



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Técnica Particular de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA**

*Plan de Marketing Estratégico para el Instituto Particular Educativo  
"Perpetuo Socorro" ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito. Año 2008*

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO  
DE INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**AUTORA:** María Gabriela León Navarrete

**DIRECTOR:** Ec. Ronald Toledo Macas

**CENTRO UNIVERSITARIO QUITO**

**2010**

**Ec. Ronald Toledo Macas**

**DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**C E R T I F I C A:**

Que el presente trabajo de tesis realizado por la estudiante:

María Gabriela León Navarrete, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

**Loja, Mayo del 2010**

f).....

“Yo María Gabriela León Navarrete declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”

f).....

Autora

## **AUTORIA**

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora

**MARÌA GABRIELA LEÒN NAVARRETE**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación va dedicado de manera especial a mis padres Livy y Marcelo por haber sido quienes me han apoyado en todo momento y con su ejemplo de perseverancia me han impulsado a seguir adelante para alcanzar mis metas.

A mi esposo Edwin por brindarme su amor y comprensión de manera incondicional en todo momento.

Finalmente a mis hijos Marcelo y José Gabriel, quienes han sido la inspiración para culminar con mi trabajo.

**MARIA GABRIELA**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica Particular de Loja por haberme permitido realizar mis estudios profesionales, a través de la Modalidad de Educación a Distancia.

Quiero agradecer a Dios por haberme permitido culminar la gran aspiración de mi vida de obtener un Título Académico y haber estado presente cada instante de mi vida venciendo todas las dificultades que se me han presentado.

De manera especial, mi agradecimiento a la Magister. María Elena Navarrete, Rectora del Instituto Educativo Particular “Perpetuo Socorro” por su colaboración incondicional al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

Mi sincero agradecimiento al Ec. Ronald Toledo por su guía y dirección durante todo el proceso de elaboración de mi trabajo de tesis.

Por último agradezco a todas las personas que colaboraron conmigo de una u otra forma hasta la culminación de mi trabajo.

**MARIA GABRIELA**

## INDICE DE CONTENIDOS

	<b>Pág.</b>
Certificación	ii
Declaración y cesión de derechos	iii
Autoría	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Resumen ejecutivo	x
 <b><u>CAPITULO I DIAGNOSTICO DEL INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO PERPETUO SOCORRO "I.P.E.P.S."</u></b>	
1.1. Breve historia y antecedentes del I.P.E.P.S.	1
1.2. Planificación del I.P.E.P.S	2
1.2.1. Visión y misión	2
1.2.2. Objetivos	3
1.2.3. Políticas y estrategias utilizadas	4
1.2.4. Proyectos a futuro	7
1.3. Estructura organizativa	8
1.4. Servicios que presta el I.P.E.P.S	9
1.5. Datos estadísticos del I.P.E.P.S	13
1.6. Organización administrativa y académica actual	15
1.6.1. Estilo de organización	15
1.6.2. Tipo de organización	16

1.6.3. Gestión administrativa	16
1.7. Entorno físico del I.P.E.P.S.	18
1.8. Control y evaluación del I.P.E.P.S.	27

## **CAPITULO II ESTUDIO DEL MERCADO**

2.1. Análisis de la oferta y de la demanda	30
2.1.1. Estudio de la demanda	30
2.1.1.1. Comportamiento del consumidor	30
2.1.1.2. Necesidades de los consumidores	32
2.1.2. Estudio de la oferta o competencia	40
2.1.2.1. Identificación de la competencia	40
2.1.2.2. Fortalezas y debilidades de la competencia	48
2.2. Segmentación del mercado	49

## **CAPITULO III PLAN DE MARKETING**

3.1. Objetivos y metas del plan	50
3.1.1. Objetivos	50
3.1.2. Metas	50
3.2. Estrategias de marketing	51
3.2.1. Servicio	51
3.2.2. Precio	55
3.2.2.1. Características del servicio que influyen en el precio	57
3.2.3. Plaza	57



3.2.4. Publicidad	58
3.2.4.1. Publicity y relaciones públicas	59
3.2.5. Promoción	60
3.2.5.1. Proceso de promoción	61
3.2.5.2. Características del servicio que afectan a su promoción	63
3.2.5.3. Calendario de promoción	65
3.2.5.4. Medición de la eficacia de la promoción	66
3.3. Estudio financiero	66
3.3.1. Punto de equilibrio	67
3.3.2. Presupuesto del plan de marketing	71

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

1. Conclusiones	73
2. Recomendaciones	75

<b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b>	77
----------------------------	----

<b><u>NETGRAFÍA</u></b>	77
-------------------------	----

<b><u>ANEXOS</u></b>	78
----------------------	----

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA EL INSTITUTO PARTICULAR**  
**EDUCATIVO PERPETUO SOCORRO DE LA CIUDAD DE QUITO**

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente Plan estratégico de Marketing ha sido elaborado tomando en consideración la necesidad de incrementar el número de estudiantes en el Instituto Educativo Particular Perpetuo Socorro de la ciudad de Quito, institución que funciona desde 1994 y así lograr mayores rendimientos financieros.

Para efecto de la elaboración de esta Tesis se realizó en primer lugar un marco teórico estableciendo la problemática de la investigación, y los conceptos utilizados.

En el desarrollo del Plan de Marketing, se estudia y determina los diferentes componentes de la oferta y la demanda del servicio educativo del IPEPS; el comportamiento del consumidor a través de la aplicación de una encuesta a padres de familia y estudiantes, así como los deseos y exigencias de los clientes; se analiza y determina la oferta o competencia para establecer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; y, así se establecen las metas, objetivos y estrategias de marketing adecuadas a la institución para: servicio, precio, plaza, promoción y publicidad.

Las conclusiones, así como las recomendaciones se presentan en la Tesis principalmente a los directivos de la Institución Perpetuo Socorro quienes serán en definitiva los que deberán implementarlas.

## **CAPITULO I**

### **DIAGNOSTICO DEL INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO PERPETUO SOCORRO "I.P.E.P.S."**

#### **1.1. Breve historia y antecedentes del I.P.E.P.S.**

En el mes de junio de 1.994 se crea la institución bajo la figura de Centro Infantil de Cuidado Diario con Resolución del Ministerio de Bienestar social No 1192, su fundadora la Lcda. María Elena Navarrete Álvarez asume la responsabilidad de su conducción y dirección, quien enfoca la visión institucional desde sus primeros pasos, hacia la formación de un instituto educativo grande que pueda competir con las instituciones educativas más representativas de la ciudad de Quito.

En la actualidad, cuando han transcurrido alrededor de quince años de vida institucional, el I.P.E.P.S. se ha convertido en un establecimiento que brinda el servicio de educación inicial y cuidado diario a niños desde los tres meses hasta los cuatro años de edad en la sección Pre. Básica, mismos que ocupan un moderno y funcional edificio construido especialmente para brindar atención a niños párvulos.

En el edificio principal funciona la sección básica completa de primero a décimo año de Educación General Básica y los tres años de Bachillerato General de Ciencias, es decir que en la actualidad el Instituto Particular Educativo I.P.E.P.S., es una Unidad Educativa completa, que tiene la capacidad de brindar educación a niños desde su primer año de vida, hasta cuando adquieran su bachillerato, particularidad que hace de la institución una empresa muy singular y reconocida por la sociedad capitalina, cuya preferencia es que sus hijos permanezcan en sus aulas diez y ocho años de su vida.

La institución se encuentra ubicada en la Parroquia Santa Prisca, Barrio Miraflores de la ciudad de Quito, con sus dos edificios, el principal está situado en la Av. Universitaria OE-781 y Calle el Oro, el segundo edificio en la Av. Eustorgio Salgado No 19222 y calle Armero.

## **1.2. Planificación del IPEPS**

### **1.2.1 Visión y misión**

#### **Visión**

En los próximos años el Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro, deberá ser reconocido como una Unidad Educativa de calidad por la formación integral que en su servicio entregará a la niñez y juventud que accede a sus aulas a beneficiarse de los más altos estándares morales, culturales, científicos y tecnológicos posibles que permitirán formar ciudadanos ejemplares y útiles a la patria.

Además propenderá a alcanzar el desarrollo institucional, en lo humano, profesional, y empresarial, constituyéndose en una institución que esté a la vanguardia de la formación de párvulos, niños y jóvenes de la ciudad capital.<sup>1</sup>

#### **Misión**

La Ley Orgánica de Educación vigente, en su artículo 60 define la misión de los establecimientos educativos en los siguientes términos: “Los establecimientos educativos tienen como misión, la formación humana y la promoción cultural y están destinados a cumplir los fines de la educación, con sujeción a la ley y su reglamento.”<sup>2</sup>

El Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro “I.P.E.P.S” cuenta con las secciones de Educación Inicial, Básica y Bachillerato General en Ciencias, actualmente sirve a la comunidad capitalina, brindando una educación basada en

---

<sup>1</sup> Navarrete Alvarez M (2005) Manual Administrativo del IPEPS, Quito, pág. 2

<sup>2</sup> Corporación de estudios y publicaciones (2005) Ley Orgánica de Educación, Quito. pág. 26

principios y valores morales, buscando formar párvulos, niños y jóvenes de una manera integral, desarrollando sus inteligencias múltiples, para hacer de ellos elementos humanos proactivos que propendan a su crecimiento personal y coadyuven al desarrollo de la sociedad y que su participación sea reconocida y valorada en la formación de un entorno social caracterizado por ofrecer mejores condiciones de vida a sus integrantes.<sup>3</sup>

### **1.2.2 Objetivos**

Como toda empresa u organización el Instituto Perpetuo Socorro ha establecido objetivos generales y específicos que rigen su funcionamiento a continuación son detallados:

#### **Objetivos Generales**

1. Contribuir con la sociedad brindando el servicio educativo de una manera integral a la niñez y juventud de la Patria, con amparo en lo establecido en el Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación.
2. Propiciar un estilo de gestión participativo de las diferentes secciones educativas de la institución, así como de padres de familia, estudiantes, autoridades y comunidad en general.<sup>4</sup>

#### **Objetivos específicos**

- 1 Formar niños y jóvenes capaces de enfrentarse a los retos que la sociedad actual impone.

---

<sup>3</sup> Navarrete Álvarez M.(2006), pág. 2

<sup>4</sup> Navarrete Álvarez M. (2006) pág. 3

- 2 Fomentar la práctica de valores morales y actitudes desde una visión holística de la educación que propendan a direccionar sus actos hacia el respeto a los demás y a las raíces culturales de nuestra nacionalidad.
- 3 Incorporar procesos de investigación permanente tanto en docentes como en alumnos, para mejorar el proceso de enseñanza aprendizaje.
- 4 Generar fuentes de empleo como contribución al desarrollo económico del país.
- 5 Buscar sostenibilidad y sustentabilidad del IPEPS.
- 6 Disminuir costos, generar más ingresos.
- 7 Adquirir presencia y representatividad en la comunidad.
- 8 Mejorar la imagen institucional.
- 9 Concienciar a la comunidad educativa sobre la importancia de preservar el medio ambiente libre de contaminación.<sup>5</sup>

### **1.2.3 Políticas y estrategias utilizadas**

#### **Políticas**

- Actualización del personal docente de la Institución sobre innovaciones metodológicas y directrices emanadas del Ministerio de Educación en cuanto a la aplicación de la Reforma Curricular vigente.

---

<sup>5</sup> Navarrete Álvarez M (2006) pág. 4-5

- Mejorar permanentemente la infraestructura de la institución y de los valores agregados que ofrece a los estudiantes.
- Garantizar permanentemente la aplicación de innovaciones curriculares en el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Incluir en los planes curriculares como ejes transversales temas tendientes a fomentar la práctica de valores en los estudiantes.
- Promover permanentemente el desarrollo y práctica de valores dentro y fuera de la institución, por parte de los estudiantes.
- Gestionar capacitación permanente de los docentes para mantener actualizados sus conocimientos científicos que serán impartidos a los educandos.
- Contar con el valioso contingente de un equipo docente y administrativo profesional y humanamente formado para trabajar con niños y jóvenes.
- Fortalecer el triángulo educativo con la participación del padre de familia en las actividades escolares.
- Implementar permanentemente tecnología y recursos didácticos innovadores, que coadyuven en la formación integral de los estudiantes.
- Implementar procesos innovadores de evaluación, no solo al educando, sino también a la gestión docente y administrativa.

- Brindar ayudas económicas a estudiantes de escasos recursos que se destacan en lo académico y comportamental.
- Participar activamente en concursos, certámenes, y otros convocados por otros colegios y por la comunidad, con la finalidad de hacer conocer a la institución.<sup>6</sup>

### **Estrategias**

- Seleccionar al cuerpo docente, administrativo y de servicio, bajo estrictos parámetros de calidad, experiencia y perfiles acorde a la visión y misión institucional.
- Diseñar y Aplicar innovaciones curriculares que propendan a mejorar permanentemente la educación y formación de los estudiantes.
- Organizar actividades, talleres y charlas en las cuales intervenga el padre de familia, para fortalecer relaciones mutuas e involucrarle comprometidamente en el quehacer educativo.
- Establecer una planificación curricular unificando criterios sobre metodología y desempeño pedagógico por parte de los profesores de las diferentes asignaturas.
- Organizar talleres con padres de familia, estudiantes y profesores para socializar el manual de convivencia institucional, así como la Misión y Visión de la misma, para fortalecer y concienciar el respeto a los derechos de los demás y poder convivir en armonía mutua.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Navarrete Álvarez M(2006), pág. 6-7

<sup>7</sup> Navarrete Álvarez M (2006), pág. 8



#### 1.2.4 Proyectos a futuro

Según las versiones recopiladas a los inversionistas propietarios del Instituto Perpetuo Socorro, se ha recopilado los siguientes proyectos a futuro que pueden ser implementados en el IPEPS:

- 1 Implementación de un nuevo Modelo Pedagógico, que supere a los logros alcanzados con el modelo aplicado actualmente que es el Social Cognitivo. El logro de este proyecto a futuro determinará que el Instituto Perpetuo Socorro sea una unidad educativa diferente, especial y que sus alumnos sean de excelencia en todas sus actividades.
- 2 Incremento de instrumentos y materiales en el laboratorio de física y química, para que los estudiantes cuenten con más herramientas que les ayude a experimentar y constaten lo que aprenden en clases teóricas.
- 3 Creación de un gimnasio completo, actualmente se cuenta con materiales básicos que se van incrementando año con año, pero sería deseable poder tener un área de gimnasia más grande.
- 4 Creación de una biblioteca moderna y actualizada; existe actualmente una biblioteca que va resultando pequeña a medida que aumenta la cantidad de alumnos.
- 5 Desarrollo de hábitos de lectura en los estudiantes desde sus primeros años de formación, este es uno de los pilares de la educación que se propende a incrementar año con año, porque no existe una cultura de lectura a nivel de país, muchas veces nos conformamos con ver lo que la televisión nos presenta, pero se debe fomentar la investigación en libros, revistas, etc. para que cada individuo se forme sus propios criterios en los diferentes ámbitos de la sociedad.

- 6 Creación de una aula de apoyo psicopedagógico, ya que si bien el Instituto cuenta con un sicólogo, las necesidades de la población estudiantil se hacen cada vez más complejas, debido a la problemática familiar existente en la sociedad ecuatoriana, familias separadas, divorcios y violencia familiar son las causas más recurrentes para el mal desempeño educativo y social de los estudiantes.
  
- 7 Creación de un dispensario médico, para la atención de accidentes comunes que ocurren diariamente, así como de atención a eventos menos frecuentes como auxiliar de emergencia a estudiantes con afecciones respiratorias o cardíacas, desmayos, etc.

### **1.3 Estructura organizativa**

Para el desarrollo normal de las actividades educativas y administrativas cotidianas, el Instituto Perpetuo Socorro, ha diseñado su propia organización a medida que han crecido sus servicios, así se puede apreciar en la actualidad:

#### **Área administrativa**

Se encarga de los procesos administrativos del Instituto, para garantizar que los recursos materiales, económicos, financieros y humanos sean optimizados para prestar el servicio educativo, en el siguiente cuadro se encuentra detallado los puestos de ésta área con sus respectivos responsables :

## CUADRO No 1

### PERSONAL RESPONSABLE DEL AREA ADMINISTRATIVA IPEPS

PUESTO	RESPONSABLE
- Gerencia	Econ. Marcelo León
- Rectorado	Msc. María Navarrete
- Vicerrectorado	Lic. Juan José Zapata
- Inspección General	Lic. Ercilia Torres
- Secretaría	Lic. Lorena Ubillús
- Colecturía	Sra. Verónica Panchi

**Fuente:** Manual Administrativo IPEPS

**Elaborado por:** la autora

#### 1.4 Servicios que presta el I.P.E.P.S.

El Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro I:P:E:P:S , es una empresa dedicada a prestar servicios educativos, cuya estructura física, organizativa, administrativa, financiera, académica, le permite ofrecer a sus clientes un paquete de servicios completo, para satisfacción de las necesidades de la comunidad circundante y de sectores aledaños especialmente, servicios que se los detalla a continuación:

1. **Educación inicial**, es decir educación y cuidados desde los tres meses de edad, los niños reciben estimulación temprana para adiestrar sus sentidos, potenciar sus capacidades y aprendan a relacionarse con el entorno.

