ROCÍO NARANJO	SEXTO	282,50	26,41	34,32	23,54	23,54	22,00	23,54	383,04	3.830,35
SOLEDAD ALBÁN	COMPUTACIÓN	293,49	27,44	35,66	24,46	24,46	22,00	24,46	397,08	3.970,80
DOCENTES COLEGIO										
JESSICA ZAMBRANO	MATEMÁTICAS	293,49	27,44	35,66	24,46	24,46	22,00	24,46	397,08	3.970,80
SILVIA CRUZ	SOCIALES	293,49	27,44	35,66	24,46	24,46	22,00	24,46	397,08	3.970,80

INVITACIONES Y GASTOS DE RECEPCIÓN									
	SUPERVISOR	250							250
	COMPROMISOS	400							400
	LEGALIZACIÓN	250							250
	ESPECIES	100							100
TOTAL DE GASTO INVITACIÓN Y RECEPCIÓN									1000
MANTENIMIENTO									
	MÁQUINAS	500							500
	COMPRA QUÍMICOS	200							200
TOTAL MANTENIMIENTO									700
MOVILIZACIÓN Y VIÁTICOS									
	TRÁMITES	80							80
	REUNIONES	50							50
TOT. MOVILIZ Y VIÁTICOS									130
CAPACITACIÓN									
	CURSOS	300							300
	REFRIGERIOS	100							100
TOTAL CAPACITACIÓN									400
TOTAL									136.006,54

Elaborado por: Lenin Jácome

5.6. Inversiones Requeridas

Para poder hacer el 100% de las actividades requeridas pese a tener un sistema que funciona bien es necesario establecer un nuevo sistema en línea todo en programación PHP a través de una página dinámica que permita actualizaciones sin incurrir en gastos técnicos, también es indispensable una plataforma para envío de deberes, debe contemplarse la compra de por lo menos dos pizarras digitales y una actualización de 5 computadoras bajo el sistema dual que permite obtener el doble en base al mismo procesador, debe también hacerse una adecuación del centro de cómputo y compra de pupitres más confortables para el colegio, por tanto estaríamos incurriendo en los siguientes gastos:

Tabla N° 22 Inversiones Requeridas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U. (\$)	TOTAL (\$)
Programación PHP	1	1.500	1.500
Plataforma	1	700	700
Pizarras digitales	2	600	1.200
Computadoras duales	5	550	2.750
Adecuación de Centro de Cómputo	36 mt ²	250	250
Compra de pupitres ejecutivos tapizados	50	20	1.000
TOTAL			7.400

Elaborado por: Lenin Jácome

5.7. Cronograma de Inversión y Desembolso

Como tengo disponibilidad de dinero por efecto de utilidad, no considero oportuno recurrir a un préstamo bancario debido a que la inversión la hago en forma paulatina y la recuperación la obtengo en el mes de julio a septiembre.

Tabla Nº 23 Cronograma de Inversión y Desembolso

DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTAL
Programación PHP	\$500	\$500	\$500				\$1.500
Plataforma		\$350	\$350				\$ 700
Pizarras digitales	\$600				\$600		\$1.200
Computadoras duales	\$550		\$550	\$1.650			\$2.750
Adecuación Centro de Cómputo					\$250		\$ 250
Compra de pupitres ejecutivos tapizados						\$1.000	\$1.000
Total	\$1.650	\$850	\$1400	\$1650	\$850	\$1.000	\$7.400

Elaborado por: Lenin Jácome

También debo tomar en cuenta que desde el mes de febrero en adelante los padres de familia se interesan por un centro educativo para su niño lo cual hará contar con ingresos de manera más rápida. Pero también se debe tomar en cuenta que la campaña oficial empieza en marzo por tanto se aspira contar con mayor liquidez.