2. **Cuidado diario de párvulos**, es la jornada extendida a los pequeños cuyos padres por razones de trabajo u otras no pueden tenerlos en casa.

Se atiende a niños de 3 meses a 3 años de edad, sus actividades se plasman en una planificación basada en el CURRÍCULO INTERMEDIO, que cuenta con 10 objetivos generales aplicables a las diferentes áreas de desarrollo del niño como: Área Socio-afectiva, Área Psicomotriz, Área Cognitiva, trabajo que se realiza ejecutando diferentes actividades tendientes a estimular tempranamente el desarrollo del niño, para que sus destrezas determinen posteriormente su desarrollo evolutivo.

La media jornada está dedicada a actividades de estimulación temprana mediante el trabajo en taller de pintura, dactilopintura, canciones, rimas, rasgado trozado, punzado, juegos recreativos y de integración como rondas y juegos tradicionales, este trabajo es seleccionado de manera minuciosa de acuerdo al grupo etéreo, para esto la Sección Maternal está subdividida en SALA CUNA niños de 0 a 12 meses, en la cual la estimulación es directamente con cada uno de los niños, dando prioridad No 1 a la parte socio afectiva del niño como es la de ser amamantado en brazos y cantándole la maestra una canción de cuna, luego estimular todas las partes de su cuerpo buscando una respuesta en la reacción innata de sus movimientos corporales, como una preparación a lo que vendrá a futuro inmediato. Luego viene la Sección Maternal 1 que corresponde a los niños de 13 a 24 meses, en esta sección el niño es estimulado en todas las áreas, pero especialmente se pone énfasis en el control de esfínteres y en el lenguaje.

Luego tenemos la sección maternal 2 que corresponde a niños de 25 a 36 meses de edad, de igual manera se estimulan todas las áreas pero se pone énfasis en el lenguaje, en la motricidad gruesa y fina.

Adicional a la estimulación normal que consta en las planificaciones reglamentaria del Ministerio de Bienestar Social, la institución aplica en los niños de 0 a 3 años la ESTIMULACIÓN ACUÁTICA que es voluntaria

para el padre que la requiera y que desee comprometerse y compartir el trabajo ya que estas jornadas son personalizadas para cada niño.

La otra parte de la Jornada del día está dedicada a completar la rutina del niño como es alimentación, aseo, sueño y el reencuentro con los padres, esta modalidad la adoptan solamente quienes dejan a sus niños no solamente por estimulación sino porque no tienen con quien dejarles mientras trabajan.

3. **Educación básica**, empieza con el primer año de básico, dando inicio a la vida educativa formal y obligatoria a la que deben acceder todos los niños, termina en el décimo año de básica, cuando se considera que el estudiante está listo para el ingreso al bachillerato y escoger una especialización.
4. **Educación de bachillerato**, son tres años en los cuales los estudiantes deben especializarse, en el caso del Instituto Perpetuo Socorro, se ofrece la especialización de Ciencias.
5. **Tareas dirigidas**, servicio a los estudiantes de educación básica especialmente que por alguna razón no tienen ayuda o supervisión para la realización de sus tareas en el hogar.
6. **Seminternado para niños escolares**, es un servicio complementario a la educación básica y las tareas dirigidas, algunos estudiantes solo contratan este servicio y otros el servicio completo.
7. **Refrigerio**, se ofrece este servicio a todos los niños del nivel de educación inicial, y alternativamente a los niños de educación básica y estudiantes de bachillerato, en el tiempo designado como recreo.
8. **Comedor escolar**, es el servicio que se presta de almuerzos en todos los niveles del Instituto.

**9. Transporte,** servicio prestado a través de busetas particulares, legalmente autorizados por el municipio metropolitano.

**10. Talleres,** adicionales y complementarios a la educación prestada como: danza, música, natación, etc....

El Servicio educativo por si solo puede resultar poco atractivo, por ello se ofrece servicios adicionales, como alimentación y deberes dirigidos.

En el principio y en el transcurso del año lectivo el Instituto ofrece uniformes a los estudiantes, para facilitar su adquisición, se realiza convenios con casas editoriales para que faciliten la compra de útiles y textos escolares a los padres de familia.

La adecuación de una piscina con sistema de purificación del agua con ozono es un valor agregado muy importante que ha hecho que los padres sientan confianza en la Institución.

El hecho de contar con un salón de actos espacioso, da cierta comodidad para realizar actividades como clases demostrativas y reuniones periódicas con los padres de familia.

El Instituto Perpetuo Socorro cuenta con una página web [www.ipeps.3en2.com](http://www.ipeps.3en2.com) para su promoción en Internet y además cumple con la función de informar las notas mensualmente a los padres de familia, para esto se asigna un nombre de usuario y la respectiva contraseña.

De acuerdo a las exigencia de la sociedad moderna, además de los laboratorios tradicionales de química y física, están muy bien adecuados los laboratorios de inglés y computación.

En el primer caso los niños pueden escuchar con los audífonos las lecciones orales y repetir para afirmar este conocimiento.

En el laboratorio de computación se dispone de máquinas actuales con los paquetes informáticos de utilización corriente, así como conexión a Internet por banda ancha contratada con Andinanet.

Los niños que tienen mayor interés o afición a la música cuentan con la opción de pertenecer a la estudiantina del Instituto, por lo cual no se cancela ningún valor adicional, sino el costo de uniformes.

Si desean profundizar su conocimiento de algún instrumento especial pueden hacerlo los días sábados en la mañana con los instructores de piano, guitarra o violín que son los más solicitados.

De igual forma, se dicta un curso especial de danza, para niños y niñas que deseen cultivar este arte.

El Instituto cuenta con un sicólogo de planta para dar seguimiento al desarrollo emocional de los niños.

Se proporciona el servicio de transporte en dos líneas de buses.

La más reciente implementación es el curso especial de inglés para nivelar a los estudiantes que presentan deficiencias en esta área, desde luego previa una evaluación del idioma.

### **1.5 Datos estadísticos del IPEPS**

Para efectos de esta investigación, se ha tomado en cuenta el número de estudiantes matriculados desde el año lectivo 2004 en los diferentes niveles educativos del Instituto Particular Perpetuo Socorro.

## CUADRO No 2

### CUADRO ESTADÍSTICO DE NIÑOS ALUMNOS DEL CENTRO INFANTIL IPEPS

ANOS 2004-2009

AÑOS ESCOLARES	SECCION MATERNAL 0 A 2 AÑOS	PRE BASICA II 3 A 4 Años	PRE BASICA I 4 A 5 Años	PRIMERO DE BASICA 5 A 6 AÑOS	TOTAL ALUMNOS
2004-2005	19	16	82	60	177
2005-2006	17	12	78	60	167
2006-2007	17	11	75	56	159
2007-2008	17	14	65	60	156
2008-2009	15	15	50	40	120

Fuente: Secretaría IPEPS

Elaboración: la autora

## CUADRO No 3

### ESTUDIANTES DE SECCIÓN PRIMARIA DEL IPEPS

AÑOS ESCOLARES	SEGUNDO BASICA	TERCERO BASICA	CUARTO BASICA	QUINTO BASICA	SEXTO BASICA	SEPTIMO BASICA	TOTAL ALUMNOS
2004-2005	30	30	35	34	34	32	195
2005-2006	30	30	36	32	30	31	189
2006-2007	40	35	36	33	30	31	205
2007-2008	44	35	35	33	31	32	210
2008-2009	44	30	32	32	30	30	198

Fuente: Secretaría IPEPS

Elaboración: La autora



## CUADRO No 4

### ESTUDIANTES DE SECCIÓN SECUNDARIA DEL IPEPS

AÑOS ESCOLARES	OCTAVO BASICA	NOVENO BASICA	DECIMO BASICA	PRIMERO BACHILLERATO	SEGUNDO BACHILLERATO	TERCERO BACHILLERATO	TOTAL ALUMNOS
2004-2005	12	0	0	0	0	0	12
2005-2006	12	12	0	0	0	0	24
2006-2007	12	12	12	0	0	0	36
2007-2008	15	12	12	12	0	0	51
2008-2009	17	15	12	12	12	0	68

NOTA: La sección secundaria inició con octavo de básica en el año 2004-2005.

**Fuente:** Secretaría IPEPS

**Elaboración:** La autora

## 1.6 Organización administrativa y académica actual

### 1.6.1 Estilo de organización

El estilo de organización administrativa del I.P.E.P.S., se caracteriza por ser un estilo de dirección, cuyo objetivo final es mantener estable la organización y procurar que todo funcione como está establecido, no importa el posible cambio, la gestión es lo importante, que conlleve a la estabilidad de la institución y el procurar que no surjan problemas ni conflictos, son los parámetros que configuran el estilo de administración institucional.

### **1.6.2 Tipo de organización**

El tipo de organización del I.P.E.P.S responde a una función secuencial de la planificación, que se refiere a la combinación óptima de un conjunto de actividades estratégicas, operativas y administrativas, en correlación con las potencialidades de los actores de la Comunidad Educativa y los recursos técnicos que se requiere para la consecución de los objetivos, esto involucra el tipo de estructura administrativa de la empresa educativa, el sistema de comunicación imperante, la estructura organizacional y la relación de esta con la cultura del entorno.

### **1.6.3 Gestión administrativa**

La gestión administrativa en el I.P.E.P.S se desarrolla con miras a la consecución de los objetivos y metas educacionales, atendiendo las necesidades básicas de los alumnos, de los padres de familia, de los docentes y de la comunidad en general, en pos de lograr un modelo de institución solidaria, ética y participativa.

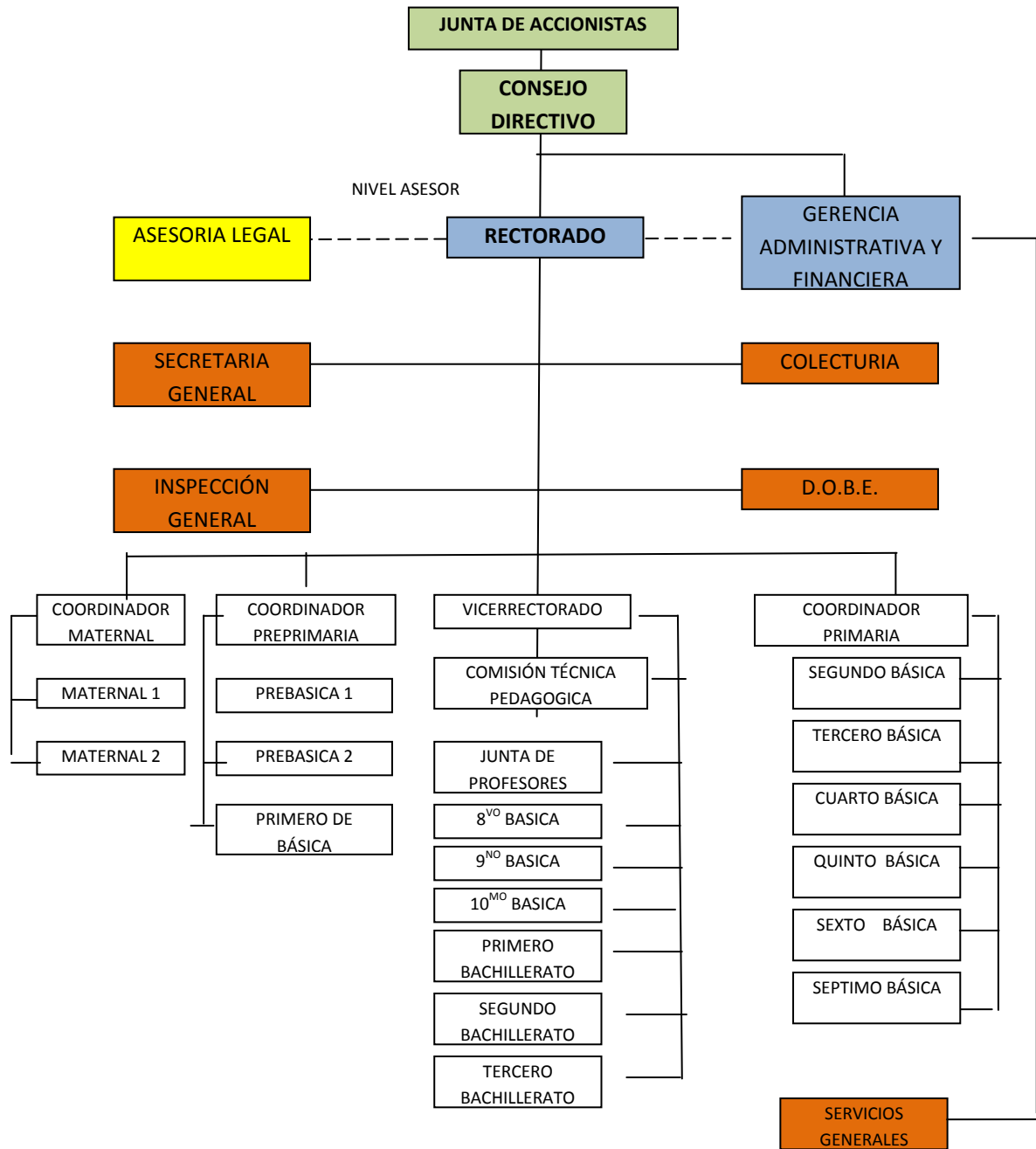
Para lograr alcanzar los objetivos propuestos, la institución ha organizado el desarrollo de su gestión mediante un Organigrama Estructural que define los niveles de jerarquía y de mando, permitiendo asumir roles y cumplir con responsabilidades asignadas, las mismas que son necesarias y fundamentales en el desempeño administrativo de una empresa.

Es necesario señalar que el Instituto Educativo Perpetuo Socorro, cuenta con un número total de cuarenta empleados, los cuales se distribuyen así:

Área administrativa	seis personas
Área Docente	treinta y un personas
Personal de Servicios	tres personas

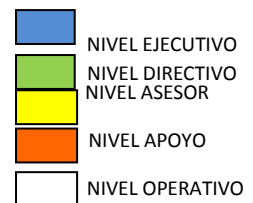
A continuación se presenta el organigrama estructural del Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro "I.P.E.P.S

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO "I.P.E.P.S."



**Fuente:** Manual administrativo IPEPS

**Elaborado por:** la autora



## 1.7 Entorno físico del IPEPS

Teniendo en cuenta que los componentes del entorno físico donde se presta el servicio son básicamente: ambientales, diseño del lugar y sociales, encontramos que en el IPEPS, se presentan así:

### **Ambientales:**

Existe un nivel de limpieza adecuada, para evitar cualquier clase de enfermedad o contagio en los dos edificios de la Institución, se cuida mucho la estética en todas las instalaciones, el hecho de contar con un parque en la parte posterior del edificio No 1 permite una mejor recreación de los niños y su esparcimiento al aire libre.

Sería deseable contar con un ambiente menos contaminado, pero dado que se encuentra ubicada la entrada principal en una calle principal como es la Av. Universitaria donde el flujo de vehículos es grande, es imposible evitar la contaminación, para atenuar esto la limpieza es fundamental, y el mantenimiento anual de la pintura en las paredes.

El edificio No 2, no sufre tan directamente el efecto de la contaminación por encontrarse retirado a unas tres cuadras de la principal, sin embargo se toman similares medidas de limpieza y mantenimiento.

Todos los lugares donde ha sido posible sembrar plantas y arbustos, están siendo aprovechados, sin embargo no se recomienda la utilización de las macetas, puesto que los niños por su normal inquietud tienden a romperlas y es mejor evitar cualquier accidente.

En este aspecto se sugiere al Instituto, una promoción ecológica en su publicidad, porque dada la contaminación del planeta, se requiere de una concienciación de la población en general para cuidar los recursos no renovables.