5.8. Proyección de Sueldos para los Cinco Años

Tabla N° 24 Proyección de Sueldos para los Cinco Años

MANO DE OBRA DIRECTA

TODOS LOS CARGOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
SUELDOS	64.481,80	67.705,89	71.091,18	74.645,74	78.378,03	82.296,93
(-) IESS 9,35%	5.804,65	6.094,88	6.399,63	6.719,61	7.055,59	7.408,37
TOTAL A RECIBIR	58.677,15	61.611,01	64.691,56	67.926,14	71.322,44	74.888,56
IESS 12,15%	7.542,94	7.920,09	8.316,09	8.731,90	9.168,49	9.626,92
DÉCIMO TERCERO	5.173,48	5.432,15	5.703,76	5.988,95	6.288,40	6.602,82
DÉCIMO CUARTO	4.576,00	4.804,80	5.045,04	5.297,29	5.562,16	5.840,26
VACACIONES	5.173,48	5.432,15	5.703,76	5.988,95	6.288,40	6.602,82
FONDOS DE RESERVA	5.173,48	5.432,15	5.703,76	5.988,95	6.288,40	6.602,82
TOTAL	86.316,53	90.632,36	95.163,97	99.922,17	104.918,28	110.164,20

Elaborado por: Lenin Jácome

5.9. Proyección de Otros Gastos para los Cinco Años

Tabla N° 25 Proyección de Otros Gastos para los Cinco Años

PROYECCIÓN DE TODOS LOS OTROS GASTOS

TODOS LOS CARGOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
ARRIENDOS	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23	45.946,14
SERVICIOS BÁSICOS	3.480,00	3.654,00	3.836,70	4.028,54	4.229,96	4.441,46
PUBLICIDAD	4.100,00	4.305,00	4.520,25	4.746,26	4.983,58	5.232,75
SUMINISTROS OFICINA	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	229,73
SUMINISTROS COMPUTACIÓN	700,00	735,00	771,75	810,34	850,85	893,40
MOTIVACIÓN	1.600,00	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
PAGOS FISCALES	1.400,00	1.470,00	1.543,50	1.620,68	1.701,71	1.786,79
INVITAC. Y LEGALIZ.	1.000,00	1.050,00	1.102,50	1.157,63	1.215,51	1.276,28
MANTENIMIENTO	700,00	735,00	771,75	810,34	850,85	893,40
MOVILIZACIÓN Y VIÁT.	130,00	136,50	143,33	150,49	158,02	165,92
CAPACITACIÓN	400,00	420,00	441,00	463,05	486,20	510,51
TOTAL	49.690,00	52.174,50	54.783,23	57.522,39	60.398,51	63.418,43

Elaborado por: Lenin Jácome

5.10. Proyección de los Ingresos para 5 Años

Tabla N° 26 Proyección de los Ingresos para 5 Años

PROYECCIÓN DE INGRESOS A CINCO AÑOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
ALUMNOS	230	350	385	423,5	465,85	512,435
PENSIÓN	55	50	55	55	60	60
MATRÍCULA	39	39	40,95	43,00	45,15	47,40
MATRÍCULAS	8.970,00	13.650,00	15.765,75	18.209,44	21.031,90	24.291,85
PENSIONES (10 MESES)	126.500,00	175.000,00	211.750,00	232.925,00	279.510,00	307.461,00
MANTENIMIENTO	9.200,00	14.000,00	15.400,00	16.940,00	18.634,00	20.497,40
UNIFORMES ALUM. 50%	9.775,00	14.875,00	16.362,50	17.998,75	19.798,63	21.778,49
COMISIÓN LIBROS	4.048,00	6.160,00	6.776,00	7.453,60	8.198,96	9.018,86
DERECHOS DE GRADO	276,00	420,00	462,00	508,20	559,02	614,92
DERECHOS DE EXAMENES	690,00	1.050,00	1.155,00	1.270,50	1.397,55	1.537,31
TOTAL	159.459,00	225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
GASTOS	136.006,53	142.806,86	149.947,20	157.444,56	165.316,79	173.582,63
TOTAL DE GANACIAS	23.452,47	82.348,14	117.724,05	137.860,93	183.813,27	211.617,19