## **Diseño del lugar**

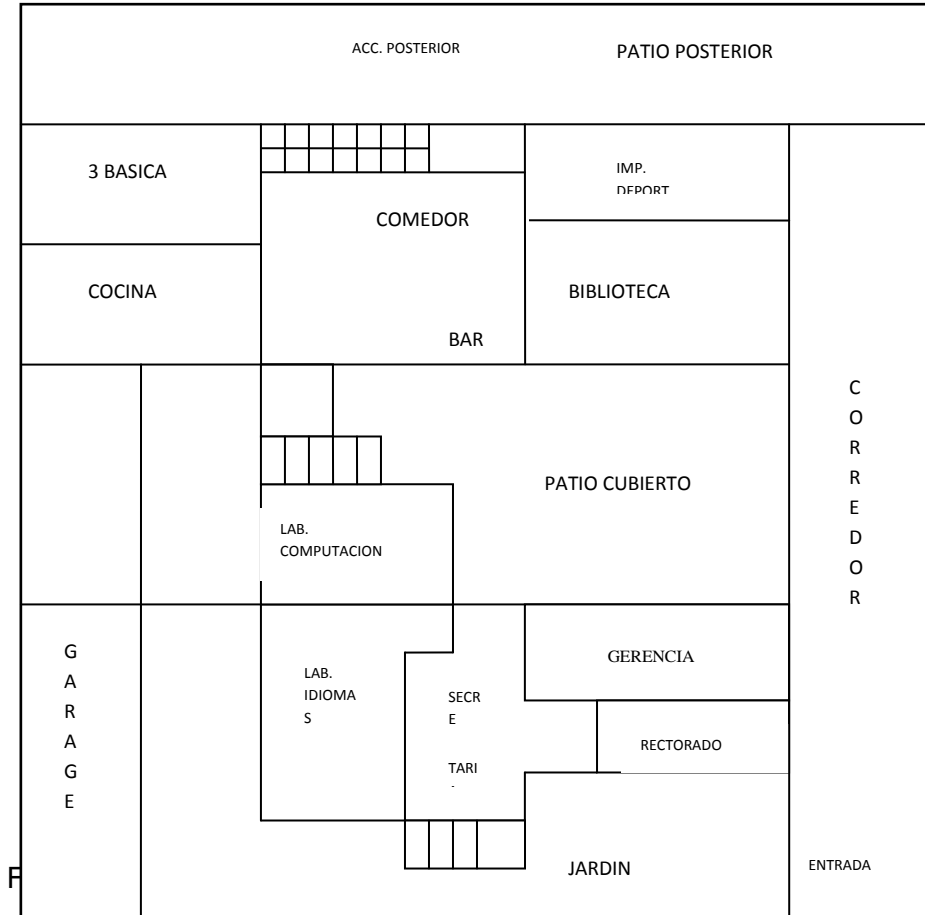
En el edificio No 1 se presta los servicios de educación básica y secundaria, por lo tanto el diseño es algo formal, sin caer en la rigidez, para que tanto padres de familia como estudiantes se sientan acogidos, todos sin excepción son tratados con la debida amabilidad.

Lo que más llama la atención en los padres de familia y que por lo general los hace decidirse por la Institución es su piscina, localizada en el subsuelo y desinfectada con equipos de ozono, esta piscina es utilizada por los niños de los dos edificios y se debe mantener en la publicidad.

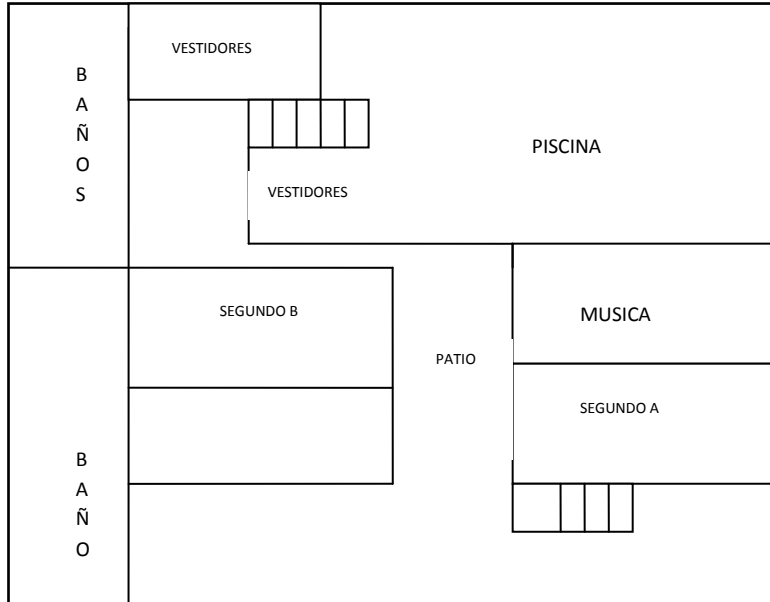
La iluminación es adecuada, las entradas espaciosas, las paredes han sido decoradas con murales que generan sensación de dinamismo y confianza.

Este edificio está distribuido de tal manera que los niños más pequeños estén mejor protegidos, puesto que la naturaleza de los juegos infantiles van cambiando con el crecimiento, juegos como el futbol se prohíbe en la áreas donde juegan los niños pequeños para evitar agresiones. Los segundos grados de básica tienen un área específica de funcionamiento, pero se les permite acceder a las demás áreas con los respectivos cuidados, así están seguros los estudiantes, los padres de familia, el personal docente y el administrativo. El área administrativa se encuentra en la entrada del edificio 1 para recibir a todos, los laboratorios de inglés y computación están aledaños para supervisar de mejor manera su funcionamiento y seguridad, el bar se atiende frente al patio central, los grados superiores están localizados en el segundo y tercer piso, el colegio utiliza el cuarto piso. En los pisos superiores están colocadas rejas de seguridad para evitar algún accidente.

**PRIMER PISO EDIFICIO No 1**

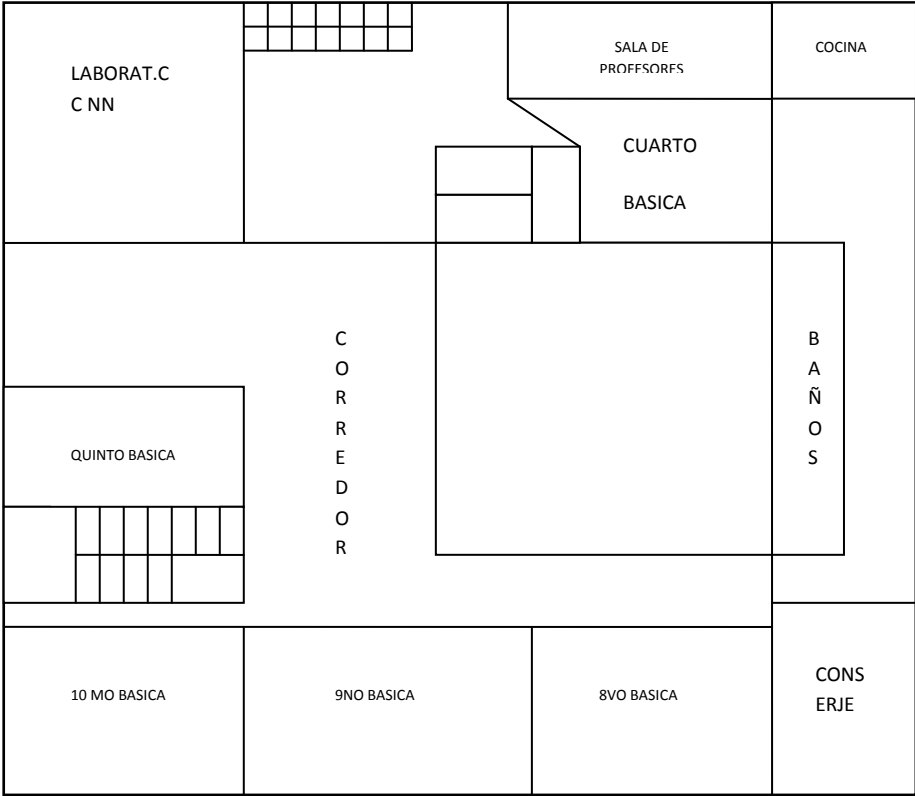


### SUBSUELO EDIFICIO 1



Fuente: Planos IPEPS

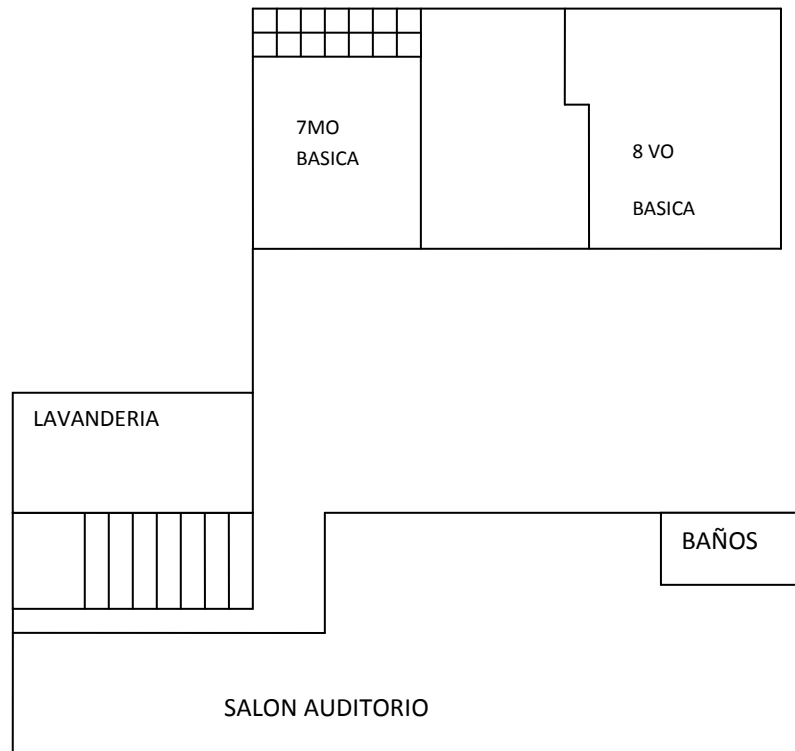
**SEGUNDO PISO EDIFICIO No 1**



Fuente: planos IPEPS

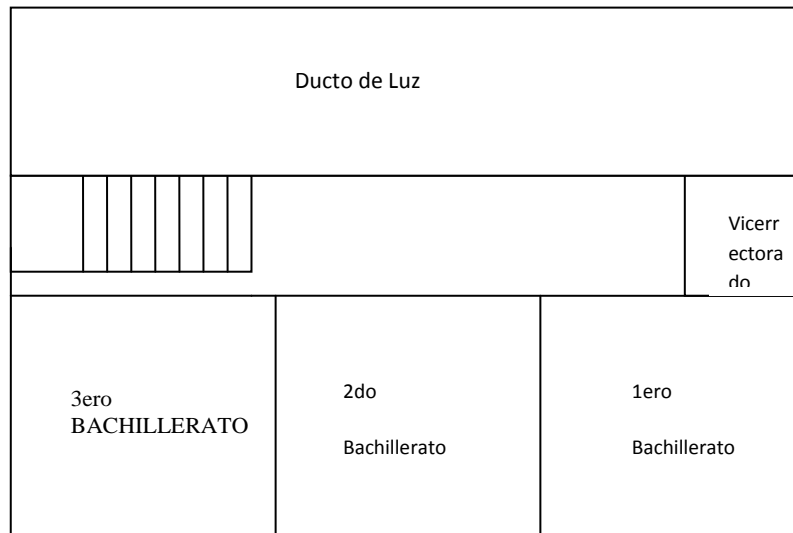


**TERCER PISO EDIFICIO No 1**



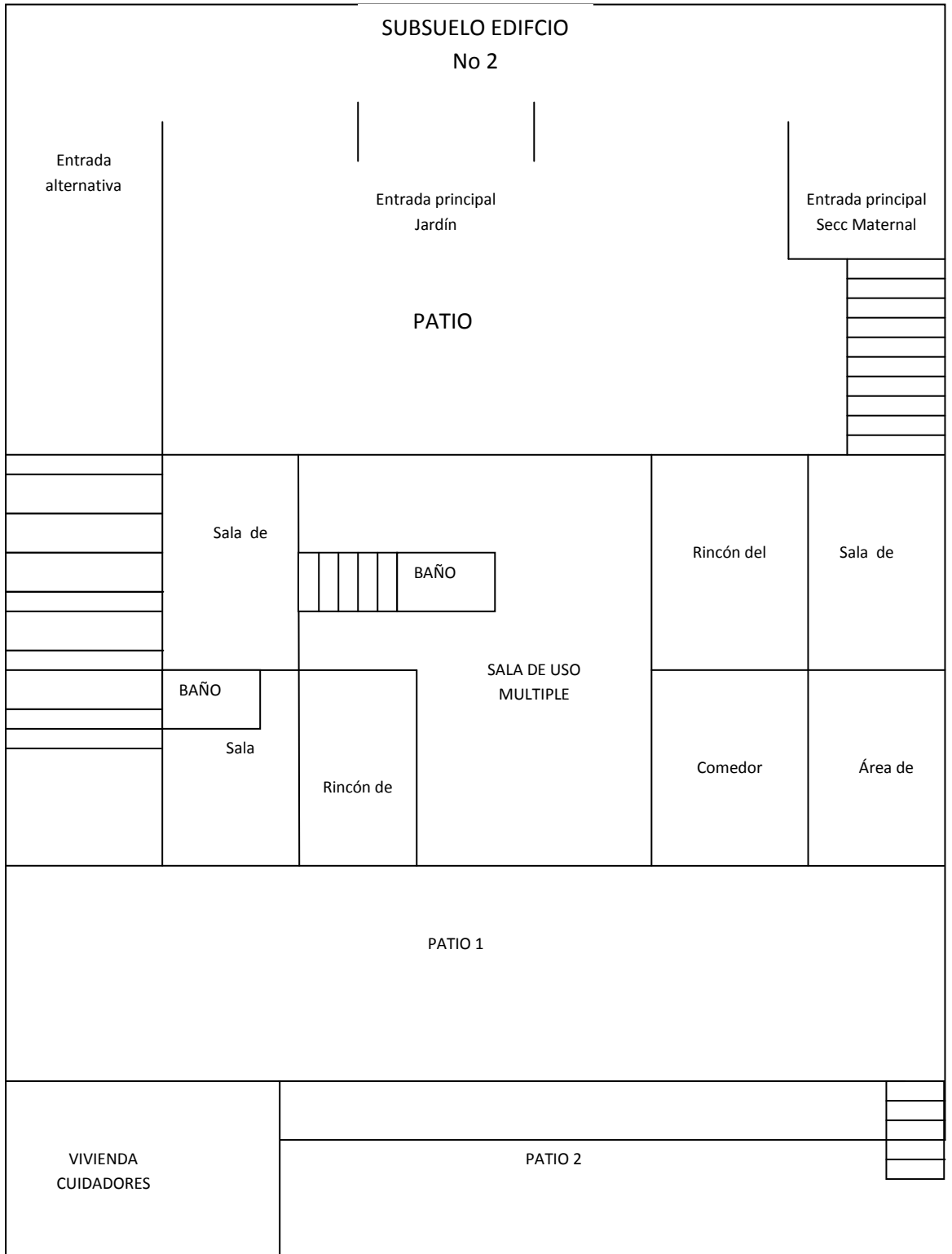
Fuente: planos IPEPS

### CUARTO PISO EDIFICIO No 1

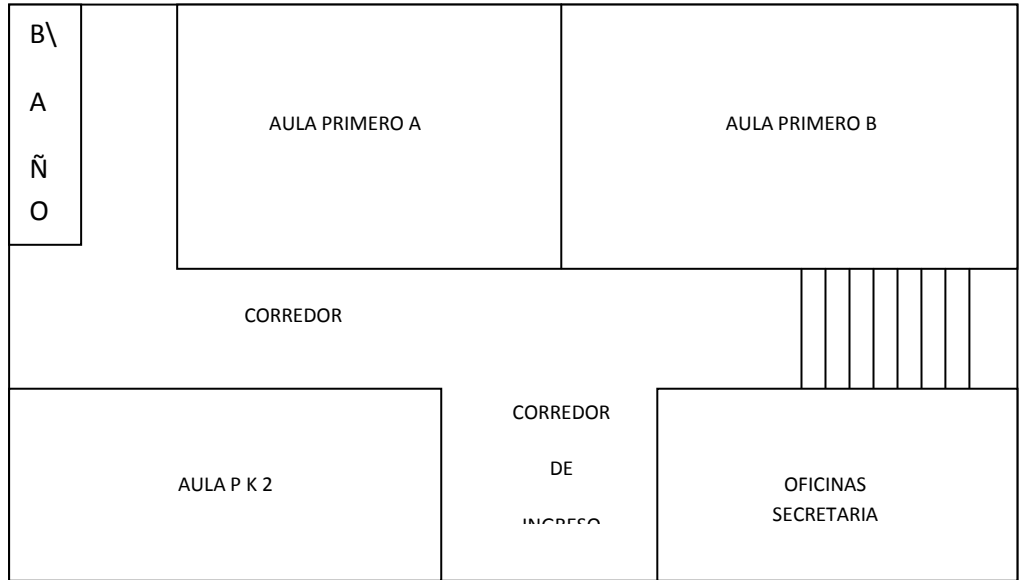


Fuente: planos IPEPS

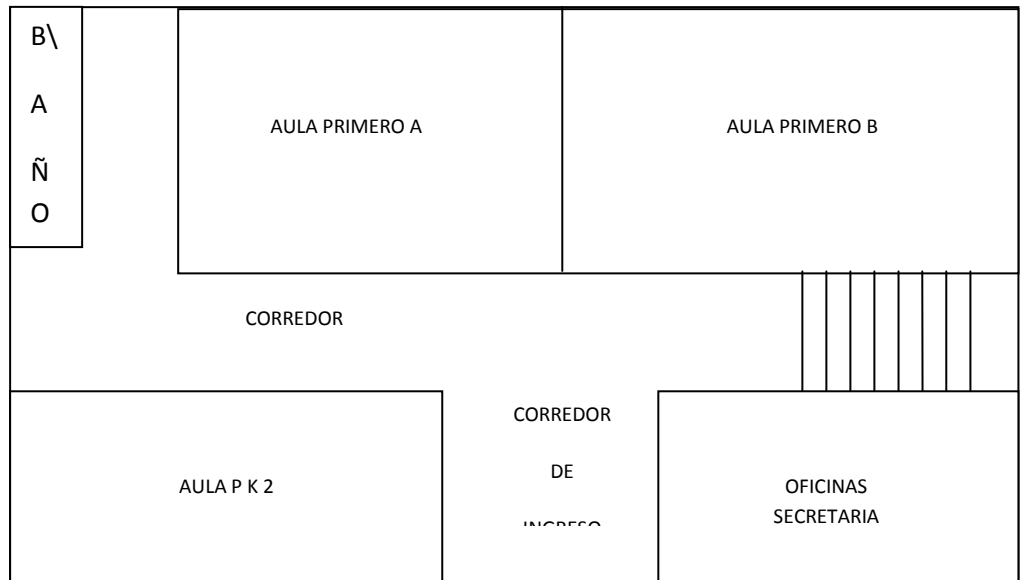
El diseño del edificio No 2 es muy alegre y decorado con motivos infantiles, un ambiente construido para brindar la mayor comodidad posible a los niños más pequeños, para que ellos pasen el día como si estuvieran en su propia casa, como en realidad se cumple. Cuentan con áreas de esparcimiento amplias en las que se pueden divertir.



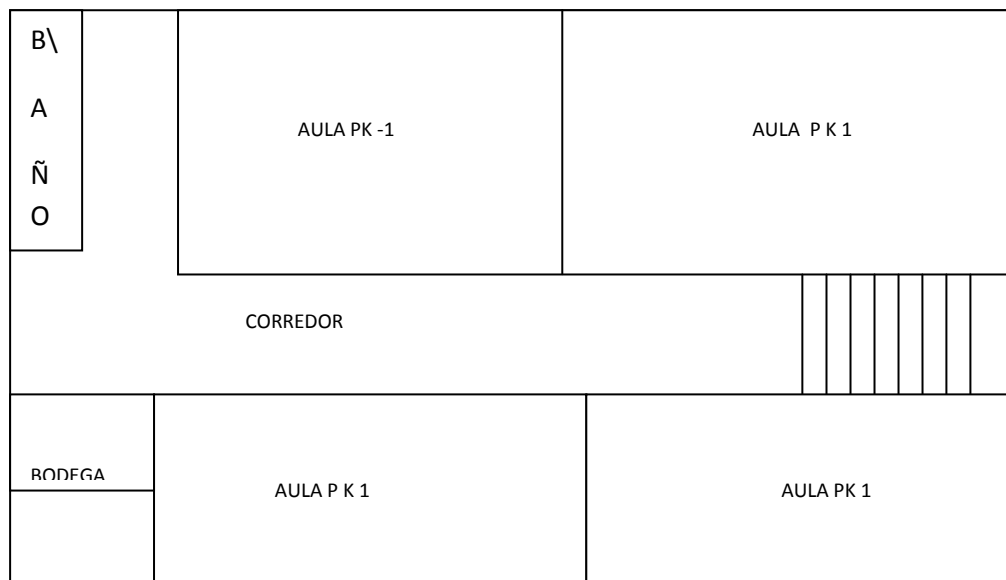
PRIMER PISO



PRIMER PISO



SEGUNDO PISO



FUENTE: planos IPEPS

### 1.8 Control y evaluación del IPEPS

El control de la gestión administrativa y académica del I.P.E.P.S. se la realiza mediante el cumplimiento de los artículos considerados en el Reglamento Interno de la Institución, el mismo que se sustenta en: el Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación y otras como Código de Trabajo, Ley de Protección al Menor y al adolescente que permiten a todos quienes integran la comunidad educativa cumplir con sus obligaciones a cabalidad actuando con apego a la Ley.

En primera instancia la institución es evaluada en su gestión, por las autoridades institucionales, luego por las autoridades ministeriales, ya que periódicamente son enviados informes de trabajo e informes estadísticos y económicos presupuestarios al Ministerio de Educación y Ministerio de Inclusión Social, para que luego de una

prolija revisión, se apruebe o se sugiera cambios y modificaciones en los diferentes procesos con la finalidad de garantizar la solvencia pedagógica, financiera y administrativa de la institución que está brindando un servicio a la sociedad que no puede verse perjudicada en determinado momento por cualquier desacierto en la gestión institucional .

La evaluación forma parte del proceso de gestión administrativa y académica de la institución, puesto que de su adecuada aplicación depende la coherencia global del sistema, más allá de suponer solo medición, la evaluación cumple roles tan importantes como la de diagnosticar y fortalecer los procesos tanto de administración de la institución como del proceso de aprendizaje, garantizando su secuencia y gradualidad.

En el ámbito administrativo el control y la evaluación se los realiza en toda la organización:

- Control y evaluación de recursos humanos, profesores, alumnos y personal administrativo.
- La evaluación, al estudiante se la lleva a efecto con aplicación a lo estipulado en el Capítulo XIII Art. 290, al 310 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación “La evaluación en todos los niveles y modalidades del sistema educativo nacional, será permanente, sistemática y científica”<sup>8</sup> .
- ” La evaluación permitirá reorientar los procesos, modificar actitudes y procedimientos, proporcionar información, detectar vacíos, atender diferencias individuales y fundamentar la promoción de los estudiantes”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Art. 290 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación

<sup>9</sup> Art. 291 del Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación

- De la misma manera se está evaluando constantemente el trabajo y desempeño de profesores y personal administrativo, para lo cual se toma en cuenta diferentes criterios como: Puntualidad, presentación, solvencia profesional, capacidad para relacionarse con padres de familia, compañeros y estudiantes
  
- Control de recursos económico-financieros como el cobro ágil de pensiones que permite pagar todas las obligaciones de la empresa. La evaluación se cumple al final de cada ejercicio económico en la elaboración de los balances financieros.
  
- Control ambiental, es decir que se cumpla con todas las normas de limpieza, el Instituto debe mantenerse libre de basura y contaminación. Se evalúa el estado de los edificios y dependencias al final de cada año.
  
- Control de materiales de oficina y didácticos, para evitar desperdicios, así como recursos materiales: escritorios, sillas, pizarrones, cortinas, mesas, equipos tecnológicos etc., de igual manera se evalúa al final de cada año lectivo.

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **2.1 Análisis de la oferta y la demanda**

##### **2.1.1 Estudio de la demanda**

Dentro del estudio de la demanda del IPEPS, se analizará el comportamiento del consumidor del servicio educativo, padres de familia y estudiantes.

##### **2.1.1.1 Comportamiento del consumidor**

Cuando el cliente hace uso del servicio, se presentarán dos alternativas de satisfacción, la satisfacción total o parcial y la insatisfacción total o parcial, lo cual generará la aparición de actitudes posteriores, por ejemplo, si el servicio llenó sus aspiraciones, continuará comprándolo, inclusive lo recomendaría entre el círculo de sus amistades, caso contrario, no volverá a comprarlo y las recomendaciones serán negativas.

En el caso del Instituto Particular Educativo I.P.E.P.S oferta servicios educativos y sus clientes objetivo son los padres de familia, los mismos que, al matricular a sus hijos en esta institución, luego de conocer los lineamientos tanto académicos como económicos, deciden contratar el servicio y permanentemente se encuentran valorando los logros alcanzados por sus hijos, los cuales demostrarán su satisfacción o insatisfacción al finalizar el año escolar; esto se manifestará en la contratación o no del servicio para el año escolar consecutivo.

Para el efecto de realizar esta Tesis se ha realizado una encuesta a los padres de familia del Instituto y a los estudiantes y conocer el comportamiento del consumidor.

Los cuadros siguientes son la tabulación de las preguntas de la encuesta realizadas a ésta muestra de padres de familia y a los estudiantes.



**CUADRO No 5**  
**ASPECTOS QUE EL PADRE DE FAMILIA CONSIDERA IMPORTANTES EN EL**  
**SERVICIO EDUCATIVO**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Conocimientos y trato del profesor	104	53.88%
Imagen de la Institución	21	10.88%
Limpieza	23	11.92%
Servicios adicionales y complementarios	18	9.32%
Talleres, cursos	27	13.99%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

Como se puede apreciar los padres de familia buscan principalmente una educación de calidad para sus hijos, buscan una institución que les garantice que los conocimientos de los profesores sean los adecuados y sus hijos sean tratados bien, que existan talleres y cursos adicionales que complementen la educación regular, que sus hijos estén en una institución limpia y ordenada.

En el cuadro siguiente se presenta la tabulación de la encuesta de preferencias realizada a la totalidad de estudiantes del IPEPS, exceptuando a los niños de maternal (0 a 4 años) por cuanto son muy pequeños:

**CUADRO No 6**  
**ASPECTOS QUE EL ESTUDIANTE CONSIDERA IMPORTANTES EN EL SERVICIO EDUCATIVO**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Conocimientos y trato del profesor	135	37.92%
Imagen de la Institución	44	12.36%
Limpieza	39	10.96%
Servicios adicionales y complementarios	85	23.88%
Talleres, cursos	53	14.88%
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta estudiantes del IPEPS

**Elaborado por:** la autora

En este aspecto es notable apreciar que sigue siendo el principal aspecto de importancia los conocimientos del profesor, pero por situaciones propias de la edad a los estudiantes les atrae mucho un poco más los cursos adicionales, los talleres y cursos, por ello se ve algunas variantes en las respuestas.

#### **2.1.1.2 Necesidades de los consumidores**

El servicio educativo en general, es un servicio que implica cumplir con ciertas características para que las estrategias adoptadas por el marketing permitan obtener resultados positivos.

En el caso particular del IPEPS los padres de familia requieren ingresar a sus hijos para que se beneficien del servicio educativo, pero adicionalmente el Instituto debe cubrir las necesidades complementarias, para lo cual oferta un paquete de cuidado infantil, piscina, bar con almuerzos deberes dirigidos, laboratorios de inglés y computación, conjunto integral que es en definitiva lo que mueve al padre de familia a elegir esta opción.

Para conocer estas necesidades de padres de familia y estudiantes se aplicó la respectiva encuesta, cuyos resultados se detallan a continuación.

En la encuesta aplicada a padres de familia y estudiantes se preguntó acerca de la forma en que conocieron el instituto las personas, obteniendo el siguiente resultado.

**CUADRO No 7**  
**MEDIOS POR LOS CUALES EL PADRE DE FAMILIA LLEGO A CONOCER A LA INSTITUCION EDUCATIVA**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Amistades	65	33,68
Familiares	67	34,72
Hojas Volantes	25	12,95
Letreros	36	18,65
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

De esta manera es palpable que el Instituto Perpetuo Socorro se ha ido consolidando lentamente en la comunidad principalmente por las recomendaciones de familiares y amistades, los porcentajes de clientes que han llegado debido a la publicidad son muy bajos.

**CUADRO No 8**  
**MEDIOS POR LOS CUALES EL ESTUDIANTE LLEGO A CONOCER A LA INSTITUCION EDUCATIVA**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Amistades	110	30,90
Familiares	123	34,55
Hojas Volantes	67	18,82
Letreros	56	15,73
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

Observamos que hay una tendencia similar a la encuesta realizada a los padres de familia, lo cual es completamente lógico y coherente.

**CUADRO No 9**  
**ASPECTOS IMPORTANTES QUE EL PADRE DE FAMILIA TOMA EN CUENTA PARA SELECCIONAR LA INSTITUCION EDUCATIVA EN LA CUAL ESTUDIARA SU HIJO**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Infraestructura	42	21.76
Ubicación Geográfica	54	27.98
Transporte	26	13.47
Alimentación	16	8.29
Pensum de estudios	28	14.51
Asignaturas adicionales (Idiomas)	12	6.22
Talleres, natación	15	7.77
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

Se puede apreciar en la tabulación de esta pregunta que los padres de familia del Instituto en su mayoría buscan una institución dentro de su zona de residencia que les ofrezca una infraestructura adecuada con un buen programa de estudios, son menos los padres de familia que le dan mayor importancia a los demás aspectos.

**CUADRO No 10**  
**ASPECTOS QUE EL ESTUDIANTE TOMA ENCUESTA PARA SELECCIONAR LA INSTITUCION EDUCATIVA PARA ESTUDIAR**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Infraestructura	112	31.46
Ubicación Geográfica	52	14.61
Transporte	23	6.46
Alimentación	78	21.91
Pensum de estudios	20	5.62
Asignaturas adicionales (Idiomas)	26	7.30
Talleres, natación	45	12.64
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

Si bien es importante para los estudiantes la infraestructura y ubicación geográfica, las respuestas son dispersas en relación a sus padres, los estudiantes toman en consideración muchos más aspectos como: alimentación, transporte y materias adicionales.

Con respecto a las características de experiencia, se presenta lo siguiente:

**CUADRO No 11**  
**SATISFACCION PRESENTADA POR EL PADRE DE FAMILIA CON EL SERVICIO**  
**BRINDADO POR EL IPEPS**

PREGUNTA	No	%
SI	183	94.82
NO	10	5,18
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

Estos porcentajes son satisfactorios para la institución puesto que reflejan una aceptación mayoritaria por parte de los padres de familia, pero por otro lado es necesario poner atención en aquellas personas que no están satisfechas para saber sus razones y poder corregir errores si los hubiera.

**CUADRO No 12**  
**SATISFACCION PRESENTADA POR EL ESTUDIANTE CON EL SERVICIO**  
**BRINDADO POR EL IPEPS**

PREGUNTA	No	%
SI	347	97,47
NO	9	2,53
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

Los resultados son similares a los presentados por los padres de familia, es un buen resultado tomando en cuenta que siempre existen pequeños problemas en toda relación interpersonal.

**CUADRO No 13**  
**IMPACTO CAUSADO EN EL PADRE DE FAMILIA LA PUBLICIDAD DEL IPEPS**

<b>PREGUNTA</b>	<b>No</b>	<b>%</b>
SI	56	29,02
NO	70	36,27
NO SABE	67	34,72
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

Muchos padres de familia realmente no conocen la publicidad del Instituto porque han llegado a éste por referencias personales y/o familiares, algunas personas han visto sus hojas publicitarias, su página web pero no les agrada o no les llama mayormente la atención, menos de la tercera parte de padres de familia manifiestan su agrado por la publicidad lo cual representa una debilidad de la institución.

**CUADRO No 14**  
**IMPACTO CAUSADO EN EL ALUMNO LA PUBLICIDAD DEL IPEPS**

<b>PREGUNTA</b>	<b>No</b>	<b>%</b>
SI	87	24,44
NO	125	35,11
NO SABE	144	40,45
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

Los estudiantes al igual que sus padres no tienen una clara percepción de la publicidad, muy pocos conocen o han visto las hojas volantes, el diseño de la página web. Es una minoría quienes si están conscientes que existe publicidad y les gusta.

**CUADRO No 15**  
**OPCIONES DEL SERVICIO EDUCATIVO QUE SATISFACEN AL PADRE DE FAMILIA**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Infraestructura e Instalaciones	22	11.40
Ubicación Geográfica	73	37.82
Transporte	12	6.22
Alimentación	25	12.95
Pensum de estudios	23	11.92
Trato de los profesores	25	12.95
Talleres, natación, cursos adicionales	13	6.74
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta padres de familia

**Elaborado por:** la autora

De estos datos se interpreta que no existe un criterio mayoritario con respecto a esta pregunta, aunque el porcentaje más alto de padres se pronuncia por la ubicación geográfica, casi las dos terceras partes de padres de familia se sienten satisfechos con otros componentes del servicio educativo que ofrece el IPEPS.