Elaborado por: Lenin Jácome

Como se puede observar en el año 0 no hay una ganancia muy ampulosa porque se cometió un error, subir las pensiones de \$45 a \$55 pensando en que la gente iba a responder, pero lo cierto es que de acuerdo al estudio de mercado realizado se observa que la gente actúa por nerviosismo y no es estable, cualquier variación en el precio causa retiro, en este sentido es conveniente bajar la pensión a \$50 que nos puede pagar la gran mayoría y mantenernos todo el periodo 2012 - 2013 hasta que adquieran confianza y estabilidad para luego a partir del 2013 – 2014 hacer un aumento de \$5 por dos periodos consecutivos toda vez que se tendrá un aumento del 10% de alumnos sea para la primaria o secundaria y a partir del 2016 – 2017 hacer un último incremento de \$5, desde este año en adelante habría que hacer un nuevo estudio de mercado para ver como se presenta la tendencia y el entorno actual.

5.11. Depreciaciones

Según Díaz H. “La depreciación es la reducción sistemática o pérdida de valor de un activo por su uso o caída en desuso o por su obsolescencia ocasionada por los avances tecnológicos.

Debido al uso, tiempo o deterioro los activos fijos sufren una depreciación, para lo cual se considera un porcentaje de depreciación anual que corresponde al valor recuperable de dicho activo en su tiempo de vida útil.

El método en línea recta consiste en distribuir linealmente el valor depreciable de un activo fijo a lo largo de su vida útil.

Tabla N° 27 Porcentajes de Depreciación

Activos Fijos	Porcentaje de depreciación anual	Años de vida útil
Inmuebles (excepto terreno), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%	20 años
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%	10 años
Vehículos	20%	5 años
Equipos de cómputo y software	33%	3 años

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno

Tabla N° 28 Depreciaciones

DETALLE	VALOR DE INVERSIÓN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	%	VALOR DE DPR. ANUAL
Construcciones	\$ 100.000,00	20	5%	\$ 5.000,00
Muebles y enseres	\$ 40.000,00	10	10%	\$ 4.000,00
Mobiliario de oficina	\$ 15.000,00	10	10%	\$ 1.500,00
Equipos de cómputo	\$ 20.000,00	3	33%	\$ 6.600,00
Maquinaria y equipos	\$ 3.000,00	10	10%	\$ 300,00
TOTAL DE DEPRECIACIÓN				\$ 17.400,00

Elaborado por: Lenin Jácome

5.12. Amortización de Activo Diferido

Los activos diferidos deben ser amortizados porque son rubros que mensualmente se cargarán al gasto para que no afecte el resultado inicial anual, en este sentido habrá gastos que se amorticen en la vida del proyecto y otros en menos.

Tabla Nº 29 Amortización de Activo Diferido

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	% ANUAL	AÑOS	VALOR TOTAL
Estudio de mercado	\$ 1.000,00	20	5	\$ 200,00
Certificado de Sanidad	\$ 50,00	20	5	\$ 10,00
Bomberos	\$ 500,00	20	5	\$ 100,00
Actualización de Acuerdo Ministerial	\$ 2.400,00	20	5	\$ 480,00
Patente Municipal	\$ 250,00	20	1	\$ 50,00
Patente Ambiental	\$ 250,00	20	1	\$ 50,00
Impuesto al Predio	\$ 1000,00	20	1	\$ 200,00
Total				\$ 1090,00

Elaborado por Lenin Jácome

5.13. Evaluación Financiera del Proyecto

Determinar si el proyecto desde el punto de vista financiero es o no rentable.

5.13.1. Estado de Situación Inicial

El balance general está conformado por los Activos, Pasivos y Patrimonio. El activo corriente que contiene Caja y Bancos y el Capital de Trabajo y Activos Fijos tangibles e intangibles. El pasivo conforma el pasivo corriente el cual es a corto y largo plazo. Y finalmente la cuenta de Patrimonio que es el aporte de los accionistas a la empresa.