**CUADRO No 16**  
**OPCIONES DEL SERVICIO EDUCATIVO QUE SATISFACEN AL ESTUDIANTE**

PREFERENCIAS	DATOS	PORCENTAJES
Infraestructura e Instalaciones	31	8.71
Ubicación Geográfica	53	14.89



Transporte	21	5.90
Alimentación	36	10.11
Pensum de estudios	36	10.11
Trato de los profesores	145	40.73
Talleres, natación, cursos adicionales	34	9.55
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

Los datos en los estudiantes tienen tendencias más marcadas y proporcionan información más certera en la investigación, porque son los usuarios finales del Instituto, son ellos quienes reciben los beneficios del servicio por lo tanto contestan con mucho más seguridad, se observa que el trato de sus profesores es muy importante para los alumnos, lo cual se entiende perfectamente por la necesidad afectiva de niños y jóvenes.

Con respecto a las características de credo se presenta lo siguiente:

**CUADRO No 17**  
**DECISION QUE TOMARÍA EL PADRE DE FAMILIA EL PRÓXIMO AÑO PARA**  
**MATRICULAR A SU HIJO EN EL IPEPS**

<b>PREGUNTA</b>	<b>No</b>	<b>%</b>
SI	176	91,19
NO	17	8,81
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a padres de familia

**Elaborado por:** la autora

De estos datos se deduce que existe una satisfacción a nivel general de los padres de familia con respecto a la institución, sin embargo es necesario tener en cuenta el porcentaje de clientes que dejará de percibir el Instituto el siguiente año lectivo.

### CUADRO No 18

#### DECISION QUE TOMARÍA EL ESTUDIANTE PARA CONTINUAR ESTUDIANDO EL PROXIMO AÑO EN EL IPEPS

PREGUNTA	No	%
SI	336	94,38
NO	20	5,62
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a estudiantes

**Elaborado por:** la autora

En este aspecto se aprecia una ligera variación en los porcentajes con respecto a las respuestas de los padres de familia, es totalmente comprensible, puesto que algunos estudiantes a pesar de sentirse a gusto en la institución, deben cambiarse de lugar de residencia, de ciudad, y en algunos casos la situación económica no permite que continúen en una entidad privada; sin embargo es destacable la sensación de conformidad y agrado de los estudiantes con respecto al IPEPS.

#### 2.1.2 Estudio de la oferta o competencia

##### 2.1.2.1 Identificación de la competencia

Es muy importante identificar a los competidores, para esto es necesario examinar y evaluar a aquellas empresas que pueden tener un impacto significativo sobre ella, porque es necesario tener claro que la competencia no implica tener el mismo negocio, sino además estar ubicado en los rangos similares o parecidos de calidad, es decir proponer un servicio para un mismo posible mercado.

El Ministerio de Educación del Ecuador, presenta los siguientes datos con relación a los planteles educativos particulares en la ciudad de Quito en el año 2009:

**CUADRO No 19**

<b>PLANTELES PARTICULARES DE LA CIUDAD DE QUITO</b>				
<b>AÑO 2009</b>				
	<b>CLASIFICACIÓN</b>		<b>PLANTELES</b>	<b>ALUMNOS</b>
<b>NIVEL</b>				
<b>PREPRIMARIO</b>	PARTICULAR RELIGIOSO		99	3562
	PARTICULAR LAICO		929	17927
		<b>TOTAL</b>	<b>1028</b>	<b>21489</b>
<b>PRIMARIO</b>	PARTICULAR RELIGIOSO		108	30659
	PARTICULAR LAICO		712	67353
		<b>TOTAL</b>	<b>820</b>	<b>98012</b>
<b>MEDIO</b>	PARTICULAR RELIGIOSO		74	24723
	PARTICULAR LAICO		351	43024
		<b>TOTAL</b>	<b>425</b>	<b>67747</b>

**Fuente:** Ministerio de Educación

**Elaborado por:** la autora

A continuación se analiza con detenimiento la competencia directa que son los cinco centros educativos que se encuentran ubicados en el sector de Miraflores donde opera el Instituto y el servicio que brindan tiene características parecidas o comunes a las que brinda el I.P.E.P.S., por tanto se ha hecho investigación de campo y luego se ha aplicado el FODA:

- Denominación del competidor, identificación de su misión, análisis de sus objetivos económicos y no económicos planteados, posibilidades de crecimiento y grado de adaptabilidad de sus estrategias.
- Naturaleza de los servicios que presta y procedimientos que emplea, composición de su cartera de productos, grado de innovación de su oferta, mercados en donde actúa y penetración de los mismos. Esta información permite valorar las posibilidades de expansión en los mercados, así como evaluar las fortalezas y debilidades.
- Datos económicos de los competidores como rentabilidad actual y pasada, la situación financiera respecto a solvencia, endeudamiento y liquidez.
- Información sobre quiénes son los principales clientes de los competidores, su evolución y cual es la situación actual y expectativas de futuro, grado de fidelidad. Estos datos también se harán extensivos a los proveedores o prestatarios de servicios.
- Datos sobre su estructura organizativa, principios de organización asumidos, sistemas de planificación y control de actividades, grado de implantación de principios de marketing internacional y de relaciones.
- Información sobre su infraestructura física, antigüedad de sus equipos etc.
- Instalaciones, de equipos, importancia de la infraestructura en la prestación de los servicios. También es importante conocer el grado de adopción de nuevas tecnologías para prestar los servicios con mayor calidad.
- Datos sobre el factor humano como tamaño de la plantilla, cualificación, grado de sindicación y conflictividad laboral, así como fortalezas que posee como atractivo al cliente y garantía para la empresa.

**CUADRO No 20**  
**FODA APLICADO A INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL SECTOR MIRAFLORES**  
**DE LA CIUDAD DE QUITO**

INSTITUCION	FACTOR INTERNO		FACTOR EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
SAN JOSE DE LA PROVIDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura amplia.</li> <li>-70 años de existencia de la escuela en el barrio.</li> <li>- Pensión escolar aceptable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Tradicional</li> <li>-Escasa inversión en mejoras.</li> <li>- Disponibilidad de tan solo dos niveles educativos.</li> <li>-Deficiente atención al Padre de Familia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nuevas instituciones educativas creadas en el sector.</li> <li>-Inconformidad de los padres de familia por el trato a los estudiantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Apoyo de la CONFEDEC(Confederación de establecimientos educativos católicos)</li> <li>- Respaldo de la comunidad de las Hermanas de la Providencia.</li> </ul>
FEBRES CORDERO	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura amplia</li> <li>-100 años de existencia del colegio en el barrio</li> <li>- Disponibilidad de los tres niveles educativos</li> <li>Pensión escolar baja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condición Social de las familias de nivel bajo</li> <li>-Padres de familia y estudiantes conflictivos</li> <li>-Exceso de estudiantes por aula</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas instituciones educativas creadas en el sector</li> <li>-Estudiantes que fuera de la institución tienen mal comportamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo de la CONFEDEC</li> <li>-Respaldo de la Comunidad de los Hermanos Cristianos</li> <li>- Apoyo del FONSAL por ser un colegio Centenario</li> </ul>
DIDACTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Institución Nueva con propuestas educativas modernas</li> <li>-Disponibilidad de los cuatro niveles educativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura estrecha con poco espacio físico para albergar al número de estudiantes</li> <li>- Deficientes relaciones humanas de las autoridades.</li> <li>-Pensiones elevadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Instituciones nuevas con similares propuestas a menor precio.</li> <li>-Inconformidad de los padres de familia por el trato recibido</li> <li>- No permitirle al Padre e familia ingresar a la institución, le mantiene inconforme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Credibilidad por parte de la comunidad sobre la propuesta planteada por la institución</li> </ul>

LA PRESENTACION	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Infraestructura amplia</li> <li>-50 años de existencia en el sector</li> <li>-Disponibilidad de los tres niveles educativos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Tradicional</li> <li>- Pensiones Elevadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nuevas Instituciones Educativas creadas en el sector, con mejores propuestas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo de la CONFEDEC</li> <li>-Respaldo de la Comunidad de las Madres Dominicas de la Presentación</li> </ul>
LUIGGI GALVANI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enseñanza del Idioma Inglés e Italiano como idiomas extranjeros</li> <li>-Estudiantes pertenecientes a un nivel medio alto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Deficiente formación en valores</li> <li>-Formación impartida con enfoco a lo científico, descuidando al ser humano como ser integral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inconformidad de los padres de familia por la forma de manejar la institución por parte de los directivos.</li> <li>Estudiantes que no responden a las exigencias de una sociedad ávida de valores morales y humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo de una fundación italiana</li> <li>- Popularidad adquirida en el sector</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** la autora

Las cinco instituciones expuestas en el cuadro anterior son la competencia directa del IPEPS, ya que se encuentran ubicados en el mismo sector y brindan el mismo servicio con características similares de mercado.

Una vez que las empresas detectan a sus competidores especialmente a los directos, deben identificar las estrategias que seguirán y como deberán responder a ellas. Las empresas deben trabajar en función de conseguir ventajas competitivas respecto a sus competidores, es decir posicionarse en el mercado.

Luego de un análisis detenido al servicio que brindan los competidores con la utilización del FODA, se pudo determinar lo siguiente:

➤ ***Escuela San José de la Providencia***

Es una institución educativa con cincuenta años de vida, es regentada por las religiosas de la comunidad de las Hermanas de la Providencia.

- Atiende a una población de niños ubicados entre los cuatro a los doce años de edad, es decir que dispone de la sección de Pre-Básica a Séptimo año de Educación Básica.
- El costo de su pensión escolar mensual es de \$55,00 dólares americanos.
- Cumple con el currículo establecido por el Ministerio de Educación.
- Como materias optativas ha incluido en el currículo cuatro horas semanales de inglés y dos horas semanales computación cada semana.
- La infraestructura es propia y amplia pero de construcción antigua.
- Los laboratorios no son funcionales.
- Los equipos tecnológicos como computadoras son desactualizados.
- La educación brindada, se identifica con las modalidades, de la educación católica.
- El personal docente y administrativo no son religiosas, pero cumplen con las políticas drásticas y verticales de ellas.
- El trato a los padres de familia no es el mejor.
- Se encuentra ubicado a 700 metros de I.P.E.P.S
- La población atendida se encuentra ubicada en los barrios aledaños como San Juan, La América, Miraflores, El Tejar y muy pocos estudiantes viven en barrios distantes al colegio

➤ ***Escuela y Colegio Francisco Febres Cordero***

Es una Institución Educativa Centenaria, regentada por los Hermanos Cristianos de la Salle.

- Atiende a una población de niños y adolescentes ubicados entre los cuatro y diez y ocho años de edad, es decir que dispone de las Secciones de Pre-Básica, Básica completa y Bachillerato en Ciencias Generales.
- El costo de la pensión mensual es de \$52,00 dólares americanos.

- Cumple con el currículo establecido por el Ministerio de Educación.
- Como materias optativas ha incluido en el currículo cuatro horas de inglés y dos horas de computación cada semana.
- Ha institucionalizado la selección de fútbol y básquet entre sus estudiantes.
- La educación, tiene lineamientos de la religión católica, ya que pertenece a los Hermanos Cristianos de la Salle.
- La infraestructura es muy grande pero muy antigua.
- Dispone de laboratorios no tan modernos y funcionales.
- Los equipos del laboratorio de computación no son actualizados.
- El trato de los profesores a los padres de familia y a los alumnos no es bueno.
- Se encuentra ubicado a 600 mts del I.P.E.P.S.
- La población atendida son moradores de los barrios aledaños al sector como son los barrios de San Juan, el Tejar, La América, Miraflores alto y Miraflores Bajo, y también concurren estudiantes que viven en barrios distantes al colegio.

➤ **Centro Educativo Didacta**

- Es una institución educativa nueva, con diez años de vida, atiende a niños y adolescentes comprendidos entre los dos años y quince años de edad, es decir que dispone de las secciones Maternal, Pre-Básica, y Básica Completa.
- El costo de la pensión mensual es de \$90,00 dólares americanos y para los niños que requieren del servicio extendido con alimentación el costo mensual es de \$150.00 dólares americanos.
- La infraestructura es moderna, pero el espacio físico es reducido para el número de estudiantes que asisten.
- Cumple con el currículo establecido por el Ministerio de Educación.
- Como materias optativas ha incrementado en el currículo siete horas de inglés y cuatro horas de francés, dos horas de computación cada semana.
- Trato al padre de familia nada recomendable.
- Rubros extras bastante onerosos cobrados a los padres de familia por concepto de uniformes, listas de útiles, etc.



- Se encuentra ubicado a 1000 mts de distancia del I.P.E.P.S
- La población atendida son moradores de los barrios aledaños como San Juan, La América, Miraflores, Mariana de Jesús, Las Casas.

➤ ***Colegio La Presentación***

Es una institución educativa tradicional, regentada por las Dominicanas de la Presentación, brinda el servicio a niños en las edades desde los cinco años a los diez y ocho años de edad, es decir que dispone las secciones desde Primero a Décimo Año de Educación General Básica y el Bachillerato en las especialidades Químico-Biólogo, Físico-Matemático y Sociales.

- La infraestructura es moderna, funcional y amplia.
- El costo de la pensión mensual es de \$95,00 dólares.
- Cumple con el currículo establecido por el Ministerio de Educación.
- Como materias optativas ha incrementado en el currículo dos horas de computación, cinco horas de inglés, el club de cheerleaders.
- Los estudiantes se manejan bajo los lineamientos impuestos por la religión católica ya que el colegio es regentado por religiosas.
- La educación brindada tiene como referente la educación tradicional, sus lineamientos no presentan innovaciones significativas.
- Se encuentra ubicado a una distancia de 1.500 metros de distancia del I.P.E.P.S
- Tiene gran aceptación por los padres de familia del sector de Miraflores y de barrios aledaños y distantes al colegio, ya que dispone de transporte para todos los sectores.

➤ ***Colegio Luiggi Galvani***

- Es una institución con catorce años de vida, nació y creció al amparo de una fundación italiana que le apoyó económicamente, atiende a una población de un status económico medio alto, brinda el servicio a niños comprendidos entre los cuatro y dieciocho años, es decir que tiene las secciones de Pre-Básica, Básica completa, y Bachillerato en las

especialidades de Físico-Matemático, Químico-Biólogo y Ciencias Sociales.

- El costo de la pensión mensual es de \$125,00 dólares.
- La infraestructura es moderna, pero insuficiente para el número de estudiantes.
- Cumple con el currículo establecido por el Ministerio de Educación.
- Como materias optativas ha incrementado en su currículo 4 horas de italiano, 10 horas de inglés, 3 horas de computación, 2 horas de natación cada semana.
- Se encuentra ubicado a una distancia de 2000 mts de distancia del I.P.E.P.S.
- Dispone de servicio de transporte para todos los sectores y barrios de Quito, y son pocos los estudiantes que son moradores de los barrios aledaños al colegio.
- Tiene una muy buena aceptación de los padres de familia por la importancia que le dan a los idiomas extranjeros.

#### **2.1.2.2 Fortalezas y debilidades de la competencia**

Para este estudio se analiza las fortalezas y debilidades mediante el conocimiento obtenido de los competidores a través de folletos, trípticos, propaganda diversa e investigación de campo, se puede determinar que sus fortalezas y debilidades son las siguientes:

##### **Fortalezas**

- Personal docente calificado académicamente
- Número de estudiantes por aula
- Inclusión en el currículo institucional diez horas del idioma inglés

### **Debilidades**

- Autoridades posesivas y con escasas relaciones humanas, esto se pudo constatar en la investigación de campo realizada.
- Deficiente atención al padre de familia por parte de docentes y administrativos de la institución.

### **2.2. Segmentación del mercado**

Uno de los componentes básicos de la misión de la institución o de la empresa que brinda servicios educativos es el mercado al cual debe atender, se considera de vital importancia tener un enfoque claro hacia donde dirigir la mirada con respecto a la población que requerirá los servicios educativos con las características determinadas en su plan de marketing.

Para el caso del Instituto IPEPS, se ha considerado una segmentación por niveles económicos, a saber en nuestro país existe más o menos definidas clases sociales de acuerdo al poder adquisitivo de la población.

Es a la clase media baja que el IPEPS ha enfocado su servicio, por su ubicación, por el nivel adquisitivo de la comunidad circundante, etc...