Tabla Nº 30 Balance de Situación Inicial

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011			
ACTIVOS		PASIVOS	
		Nuevo equipamiento inversiones	7.400,00
Activos Corrientes	136.006,54	Proveedores	1.000,00
Capital de Trabajo	136.006,54	Documentos por pagar	
Activo Fijo Tangible	278.000,00	TOTAL DE PASIVOS	8.400,00
Terreno	100.000,00		
Construcciones	100.000,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	40.000,00	Capital Social	411.329,04
Equipos de oficina			
Equipos de computación	20.000,00	TOTAL PATRIMONIO	411.329,04
Mobiliario de oficinas	15.000,00		
Máquinas y equipos	3.000,00	TOTAL DE PASIVOS + PATRIMONIO	419.729,04
Activos Fijos Intangibles	5.722,50		
Activos diferidos	5.722,50		
TOTAL DE ACTIVOS	419.729,04		

Elaborado por Lenin Jácome

5.13.2. Estado de Resultados

Tabla Nº 31 Estado de Pérdidas y Ganancias

Del 1 al 31 de Diciembre de 2011

	CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS	159.459,00	225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
(-)	COSTO DE VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTILIDAD BRUTA	159.459,00	225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
(-)	GASTOS OPERACIONALES						
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	86.316,53	90.632,36	95.163,97	99.922,17	104.918,28	110.164,20
	GASTOS DE VENTAS	49.690,00	52.174,50	54.783,23	57.522,39	60.398,51	63.418,43
(-)	DEPRECIACIONES	17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00
(-)	AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS	2.610,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	3.442,47	63.858,14	99.234,05	119.370,93	165.323,27	193.127,19
(-)	15% PARTIC. TRABAJADORES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTIL. ANTES DE IMPUESTOS	3.442,47	63.858,14	99.234,05	119.370,93	165.323,27	193.127,19
(-)	25% DE IMPUESTO RENTA	860,62	15.964,54	24.808,51	29.842,73	41.330,82	48.281,80
(=)	UTILIDAD NETA	2.581,85	47.893,61	74.425,54	89.528,20	123.992,45	144.845,40

Elaborado por Lenin Jácome

5.13.3 Flujo de Caja

Los flujos de efectivo tienen como propósito principal proveer información fundamental, condensada y comprensible sobre el manejo de los ingresos y egresos de efectivo. En consecuencia muestra una síntesis de los cambios ocurridos en una situación financiera en (sus inversiones y financiamiento) a fin de que en conjunto con otros estados básicos en términos de liquidez o solvencia los usuarios puedan:

- Evaluar la habilidad de la empresa para generar flujos de efectivo netos positivos en el futuro.

- Evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con el pago de sus obligaciones: pago a empleados, proveedores, dividendos, y financiamiento externo.

Tabla N° 32 Flujo de Caja

	CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS		225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
(-)	COSTO DE VENTAS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTILIDAD BRUTA		225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
(-)	GASTOS OPERACIONALES						
	GASTOS ADMINISTRATIVOS		90.632,36	95.163,97	99.922,17	104.918,28	110.164,20
	GASTOS DE VENTAS		52.174,50	54.783,23	57.522,39	60.398,51	63.418,43
(-)	DEPRECIACIONES		17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00
(-)	AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS		1.144,50	1.144,50	1.144,50	1.144,50	1.144,50
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL		63.803,64	99.179,55	119.316,43	165.268,77	193.072,69
(-)	15% PARTIC. TRABAJADORES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	UTIL. ANTES DE IMPUESTOS		63.803,64	99.179,55	119.316,43	165.268,77	193.072,69
(-)	25% DE IMPUESTO RENTA		15.950,91	24.794,89	29.829,11	41.317,19	48.268,17
(=)	UTILIDAD NETA		47.852,73	74.384,66	89.487,32	123.951,58	144.804,52
(+)	DEPRECIACIONES		17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00	17.400,00
(+)	AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS		1.144,50	1.144,50	1.144,50	1.144,50	1.144,50
(-)	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
(-)	INVERSIÓN DIFERIDA O INTANGIBLE	-5.722,50					
(-)	INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	-136.006,54					
(+)	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						136.006,54
(=)	F DE C PARA EVALUAR EL PROYECTO SIN F	-141.729,04	66.397,23	92.929,16	108.031,82	142.496,08	163.349,02
	TMAR	15,32%					
	VAFE	358.562,70					
	VAN	216.833,66					
	TIR	59,90%					
	ID	2,53					