No por esto quiere decir que el servicio es negado a la clase media alta, o a la clase alta, que también son bien recibidas, pero del análisis socio-económico realizado a las familias de los estudiantes se ha podido observar que la realidad de la mayoría se ajusta a las características de este estrato económico que por cierto es muy exigente en precio y calidad.

Difícilmente encontraremos padres de familia de posición económica elevada porque este tipo de clientes prefieren instituciones educativas de gran renombre, algunas veces sin considerar la calidad educativa.

## **CAPITULO III PLAN DE MARKETING**

### **3.1 Objetivos y metas del plan**

#### **3.1.1 Objetivos**

Los objetivos de este plan estratégico de marketing para el instituto Perpetuo Socorro son:

- Brindar un servicio de calidad a los consumidores del IPEPS, para que su formación sea de excelencia y competitividad en la sociedad actual; así como las innovaciones factibles de ser aplicadas.
- Mantener los precios adecuados con respecto a matrículas y pensiones y controlar los precios de los servicios adicionales que se prestan en la institución.
- Establecer los canales de distribución más adecuados para el servicio educativo.
- Mejorar la publicidad y promoción del IPEPS utilizando métodos y técnicas científicas para que proyecte una imagen institucional profesional, acorde con las exigencias de la comunidad.

#### **3.1.2. Metas**

De acuerdo a los objetivos planteados, las metas son las siguientes:

- Innovar el servicio educativo del IPEPS de manera gradual y constante, desde el primer año se deberá implementar este plan de marketing propuesto; para ello se dictarán seminarios de capacitación al personal de todos los niveles de la institución. Los resultados deberán ser evaluados en el mes de Agosto del año 2010, cuando finalice el año lectivo.

- Pese a la inflación constante que sufre el país, los precios de los servicios adicionales deben ser asequibles al cliente, sus incrementos no podrán exceder al 5%, y los productos vendidos en el bar deben mantener el 30% de utilidad que es un margen razonable.
- Es imprescindible que la diversificación de canales de distribución se la ponga en ejecución a más tardar en los meses de Marzo y Abril, puesto que desde Mayo empiezan las inscripciones en la mayoría de colegios.
- Los cambios e innovaciones en la promoción y publicidad deben ser de aplicación inmediata debido a la necesidad que tiene el IPEPS de mejorar su imagen y posicionarse en el mercado educativo.
- El IPEPS debe incrementar sus estudiantes, en por lo menos el 10% anual, para que exista una buena utilidad para los inversionistas.

### **3.2 Estrategias de marketing**

Se presenta a continuación un conjunto de estrategias de marketing para enfrentar a la competencia y posicionarse en el mercado.

#### **3.2.1 Servicio**

El servicio educativo que brinda se ajustará a los programas curriculares ministeriales, sin embargo incrementará sus valores agregados educativos utilizando estrategias como:

- Implementación de diez horas semanales del idioma inglés, dividida la carga horaria en Grammar y Spelling; aplicación de la materia de Ciencias, con esto se pretende brindar una mayor cobertura del idioma inglés, y no quedarse en la clásica enseñanza de este idioma.

- Práctica de actividades en talleres adicionales a los existentes como gastronomía, ajedrez, manualidades, bisutería, danza folklórica, ballet, artes marciales en las horas destinadas a los clubes que son elegidos voluntariamente por los niños.
- Preparación para la primera comunión a los niños de quinto y sexto de básica, esto como un servicio voluntario ofrecido a los estudiantes y padres de familia que profesan la fe católica.
- Servicio de alimentación, refrigerio y almuerzo de buena calidad, con productos que contengan nutrientes para los estudiantes de todos los niveles, de tal manera que se provea de los elementos necesarios al cuerpo en crecimiento y su intelecto. Para este efecto se recomienda un asesoramiento nutricional de profesionales de la rama.
- Mayor participación en competencias intercolegiales e inter-escolares tanto en deportes como en las demás asignaturas, esto hace que los estudiantes pierdan el miedo a hablar, a intervenir en actos, su seguridad aumenta y también su autoestima.
- Becas a los mejores estudiantes, como justo reconocimiento al esfuerzo, para incentivar su rendimiento escolar.
- Atención constante a las quejas, sugerencias y preocupaciones de los padres de familia, de estudiantes y profesores, que son los actores principales del servicio, toda esta información debe ser rápidamente procesada y resuelta.
- Seguimiento psicológico a estudiantes que presentan problemas en su conducta, sin costo adicional para los padres de familia, cuando son casos problema se debe remitir a un psicólogo de confianza de la familia para su tratamiento.

- Contratación de personal y profesores con experiencia y dotes de liderazgo, cuando la situación así lo amerita, para ello se analizará a profundidad cada hoja de vida presentada y debe realizar el respectivo concurso de méritos.
- Brindar información precisa y adecuada a todo padre de familia interesado en conocer el Instituto, se le debe hacer conocer las instalaciones y los servicios adicionales.
- Expansión del espacio físico, mediante la compra de terrenos o edificios cercanos a la institución cada vez que haya una oportunidad y existan los recursos financieros para hacerlo.
- Analizar periódicamente las áreas y actividades del Instituto, clasificando la tecnología e insumos que requieren, para presupuestar y adquirir según el caso
- Inscripciones, matrículas y reservas de cupo on line y su posterior confirmación personal para facilitar a los interesados el acceso a la institución.
- Biblioteca digital para estudiantes utilizando el número de usuario y contraseña individual en la página web institucional, para facilitar consultas y realización de tareas e incentivar la utilización de herramientas informáticas en los alumnos.
- Pagos de matrículas y pensiones en instituciones bancarias, ya sea por depósitos directos o transferencias bancarias vía Internet, lo cual facilitará mucho el pago a los padres de familia y descongestionará la secretaría y colectoría.

- Área de gimnasia con más y mejores implementos deportivos de los existentes actualmente.
- Competencias deportivas y de conocimientos con Institutos educativos del sector.
- Ampliar las líneas de transporte escolar a medida que la demanda lo haga necesario.
- Incremento en el currículo de un idioma adicional (francés, chino o italiano), a mediano plazo en vista que el mercado laboral al que tienen que enfrentarse los alumnos es cada vez más competitivo se tiene que capacitar en los idiomas que sean necesarios.
- Creación de un aula de apoyo psicopedagógico para estudiantes con problemas de atención dispersa, y disfuncionalidad en el aprendizaje, para esto se necesita implementar las debidas herramientas sicológicas.
- Incremento de una especialidad técnica en el colegio, porque en la actualidad solo se cuenta con la especialización de Ciencias en general, las más solicitadas por los estudiantes son: Contabilidad, Turismo, etc.
- Proyecto de creación del colegio a distancia para que ocupe las instalaciones los fines de semana, para esto se debe contar con el visto bueno del Ministerio de Educación y por el momento no se está otorgando permisos para esta actividad.
- Servicio adicional de terapia de lenguaje a niños menores de seis años con este problema.



### 3.2.2 Precio

En el caso del Servicio Educativo el precio se denomina generalmente como Pensión, la cual es mensual, debe ser pagada por los padres de familia o representantes hasta el día 10 de cada mes en el Instituto Perpetuo Socorro; también tenemos la matrícula y la inscripción que también son parte del Precio.

Para los servicios adicionales podemos utilizar otros calificativos como:

Transporte	Tarifa
Seguro	Prima
Alimentación	Precio

En lo referente a las estrategias que deben ser usadas en el precio del servicio educativo, podemos referirnos a los servicios complementarios como transporte, alimentación, deberes dirigidos, cursos adicionales, etc., por cuanto la pensión es fijada por el Ministerio de Educación de forma anual.

#### **Transporte**

- Los precios del transporte son señalados por los dueños de los medios de transporte por cuanto se ha decidido no prestar transporte directamente, por cuanto los costos son muy elevados, pero es necesario un monitoreo constante para que no se cobre tarifas más altas que otras instituciones.
- Es recomendable brindar charlas de atención al cliente a los señores choferes que conducen los autobuses, pues su labor requiere de mucho cuidado y buen trato a los estudiantes.

#### **Cursos adicionales**

- Los cursos extraordinarios que se prestan en la institución tienen como finalidad prestar un servicio al estudiante e incentivar al profesor para que tenga una ganancia adicional a su sueldo. Sus precios deben ser fijados y regulados por la institución para evitar abusos en los cobros.
- Todos los cursos deben ser dictados por personal calificado, previamente deben ser seleccionados entre los profesores del IPEPS o entre profesores externos bien calificados.

### **Alimentación**

- Los precios de la alimentación deben ser accesibles al pago de los padres de familia especialmente en lo referente al servicio de almuerzos ofertado.
- Los productos comercializados en el bar tienen precios por lo general redondeados para que los más pequeños los puedan pagar fácilmente. Los precios del bar no deberán exceder al 30% de utilidad sobre el costo en el que se los adquieren, bajo este límite del 30% hay total discrecionalidad en el margen de utilidad que se imponga.
- Los alimentos que se proporcionen a los estudiantes deben ser de buena calidad, para ellos debe contarse con proveedores regulares y garantizados. En el caso de productos expendidos en el bar del instituto es necesario que los responsables verifiquen la existencia de los respectivos registros sanitarios y se cuente con los permisos de funcionamiento necesarios.

### **Deberes dirigidos**

- Los precios de los deberes dirigidos ayudan al maestro a obtener una ganancia adicional a su sueldo de igual manera que los cursos adicionales; a la vez que se brinda un servicio al estudiante y al padre de familia. Por lo tanto deben ser fijados y regulados por la institución. Los profesores no deben ni pueden solicitar el pago de valores adicionales por los deberes dirigidos.

### **3.2.2.1 Características del servicio que influyen en el precio**

El Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro, es una institución de sostenimiento particular, por lo tanto está sujeta a que sus pensiones sean reguladas por la Comisión de Costos de la Educación Particular de Pichincha, la misma que está presidida por el Director Provincial de Educación, un Rector representante de los Colegios Particulares Laicos, Un Rector representante de los Colegios Particulares Confesionales y el Director de Régimen Escolar Provincial quien funge como Secretario de la Comisión.

En el nivel de educación pre-primaria el precio está influenciado por:

El precio en el transporte

El precio del bar

Cursos de natación, deberes dirigidos, danza

### **3.2.3 Plaza**

En lo que se refiere a la plaza se ha desarrollado las siguientes estrategias:

- Afianzar la presencia del IPEPS mediante canales de distribución directos e indirectos; el Instituto hasta ahora se ha mantenido con una relación directa entre quienes conforman el mismo y los clientes. Muchos de los actuales clientes llegan por recomendaciones de los padres de familia, eso en un principio es bueno, pero tiene su límite.

- Al servicio educativo es factible venderlo por medio de canales de distribución indirectos como: Revistas especializadas, revistas dominicales y familiares, utilizando los mismos buses escolares.
- Se puede utilizar la venta a través de agentes, es decir contratar vendedores especializados o agencias dedicadas a esta actividad.

### **3.2.4 Publicidad**

En el diseño de la publicidad del Instituto Perpetuo Socorro además de los trípticos informativos, también es aconsejable realizar hojas volantes, vallas publicitarias visibles desde todos los accesos, cestos de basura con el logotipo, nombre y dirección del Instituto que puedan ser colocados en aceras, parques y lugares estratégicos de la zona Miraflores.

El servicio educativo también debe procurar hacerse tangible para que sean comprendidos por sus clientes: padres de familia y estudiantes.

Debido a los resultados obtenidos en la encuesta es necesario plantear las siguientes estrategias en la publicidad del IPEPS:

#### **Proporcionar elementos tangibles**

Los padres de familia buscan comprobar que la calidad educativa de la institución tiene la calidad que se promociona, en hojas publicitarias, fotos, afiches, y en la página web, siempre se debe mostrar rostros de estudiantes felices y estudiosos, esto se debe complementar con una visita rápida al plantel, para que el padre de familia constate esta realidad.

### **Lenguaje adecuado**

Esta estrategia debe ser utilizada en la publicidad realizada por la institución para darse a conocer al público, así como también el momento de entrevistar a un padre de familia con las autoridades pertinentes, porque si el personal del Instituto le explica los procedimientos en lenguaje educativo técnico, el potencial cliente se sentirá inhibido al no comprender las explicaciones, de hecho algunos centros de educación en su publicidad recurren a poner anuncios de tal cual metodología y los padres de familia ignoran totalmente el mensaje. Por lo tanto es mejor utilizar términos comprensibles y sencillos, sin embargo la utilización de lenguaje técnico se reservará para los clientes especializados que requieren datos específicos.

### **Mensajes claros, sin ambigüedades**

El Instituto Educativo Perpetuo Socorro, ofrece educación de calidad, cuidados a los niños, pero nunca puede ofrecer dar a la sociedad niños genios, los servicios complementarios que se ofrecen en su publicidad no pueden ir más allá de lo que se tiene para dar, caso contrario los mismos padres de familia reclamarán por el cumplimiento de las falsas ofertas.

### **Enfatizar los beneficios buscados**

Los padres de familia buscan: buena educación, buen trato, buenos profesores, amabilidad, respeto, suficiencia en el conocimiento que se va a impartir. Estos elementos deben ser enfatizados y demostrados por la Institución.

#### **3.2.4.1 Publicity y relaciones públicas**

En este aspecto el Instituto Perpetuo Socorro puede gestionar espacios para realizar publicity relatando las diversas actividades que realiza, por ejemplo los logros deportivos de los niños que participan en tal o cual evento deportivo académico.

Se puede pedir la realización de un artículo que relate los beneficios del ozono en la salud y la utilización para la purificación del agua de la piscina del Instituto.

### **3.2.5 Promoción**

En general en la promoción de los servicios, se utilizan los mismos instrumentos que en los bienes, para el caso del Instituto Perpetuo Socorro, citaremos los siguientes:

#### **Becas estudiantiles**

- Estas son otorgadas a los mejores estudiantes, pero deben ser debidamente publicitadas, porque en la actualidad se las concede pero la generalidad de padres de familia y estudiantes las desconocen.
- El IPEPS, puede crear así mismo becas para estudiantes destacados en alguna disciplina deportiva, o para estudiantes que presente un don especial para la música o el ballet.

#### **Descuentos**

- En los casos donde más de un niño o joven de una misma familia estudian en la institución, al respecto existen casos en el Instituto con tres o cuatro niños de la misma familia.
- Debe contemplarse estos descuentos también en cuotas regulares y extraordinarias de los comités de padres de familia de grado y central; en alimentación, transporte, así como en cursos extraordinarios.
- En la actualidad los descuentos se aplican cuando hay tres estudiantes de la misma familia, al tercer miembro se le aplica un 50% de descuento en la pensión y el transporte.

### **Precios diferenciales**

- Este instrumento de promoción puede ser aplicado en el Instituto Perpetuo Socorro, de hecho se conoce que han existido casos donde se los ha aplicado para ayudar en alguna situación económica de urgencia.

### **Incentivos a estudiantes**

- Entrega diplomas al mérito académico y/o deportivo, menciones de honor y medallas para escoltas y abanderados.
- Para incentivar a los estudiantes y sus familias se ha implantado el cuadro de honor, donde se coloca el nombre y la fotografía de los tres primeros lugares de cada grado y curso, esto hace que el alumno se sienta motivado a continuar estudiando con todo su esfuerzo.
- Como sugerencia, además de los mencionados diplomas y menciones, el comité central o de cada grado puede hacer un fondo para premiar económica o materialmente a los mejores estudiantes.

### **Donaciones**

- Como se ha mencionado la mayoría de estudiantes, son de clase económica media y alta, esto se puede aprovechar para incentivar su colaboración para realizar donaciones en instituciones u organizaciones de beneficencia, a la vez que es conocida la institución educativa, los alumnos aprenden a interactuar con personas de escasos recursos que necesitan realmente mucha ayuda.
- No se considera recomendable la utilización de otros instrumentos como pruebas gratuitas, regalos, premios o cupones por la naturaleza del servicio prestado. Los comités de padres de familia, sin embargo, suelen realizar eventualmente programas sociales en el salón de actos para recaudar fondos para sus respectivos grados, estos sirven también para promocionar la

institución porque suelen acudir amigos y familiares que empiezan a conocer de su existencia.