Elaborado por: Lenin Jácome

5.13.4. Determinación de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Se debe considerar la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

Donde:

i = premio al riesgo

f = inflación

Inversionista: TMAR = 4,58% INF + 10% i + 0,0484 * 0,1= 0,1532

TMAR

Tabla N° 33 TMAR

	% de aportación	TMAR	PONDERACIÓN
Inversionista	1,00	0,1532	0,1532
TMAR			15,32%

Elaborado por: Lenin Jácome

5.13.5 VAN (Valor Actual Neto)

Es un método que considera el valor del dinero en el tiempo, constituyéndose como la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficiarios y las inversiones.

El descuento se lo hace a la tasa mínima aceptable para la empresa.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+k)^t}$$

Donde:**Lo:** Inversión Inicial**R:** Flujos netos de cada año**K:** Tasa de descuento mínima aceptable**T:** Periodos

La inversión del proyecto generará un valor neto de **358.562,70** si no existe otras oportunidades mejores de inversión entonces debe hacerlo ya que es positivo, mayor que cero y los beneficios serán mayores a los costos de inversión. Sin embargo note que no se tomó en cuenta el capital de inversión de activos porque el proyecto es de posicionamiento e imagen corporativas y las inversiones iniciales ya fueron hechas, solo partimos de inversión diferida y capital de trabajo.

5.13.6 TIR (Tasa Interna de Retorno)

El TIR es la tasa de interés que hace que el VAN de la inversión sea cero. Es decir muestra la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera pérdidas ni ganancias.

$$TIR = K1 + (K2 - K1) * \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

Donde:**TIR:** Tasa interna de retorno**K1:** Tasa de descuento de VAN con signo positivo, o sea el VAN1.**K2:** Tasa de descuento de VAN con signo negativo, o sea el VAN2.

Cuando la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es factible, en este caso el TIR es del **59,90%** y la tasa de descuento del **15.32%**, lo cual determina que el proyecto es viable.

Esto significa que el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, es decir el proyecto es económicamente rentable.

5.13.7 Relación Costo Beneficio

Compara el valor actual de las entradas en efectivo futuras con el valor actual que es el flujo de caja.

$$Relacion\ B/C = \frac{\sum \text{Flujos generados por el proyecto}}{\text{Inversion}}$$

La relación costo beneficio es de **\$2,53** es decir que por cada dólar invertido se recupera **\$1,53** de ganancia.

Esto indica que no habrá problemas de recuperación de la inversión original.

5.13.8. Punto de Equilibrio

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO = \frac{COSTO\ FIJO\ TOTAL}{1 - \frac{COSTO\ VARIABLE\ TOTAL}{VENTAS\ TOTALES}}$$

a) Punto de equilibrio en unidades

$$PUNTO\ DE\ EQUILIBRIO = \frac{COSTO\ FIJO\ TOTAL}{PRECIO\ UNI.\ VTA. - COSTO\ VARIAB.\ UNI}$$

Tabla N° 34 Punto de equilibrio

VARIABLES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	127.296,53	133.661,36	140.344,42	147.361,65	154.729,73	162.466,21
COSTOS VARIABLES	8.710,00	9.145,50	9.602,78	10.082,91	10.587,06	11.116,41
COSTO TOTAL	136.006,53	142.806,86	149.947,20	157.444,56	165.316,79	173.582,63
VENTAS	159.459,00	225.155,00	267.671,25	295.305,49	349.130,06	385.199,82
CANTIDAD DE VENTAS	230	350	385	424	466	512
COSTO VAR UNIT	152	149,5	152	152	157	157
PREC.VENTAS PROM	706	706	706	706	706	706
PUNTO DE EQUIL VAL.	136006,53	142806,857	149947,199	157444,559	165316,787	173582,627
PUNTO DE EQUIL ALUM.	230	240	254	266	282	296

Elaborado por: Lenin Jácome

En este año que es el cero empezamos el proyecto por tanto tiene equilibrio con sus ventas y número de alumnos, pero a partir del primer año académico es decir a partir de septiembre se nota un incremento de clientes reflejando mayores ingresos y motivados por un mejor posicionamiento y una imagen renovada.

5.13.9 Análisis de Sensibilidad

Más que en números podría decir por la experiencia que cuando se sube la pensión la gente se retira en cascada y no es medible porque no sabemos cómo están los hogares en el Colegio Jim Irwin de la Competencia una subida de pensión de \$65 a \$79 le ocasionó un retiro del 50% de alumnos. En nuestro caso un aumento de \$45 a \$55 es decir un aumento del 18,18% ocasionó un retiro de 70 alumnos de un total de 300 que se tuvo el año anterior. Por eso es que para no perder se puede tomar ciertas decisiones estratégicas la primera bajar la pensión en un año y de ahí subir el 10% es decir \$5 para los siguientes dos periodos y para los dos últimos también en la misma proporción, sin embargo siempre se deberá tomar en cuenta las circunstancias del país y el momento en que nos encontremos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La pérdida de alumnos que ha tenido la Unidad Educativa se debe a los aumentos de pensión. En el estudio se estableció que el 28% apenas están por sobre los \$265 entonces el precio debe mantenerse en \$50 lo cual lo estableceríamos como conveniente y como lo demostramos en el estudio económico.

Anteriormente la Unidad Educativa no contaba con espacio propio de recreación y utilizaba un parque adjunto, es probable que este haya sido un factor de incomodidad que vieron los padres de familia de años anteriores.

Conservar las especialidades que se tienen y potencializarlas, haciendo trabajos de laboratorio experimentos etc.

Al Estado le va a tomar un buen tiempo poner en óptimo funcionamiento el aparato educativo en todos sus niveles y también deberá recurrir a destinar un presupuesto fijo para su mantenimiento, sin embargo la población es creciente y le resultará muy difícil lograr una cobertura total por tanto la posibilidad de contar todos los años con el 12% insatisfecho es una oportunidad para captar clientes.

De la estadística realizada el 79% indicó que optaría por educación particular lo cual es bueno, nos hace creer que mientras el sector público tenga problemas por número de alumnos, equipamiento, partidas etc., el sector privado puede verse aventajado por trabajar como empresa eficiente.

Las posibilidades de tener mayor cantidad de alumnos se darían en Colegio con el 60% por tanto las sustituciones de mobiliario deberían ser orientados al ciclo básico y diversificado.

Obtuvimos un VAN positivo un TIR superior al de la tasa de descuento y una relación costo beneficio de \$2,53 es decir que por cada dólar invertido se recupera \$1,53 de ganancia. Por tanto el proyecto es viable, es factible, se puede implementar.

En relación al punto de equilibrio solo en el año 0 estamos con las justas a partir del año 1 al año 5 podemos empezar a ver estabilización económica por aumento de matrículas.

6.2. Recomendaciones

La Unidad Educativa se encuentra en una zona de clase media baja, por tanto cualquier aumento que se haga debe considerar el momento actual y debe ser bien analizado considerando los pasos de la competencia.

Una vez que el padre de familia se haya ido es por algún motivo, se convierte en un pero, y es necesario demostrar lo contrario, entonces se debe tomar en cuenta todos los factores de diferenciación y las actividades que se deben hacer con cada estrategia en los planes de acción.

La familia es un instrumento que siempre en forma constante tiene que estar ligado al desarrollo de su hijo ya que este se encuentra en una edad que necesita guía, a la vez un despertar rápido sobre la realidad de su entorno y el descubrimiento propio de sus habilidades y destrezas. El entorno educativo lo hacen los padres, los alumnos, maestros y autoridades, por tanto se debe implementar escuela para padres logrando la asistencia de todos por lo menos 2 veces al trimestre de esta forma se puede buscar consensos y compromisos tanto para pago pendientes así como control y seguimiento académico.