### **3.2.5.1 Proceso de promoción**

Una vez establecido el servicio educativo que presta el IPEPS, todos los servicios complementarios y una vez establecido el segmento de mercado al que queremos llegar se utilizará el siguiente proceso de promoción:

#### **Estrategias de promoción conjuntas**

Es aconsejable crear o formar paquetes de servicios como por ejemplo:

- Servicio educativo (incluye piscina) + alimentación + transporte =
- Servicio educativo (incluye piscina) + alimentación =
- Servicio educativo (incluye piscina)+ transporte =
- Servicio educativo (incluye piscina) + deberes dirigidos + cuidados diarios =

El objetivo es diferenciar en la mente de los consumidores los servicios que ofrece la empresa; para conseguir esa diferenciación es necesario darle al producto características propias que le hacen considerar al consumidor como:

- *Importante*, es decir debe proporcionar un beneficio valorado por los consumidores, por ejemplo brindar calidad a menor precio, esta diferenciación hace mirar la importancia de optar por el servicio.
- *Distintiva*, esto significa que la diferenciación no debe ser ofrecida por los competidores. Por ejemplo reconocer un beneficio por los errores cometidos en la entrega del servicio.



- *No imitable*, quiere decir que las empresas de la competencia no puedan adoptar la estrategia de manera fácil, porque no se pueden patentar y cuanto más básicos sean, más fácilmente se pueden imitar.
- Uno de los componentes del valor de los servicios es la calidad del equipo humano, que se encuentre influenciada por su formación y cultura empresarial, la calidad del servicio desde un punto de vista humano no se improvisa y esta puede ser un arma de diferenciación difícilmente imitable a corto plazo. Para lograr esto el personal de la Institución debe laborar a gusto y bien remunerado.
- *Comunicable y comprensible para los consumidores*, comunicar un servicio con horario más amplio no es difícil y el mercado lo puede comprobar, pero otros elementos de diferenciación como una mayor formación de los empleados son más difícilmente comunicables, por lo tanto la diferenciación debe ser tangible.

### **3.2.5.2 Características del servicio que afectan a su promoción**

#### **Los servicios no tienen base tangible**

El servicio educativo no se puede almacenar, se define día a día, es absolutamente personal, su promoción es rápida, no necesita envases o etiquetas, pero necesita de una promoción que facilite la percepción de los consumidores. Para este efecto es necesario que el Instituto Perpetuo Socorro haga tangible su servicio, ¿de qué manera? Algunas de las formas para esto son:

- El involucramiento de los padres de familia en los procesos de la institución. Es notable realmente observar cómo cambia la forma de ver al Instituto en las personas que acuden día a día a dejar y recoger a sus hijos, en relación a

aquellas que no se involucran; esto redundaría en una mejor imagen y genera mejores comentarios con otros padres de familia, pero de igual manera sucede con las cosas negativas, aspecto que debe evitarse corrigiéndolas de inmediato.

- A través de clases demostrativas prácticas accesibles a todo público, especialmente los interesados en adquirir el servicio.
- Demostrando organización y puntualidad en cada acto que se celebre en fechas destacadas, puesto que estos son observados con crítica por propios y extraños.
- La publicidad debe ser precisa, enumerando todos los servicios complementarios que se han mencionado anteriormente y destacando en especial a los que más interesan a los consumidores.
- La infraestructura debe ofrecerle siempre una sensación de confianza en la Institución al consumidor.
- Los profesores deben imprimir en la educación un sello propio de la Institución.

### **Canales de distribución muy cortos**

- En el caso del Instituto Perpetuo Socorro, la mayor parte de la distribución es directa, muy poca en realidad, puesto que los consumidores llegan directamente al Instituto o son enviados por familiares o conocidos. Se recomienda la apertura hacia canales de distribución más amplios, para su crecimiento institucional.

### **Contacto Personal**

- En el servicio educativo, el contacto personal es constante, diario, tanto con estudiantes como con los padres de familia, resulta complicado y delicado, porque cada persona quiere ser tratado con mucha familiaridad y consideración por docentes y empleados. Se trata siempre de mantener el mismo personal docente, aunque a veces las circunstancias lo impidan. En las secciones pre-básica y básica los niños se refieren a sus maestras como **tías**, elemento este que los hace sentirse en familia.
- Se sugiere cursos periódicos de relaciones humanas para el personal, y evitar que la familiaridad pueda dar lugar a excesos de confianza de una parte hacia otra.

### **El servicio educativo es básico y regular**

- La educación como todos sabemos es obligatoria en Ecuador, y este es un aspecto que debe aprovechar al máximo el Instituto Perpetuo Socorro, no pueden las personas prescindir de esto, pero también se debe tomar en cuenta que la competencia es grande en la zona en particular y en la ciudad en general.

### **3.2.5.3. Calendario de la promoción**

Para el caso del IPEPS, las promociones antes señaladas se ofrecen generalmente antes del comienzo del año lectivo, desde el mes de abril, se intensifican en mayo y junio; obviamente los descuentos de los terceros miembros de cada familia se mantendrán durante el transcurso del año lectivo, las becas tiene igual aplicación.

Los incentivos a estudiantes son de aplicación periódica, así como las donaciones.

En el caso de la alimentación y en el servicio de bar es aplicable de mejor manera las promociones en combos estudiantiles y pequeños regalos en consumo a los estudiantes.

#### **3.2.5.4 Medición de la eficacia de la promoción**

La medición de la eficacia de la promoción deberá ser realizada al final de cada año, comparando los objetivos propuestos inicialmente en el Plan de Tesis presentado, que básicamente se trataba de mejorar la imagen del Instituto Perpetuo Socorro atrayendo también más y nuevos clientes.

Toda empresa u organización tiene por objetivo principal ser más rentable cada vez, por este motivo la eficacia de la promoción se verá analizando los resultados económicos, sin dejar de tomar en cuenta los resultados de imagen, de prestigio, etc....

### **3.3 Estudio financiero**

El estudio financiero permite establecer la real situación del Instituto, para conocer la viabilidad económica del plan de marketing, por esto se ha procedido a analizar los estados financieros de la institución.

Para poder analizar la repercusión que va a tener la implementación de este Plan de Marketing, se procede a presentar como Anexos el Estado de Pérdidas y Ganancias del año 2009, el Balance Inicial, se ha realizado correspondiente Punto de Equilibrio y un Presupuesto para el Plan de Marketing, esto facilitará la toma de decisiones de los directivos.

El resultado del ejercicio económico, como se puede apreciar en los estados financieros es positivo, sin embargo es mínimo, necesita incrementarse, esto se debe a que la capacidad del Instituto no está siendo utilizada y es precisamente eso lo que propone el Plan de Marketing.

No se observa gastos excesivos, el Instituto posee el personal estrictamente necesario para su funcionamiento, el cual está remunerado de acuerdo a las disposiciones del Ministerio de Trabajo y las respectivas regulaciones legales.

La inversión en infraestructura es alta puesto que es propia, existen gastos de mantenimiento de los laboratorios y piscina normales.

### 3.3.1 Punto de equilibrio

Para proceder al cálculo del Punto de Equilibrio, se ha hecho una clasificación de los costos, que se detalla a continuación:

**CUADRO No 21**  
**DATOS PARA CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>COSTOS FIJOS</b>		<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Sueldos y salarios (personal docente)	116.028,80	Actividades académicas	10.711,42
Sueldos y salarios(administrativo)	21270,00	Capacitación	850,00
Décimos	10.339,60	Suministros y materiales	8.500,00
Honorarios	10.335,67		
Bonificaciones	2654,18	Combustible vehículo	882,46
Seguro médico	3605,61	Servicio transporte	6.666,00
Servicios básicos	8900,43	Publicidad	3.865,66
Seguro vehículo	720	Gastos generales	300,00
Depreciaciones	22058,05	Intereses	76.650,00
Mant vehículo	1.098,64	Impuestos	760,00
<b>TOTAL</b>	<b>195.912,34</b>	<b>TOTAL</b>	<b>109.185,54</b>

**Fuente:** Departamento de contabilidad IPEPS

**Elaborado por:** Autora de la tesis

Una vez realizada esta clasificación, se procede a determinar los datos necesarios para aplicar las fórmulas del punto de equilibrio.

TOTAL DE VENTAS AÑO 2008:	308105,64
NUMERO TOTAL ALUMNOS:	386
COSTOS FIJOS TOTALES CF	195912,34
COSTOS VARIABLES TOTALES CV	109.185,54

Se procede a calcular los valores del costo variable unitario y el precio unitario:

$$Cvu = Cv / n$$

$$Cvu = \frac{109.185,54}{386} = \mathbf{282,86}$$

$$P = P/n$$

$$p = \frac{308105,64}{386} = \mathbf{798.2 \text{ PRECIO POR ALUMNO}}$$

### CALCULO PUNTO EQUILIBRIO

a) por alumnos

$$\frac{CF}{P - Cvu}$$

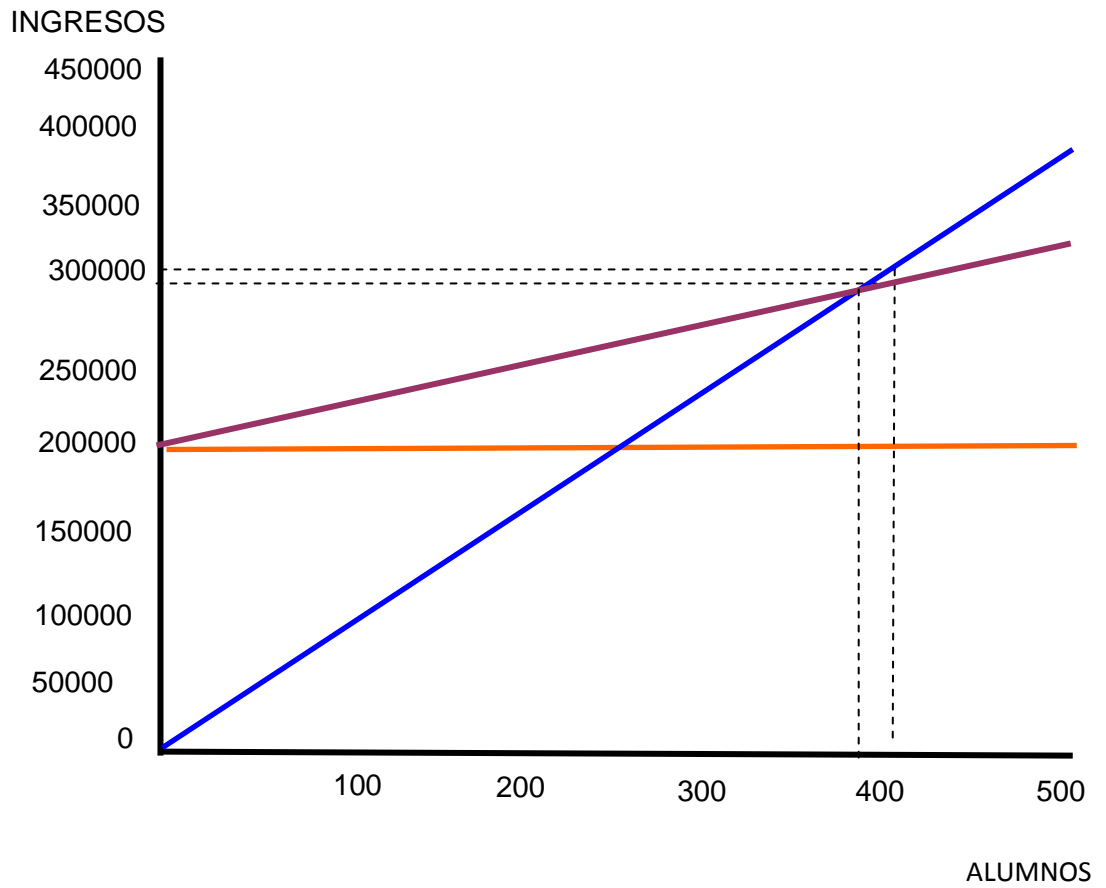
$$PE = \frac{195912,34}{515,34} \quad \mathbf{380 \text{ ALUMNOS}}$$

b) en función de los ingresos

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{Cvu}{P}} = \frac{59208,27}{1 - \frac{246988,25}{308105,64}} = \frac{195912,34}{0,65} = \mathbf{\$303.446,95}$$

El Punto de Equilibrio graficado, se presenta de la siguiente forma:

### GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



-  COSTO FIJO
-  COSTO VARIABLE
-  INGRESOS



Puesto que la inversión y los costos son altos el punto de equilibrio se ve notablemente afectado, se requiere aumentar el número de alumnos para aumentar la rentabilidad.

### 3.3.2 Presupuesto del plan de marketing

A continuación se presenta un presupuesto de promoción y publicidad para el IPEPS, tomando en cuenta que el presupuesto puede ser modificado según existan mejores expectativas y se tome medidas para afrontar las consecuencias del cambio.

El presupuesto esencialmente indica la cantidad de dinero que se va a necesitar para implementar algunas acciones que requiere el plan de marketing.

**Cuadro No 22**  
**PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING PARA EL**  
**“IPEPS”**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
Trípticos	10000	500.00
Página Web diseño	1	500,00
Página Web mantenimiento	3	200,00
Hojas Volantes	10000	300.00
Repartidor de hojas volantes (mes de mayo)	1	220.00
Diplomas y menciones de honor	20	200.00
Letreros y vallas	2	1000.00
Publicidad en diarios y revistas (No		

publicaciones)	5	500,00
Movilización a eventos	5	500.00
Pintura	1	500.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.420.00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autora de la tesis

Es notable que los valores que se sugieren en este presupuesto no son altos en relación a los costos fijos y variables del Instituto, a lo largo de esta Tesis se ha propuesto esencialmente la utilización eficiente de todos los recursos del IPEPS, tanto humanos, como materiales y financieros para que sea atractivo al mercado circundante.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **1. Conclusiones**

- El IPEPS es un instituto con enormes potencialidades que faltan ser aprovechadas, en el sentido educativo, humano, material, económico y financiero.
- El Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro es conocido y está posicionado tan solo en el sector Miraflores, donde hay bastante competencia directa; no ha sido promocionado en toda la ciudad.
- El IPEPS, tiene una buena infraestructura física, brinda las suficientes comodidades a sus alumnos.
- El Instituto tiene establecida su visión y misión; la educación es un servicio básico; y, en la actualidad hay mucha demanda de educación privada por el crecimiento de la población y la falta de escuelas públicas.
- El personal administrativo y docente es calificado y puede enfrentar los retos que conlleva la actividad educativa y sus innovaciones.
- Existe la apertura suficiente de sus directivos para implementar los cambios necesarios que aporten beneficios a la institución.
- El Instituto tiene definido en la actualidad su marca, slogan, colores distintivos, uniformes, estandartes y horarios de funcionamiento.
- La amplia gama del Servicio Educativo que ofrece el Instituto permite captar alumnos desde edades muy tempranas hasta el colegio o bachillerato

- El análisis del comportamiento del consumidor permite apreciar que existe satisfacción en el servicio obtenido por parte de la mayoría de los clientes, tanto estudiantes como padres de familia.
- Los servicios adicionales que ofrece el instituto son determinantes al momento en que el cliente hace su elección por tal o cual institución educativa.
- El segmento de mercado al que dirige sus servicios el Instituto Particular Educativo Perpetuo Socorro, es básicamente el nivel económico medio bajo.
- La piscina propia del IPEPS, es uno de los atractivos más grandes para los estudiantes y padres de familia.
- El principal precio, que se denomina generalmente pensión y matrículas, son definidos por la autoridad competente del Ministerio de Educación y son revisadas anualmente, las autoridades respetan esta decisión.
- Las diferentes tarifas y precios por cursos adicionales, alimentación, transporte y uniformes, se han establecido sin afán de abusar del cliente a la vez que se le presta el mejor servicio posible.
- La distribución del servicio es directa y empírica, no ha sido elaborada técnicamente, no hay venta a través de otros canales para expandir su imagen y captar más alumnos en un mercado muy competitivo
- El diseño y distribución de los espacios físicos son adecuados y funcionales para el tipo de servicio prestado.
- La publicidad y promoción del IPEPS, ha sido llevada hasta ahora de una manera empírica, sin embargo ha aportado algunos buenos resultados,

con la utilización de herramientas técnicas como: publicity, relaciones públicas, etc. se obtendrán mayores beneficios.

- Los resultados financieros del Instituto Perpetuo Socorro presentan saldos positivos, pero mínimos en relación a la inversión realizada en la infraestructura y por ende la capacidad instalada es subutilizada.
- El presupuesto planteado en este plan de Marketing, es pequeño en relación a la inversión que existe actualmente en el Instituto, es decir es bastante conveniente gastar en publicidad y promoción para captar un mayor número de alumnos.