Es importante tener el producto siempre en la mente del comprador, por tanto haya el número de alumnos o no, se debe establecer una política de publicidad agresiva, pues siempre se encontrará clientes que deseen nuestro servicio y esto debe ser a través de entrega de trípticos puerta a puerta y en cuñas radiales y televisivas.

Realizar casas abiertas de cada especialidad hace que los estudiantes se preparen de mejor manera, se puede invitar a estudiantes de colegios cercanos y aprovechar entregando propaganda y demostrando nuestra calidad.

De considerar positivos estos planteamientos recomiendo hacerlo de acuerdo a los tiempos es un buen momento para ver florecer el negocio.

6.3. BIBLIOGRAFÍA

- COULTER, Robbins. 2010. Administración. Décima edición.
- DOUGLAS A. Lind, 2008. Estadística Aplicada a los negocios y la economía Decimotercera edición. McGraw-Hill.
- ESPEJO JARAMILLO, Lupe, 2010. Contabilidad General UTPL.
- FORSYTH PATRICK, 2010. Marketing las herramientas más novedosas. The Economics.
- GOODSTEIN, Leonardo. 1998. Planificación Estratégica Aplicada.
- JORGE Palao y GOMEZ Vincent, 2009. Diez claves para ser un empresario de éxito.
- J.M. Rosemberg, 1994. Diccionario de Administración y Finanzas. Editorial Océano
- KOTLER PHILIP, 2003. Dirección de Marketing.
- MANKIW, Gregory, 2009. Principios de Economía. Cengage Learning. México. Quinta Edición.
- MCCARTHY / PERREAULT, 1993. Marketing teoría y práctica, Undécima Edición IRWIN
- MORA ZAMBRANO, Armando. 2009. Matemáticas financieras, Tercera Edición Alfaomega
- OLMOS, Jorge. 2007. Tu potencial emprendedor. Pearson de México. Primera edición.
- SAMUELSON NORDHAUS, 2006. Economía, Decimoctava edición, McGraw-Hill.
- TORRES Aldo. 2010. Contabilidad de Costos, Análisis para la toma de decisiones. Tercera Edición.
- VARELA, Rodrigo. 2002. Innovación empresarial. Prentice Hall

Citas de internet

http://www.oei.es/quipu/ecuador/plan_decenal_niñez.pdf

<http://www.educación.gov.ec/interna.php?txtCodInfo=104>

http://www.educación.gov.ec/_upload/PL_5-pdf

<http://es.wikipedia.org/wiki/Quito>

http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor

<http://conamusi.edu.ec/images/stories/Publicdocs/Memo289-ME-conservatorioenelSurdeQuito.pdf>

<http://www.slideshare.net/eddyal/economia-del-Ecuador-presentation>

<http://www.larepublica.ec/blog/economia/2011/07/26/canasta-basica-subio-1881-en-un-ano-segun-el-inec/>

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=desempleo_quito

http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Ecuador/Ecuador_Hacia_Plan_Decenal.pdf

<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101167615/->

[1/Infraestructura_no_cubre_demanda_de_estudiantes_en_Ecuador.html](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101167615/-1/Infraestructura_no_cubre_demanda_de_estudiantes_en_Ecuador.html)

<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071007135110AApINFo>

<http://www.proyectopv.org/1-verdad/honestidad.htm>

<http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100615230621AAgleJI>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad>

<http://www.fundaciontelevisa.org/valores/pages/respeto.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Cuadro_de_mando_integral

<http://www://habilidadesgerenciales.bligoo.com/content/view/311036/Eficiencia-o-Eficacia.html>

6.4. ANEXOS

AULA DE SEXTO CURSO CIENCIAS



PISCINA



AULA DE COMPUTACIÓN



GRADUCACIÓN BACHILLERATO EN SISTEMAS Y CIENCIAS



FOTO UNIDAD EDUCATIVA “ISAAC PITMAN”