## **2. Recomendaciones**

- La infraestructura física debe ser aprovechada y explotada de una manera más eficiente, puesto que se observa que se ha alcanzado el punto de equilibrio con 380 alumnos, y el instituto en su conjunto tiene capacidad instalada para 500 estudiantes.
- Es imprescindible la utilización de técnicas de marketing profesional que impulse al Instituto en un crecimiento de por lo menos el 10% anual.
- Para que el Instituto Perpetuo Socorro proyecte su imagen en toda la ciudad, debe implementar canales de distribución adicionales a los utilizados actualmente, se necesita tener una presencia publicitaria fuerte a través de la utilización de medios de prensa escrita probadamente efectiva, como por ejemplo: Revista La Familia de El Comercio, Revista La Pandilla de Diario Hoy, etc.....
- El Instituto debe aprovechar al máximo sus recursos: material didáctico, suministros de oficina, artículos de limpieza, puesto que se conoce que

en toda institución pública o privada existe desperdicio o sustracción de los mismos, por lo tanto es control es vital.

- La participación directa del Instituto en programas y/o concursos interescolares o intercolegiales, beneficiarán directamente su imagen y su competitividad. Debe existir la participación de por lo menos un concurso interescolar anual de Ortografía, Redacción y Lectura, así como poesía y deportes
- La publicidad y promoción en educación tiene una temporada de mayor énfasis, inicia en febrero y marzo, tiene su mayor énfasis en Mayo y Junio y finaliza en Agosto, pero es aconsejable mantenerla durante todo el año.
- Los resultados financieros del IPEPS pueden ser mejorados, las acciones deben ser tendientes a utilizar al máximo su capacidad instalada en un determinado tiempo que puede ser tres años, esto se puede lograr con un crecimiento anual del 10%. A la vez debe controlarse los gastos innecesarios.
- Difundir el axioma institucional: " Educamos por y para la vida." En la institución. Esta difusión solo puede hacerse posible a medida que se lo aplica diariamente con cada estudiante y en toda situación que se presenta, esta es una labor ardua y sistemática.
- Capacitación constante al personal docente, administrativo y de servicio, para que el trato a los clientes que son los padres de familia y los estudiantes, sea lo más cordial, con máximo respeto y comedimiento capaz de proyectar la imagen institucional de una manera óptima caracterizada por el buen trato y respeto a los demás.
- Seminarios de motivación al personal docente y administrativo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Aguirre González Ermel (2001): **Legislación Educativa**, Quito, Biblioteca Jurídica.
- Allen L.(2005): **Estadística aplicada a los Negocios y Economía**, México, Editorial Mc. Graw Hill
- Cateora Phillip R. (2006): **Marketing Internacional**, México, Mc Graw Hill/Interamericana de México
- Corporación de Estudios y Publicaciones (2005): **Ley Orgánica de Educación**, Quito, Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Grupo Océano(2006):**Diccionario Océano Uno**, Grupo Editorial Océano
- Grande Esteban Ildelfonso (2005): **Marketing de los Servicios**, Madrid, ESIC Editorial.
- Navarrete Álvarez María Elena (2005): **Manual Administrativo IPEPS**, Quito.
- Nieto Churruca Ana, García-Lomas Olegario (2006): **Marketing Internacional**, Madrid, Ediciones Pirámide.
- Pelton Lou, Strutton David, Lumpkin James (2006): **Canales de Marketing y Distribución Comercial**, México, Litográfica Ingramex.
- Randall Geoffrey (2003): **Principios de Marketing**, Thompson Paraninfo S.A.
- Selguin Jeffrey(1992): **Curso de Mercadotecnia**, México, Editorial Mc Graw Hill

## **NETGRAFÍA**

- [www.wikipedia.org/servicio](http://www.wikipedia.org/servicio)

## **ANEXOS**

### **FORMULA ESTADISTICA PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA**

Se aplicó la siguiente fórmula estadística:<sup>10</sup>

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N-1)e^2 Z^2 pq}$$

Donde

$n$  es el tamaño de la muestra; (número de encuestados)

$Z$  es el nivel de confianza;

$p$  es la variabilidad positiva;

$q$  es la variabilidad negativa;

$N$  es el tamaño de la población;

$e$  es la precisión o el error.

Se considerará una confianza del 95%, un porcentaje de error del 5% y la máxima variabilidad por no existir antecedentes en la institución sobre la investigación y porque no se puede aplicar una prueba previa.

Primero habrá que obtener el valor de  $Z$  de tal forma que la confianza sea del 95%, es decir, buscar un valor de  $Z$  tal que  $P(-Z < z < Z) = 0.95$ . Utilizando las tablas o las funciones de *Excel* se pueden obtener, o viendo (en este caso) el ejemplo anterior, resulta que  $Z=1.96$ .

---

<sup>10</sup> Estadística aplicada a los negocios y la economía. Allen L. Mc Graw Hill. Tercera Edición, pág. 85



Para el cálculo se considera un padre de familia o representante por cada alumno, es decir (N) 386 padres de familia.

---

Reemplazando valores en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)(386)}{(386-1)(0.05)^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{370.7144}{0.9625 + 0,9604}$$

$$n = \frac{370.7144}{1.9229}$$

$$n = 192.7892$$

$$n = 193$$

Donde n= 193 alumnos

# UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

## Modalidad Abierta y a Distancia

### ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA DEL INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO I.P.E.P.S

Nombre:.....

Nivel, Grado o Curso del Alumno.....

Por favor responda con precisión a las siguientes preguntas referentes al servicio educativo del IPEPS, sus respuesta serán de gran ayuda. Gracias.

**1. ¿Qué aspectos le parecen más importantes en el servicio educativo?**

*Conocimientos y trato del profesor* ( )

*Imagen de la institución* ( )

*Limpieza* ( )

*Servicios adicionales y complementarios* ( )

*Talleres, cursos* ( )

**2. ¿Cómo conoció la Institución?**

Amistades ( )

Familiares ( )

Hojas Volantes ( )

Letrero ( )

**3. ¿Cuál de los siguientes aspectos es más importante para usted al momento de seleccionar una institución educativa?**

Infraestructura ( )

Ubicación Geográfica ( )

Transporte ( )

Alimentación ( )

Pensum de estudios ( )

Asignaturas adicionales (Idiomas) ( )

Talleres, natación ( )

**4. Está satisfecho con el servicio brindado por el IPEPS?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Le gusta la publicidad del IPEPS?**

- Si ( )  
No ( )  
No sabe ( )

**6. Señale cual de las siguientes opciones satisface su expectativa del servicio que ofrece el IPEPS.**

- Infraestructura ( )  
Ubicación Geográfica ( )  
Transporte ( )  
Alimentación ( )  
Pensum de estudios ( )  
Asignaturas adicionales (Idiomas) ( )  
Talleres, natación ( )

**7. ¿Matricularía a su hijo el próximo año lectivo en el IPEPS?**

- Si ( )  
No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*Modalidad Abierta y a Distancia*  
**ENCUESTA A ESTUDIANTES DEL INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO**  
**I.P.E.P.S**

Nombre:.....

Nivel, Grado o Curso del Alumno.....

Por favor responda con precisión a las siguientes preguntas referentes al servicio educativo del IPEPS, sus respuesta serán de gran ayuda. Gracias.

**1. ¿Qué aspectos le parecen más importantes en el servicio educativo?**

*Conocimientos y trato del profesor* ( )

*Imagen de la institución* ( )

*Limpieza* ( )

*Servicios adicionales y complementarios* ( )

*Talleres, cursos* ( )

**2. ¿Cómo conoció la Institución?**

Amistades ( )

Familiares ( )

Hojas Volantes ( )

Letrero

**3. ¿Cuál de los siguientes aspectos es más importante para usted al momento de seleccionar una institución educativa?**

Infraestructura ( )

Ubicación Geográfica ( )

Transporte ( )

Alimentación ( )

Pensum de estudios ( )

Asignaturas adicionales (Idiomas) ( )

Talleres, natación ( )

**4. ¿Está satisfecho con el servicio brindado por el IPEPS?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Le gusta la publicidad del IPEPS?**

- Si ( )  
No ( )  
No sabe

**6. Señale cual de las siguientes opciones satisface su expectativa del servicio que ofrece el IPEPS.**

- Infraestructura ( )  
Ubicación Geográfica ( )  
Transporte ( )  
Alimentación ( )  
Pensum de estudios ( )  
Asignaturas adicionales (Idiomas) ( )  
Talleres, natación ( )

**7. ¿Le gustaría estudiar el próximo año lectivo en el IPEPS?**

- SI ( )  
No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

## ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

Hasta 30/12/2009

<b>Nro. de Cuenta</b>	<b>Descripción de cuenta</b>	<b>Subtotal</b> _____	<b>Total</b> _____
4	INGRESOS		308.105,64
40	INGRESOS OPERACIONALES		308.105,64
4002	Por pensiones	286.067,89	
4003	Por matrículas	17.370,00	
4004	Por Curso vacacional	4.667,75	
			=====
			308.105,64
5	COSTOS		
50	COSTOS DIRECTOS		
5001	RECURSOS HUMANOS Y CARGAS		136.704,07
500101	Personal docente		136.704,07
50010100	Honorarios	10.335,67	
50010101	Sueldo unificado	72.000,00	
50010102	Décimo cuarto sueldo	4.983,33	
50010103	Décimo Tercer sueldo	5.356,27	
50010105	Fondos de reserva	4.051,53	
50010106	Vacaciones	1.600,00	
50010107	Aporte patronal	16.040,23	
50010108	Responsabilidad	8.730,00	

50010109	Subsidio antigüedad	2.460,00	
50010110	Bono educación	6.777,00	
50010111	Bonificación Empresa	4.370,04	
5002	ACTIVIDADES ACADEMICAS		10.711,42
500200	Mantenimiento edificio	3.219,32	
500201	Mantenimiento laboratorios	304,08	
500202	Mantenimiento piscina	1.565,92	
500203	Material didáctico	250,99	
500204	Fungibles de control	263,16	
500205	Actividades deportivas	709,40	
500206	Actividades culturales	864,15	
500207	Actividades sociales	2.978,40	
500209	Investigación	556,00	
51	COSTOS INDIRECTOS		
5101	RECURSOS HUMANOS DE ADMINISTRACION		45.780,22
510100	Capacitación	850,00	
510101	Sueldo Unificado	16.140,00	
510102	Decimo Cuarto Sueldo	1.000,00	
510107	Decimo tercer sueldo	1.654,18	
510108	Subsidio Antigüedad	690,00	
510109	Responsabilidad	4.440,00	
510110	Seguro Médico	3.605,61	
510111	Servicios Básicos	8.900,43	
510112	Suministros y Materiales	8.500,00	

5102	TRANSPORTE ESTUDIANTES		9.367,10
510201	Mantenimiento vehículo	1.098,64	
510202	Servicio transporte	6.666,00	
510203	Combustible vehículo	882,46	
510204	Seguro Vehículo	720,00	
5103	GASTOS DE COMERCIALIZACION		3.865,66
510301	Publicidad	3.865,66	
5104	GASTOS GENERALES		
510401	Suministros	120,00	300,00
510403	Otros	180,00	
5105	GASTOS SIN EGRESO DE EFECTIVO		22.058,05
510501	Depreciaciones		22.058,05
51050100	Edificios	5.135,88	
51050101	Muebles y Enseres	606,94	
51050102	Equipos de oficina	432,92	
51050103	Equipos de computación	6.153,52	
51050104	Mobiliario de aulas	745,07	
51050105	Laboratorio de Ingles	2.272,00	
51050106	Implementos y equipos deportivos	102,94	
51050107	Vehículos	6.351,51	
51050107	Varios depreciables	257,27	
5106	COSTO FINANCIERO		76.650,00
510601	Intereses	76.650,00	



6	IMPUESTOS		760,00
63	Impuestos y Contribuciones	760,00	
			=====
			306.196,52
	GANANCIA / PERDIDA		1.909,12

---

**F.REPR.LEGAL**

---

**F.  
CONTADOR**

**INSTITUTO EDUCATIVO I.P.E.P.S**

**ESTADO DE SITUACION INICIAL**

**AL 01 DE ENERO DEL 2009**

1	ACTIVOS		2	PASIVOS	
1.01	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		2.01	<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
	<b>FONDOS DISPONIBLES</b>				
1.01.05	Caja y Bancos	2.416,19	2.01.05	Cuentas por pagar corto plazo	57.942,40
	<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>2.416,19</b>	2.01.10	Impuestos retenidos por pagar	875,15
1.02	<b>ACTIVO FIJO</b>		2.01.15	Préstamo accionistas por pagar	7.162,59
1.02.05	Vehículos	49.899,28	2.01.20	Préstamo corto plazo por pagar	53.056,89
1.02.10	Edificio 1	183.612,43	2.02	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	
1.02.15	Edificio 2	230.133,76	2.02.05	Acreedores varios por pagar	64.105,75
1.02.20	Equipos de computación	21.467,97	2.02.10	Préstamo largo plazo por pagar	242.249,97
1.02.25	Laboratorio de Inglés	22.720,00	2.02.15	Documentos por pagar	9.685,02
1.02.30	Equipos de oficina	8.203,30		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>435.077,77</b>
1.02.35	Mobiliario de aulas	8.055,47	3	<b>PATRIMONIO</b>	
1.02.40	Muebles y enseres	6.167,03	3.01	Capital social	44.031,16
1.02.45	Implementos y equipos deportivos	1.868,26		<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>479.108,93</b>

1.02.50	Varios depreciables	4.523,09			
1.02.55	(-) Depreciación Acumulada)				
1.02.55.05	Edificios	-30.815,32			
1.02.55.10	Equipos de oficina	-1.312,23			
1.02.55.15	Muebles y enseres	-2.278,84			
1.02.55.20	Equipos de computación	-12.677,24			
1.02.55.25	Mobiliario de aulas	-2.235,21			
1.02.55.30	Vehículos	-6.870,94			
1.02.55.35	Laboratorio de inglés	-6.816,00			
	<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>473.644,81</b>			
	<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>3.047,93</b>			
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>479.108,93</b>			

---

F. REP.LEGAL

---

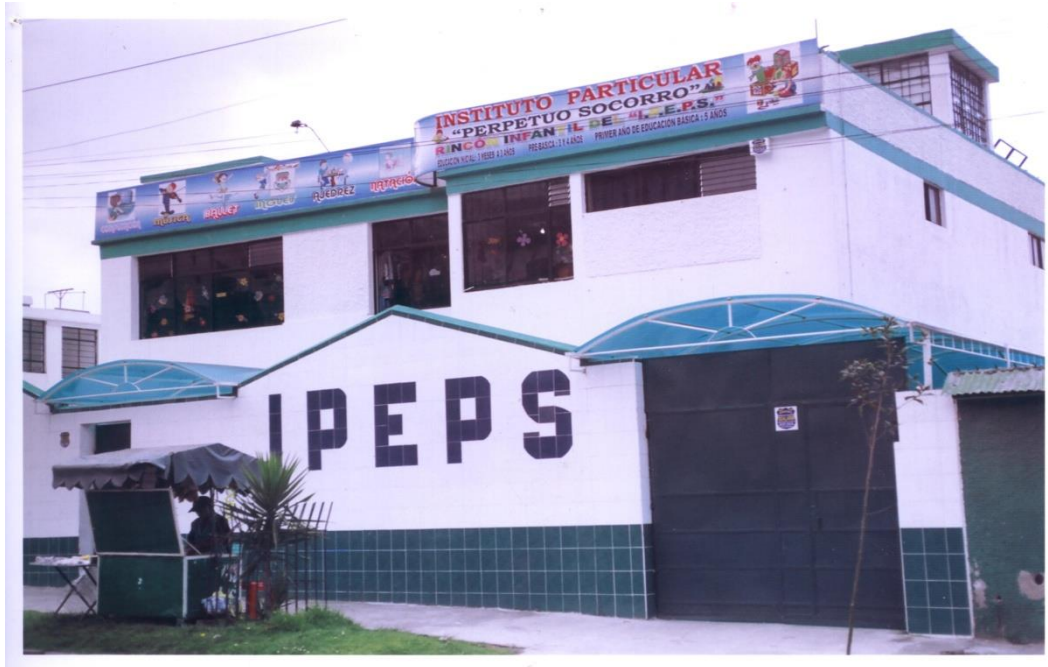
F. CONTADOR

**FOTO No1: Fachada Edificio Principal**



**Foto: Autora de Tesis**

**Foto No 2: Fachada Edificio Centro Infantil**



**Foto:** Autora de la Tesis

**Foto No 3: Formación en Patio Central día Lunes**



**Foto:** Autora de la Tesis

**Foto No 4: Formación en Canchas traseras.**



Foto: Autora de la Tesis

**Foto No 5: Participación del IPEPS en desfiles**



Foto: Autora de la Tesis

Foto No 6, 7 y 8: Secretaría, Gerencia Financiera y Rectorado



Fotos: Autora de la Tesis

Foto No 9 y 10: Laboratorio computación y Laboratorio de Física



Fotos Autora de la Tesis



Foto No 11 y 12: Piscina y aula de música



Fotos: Autora de la Tesis

**Foto No 13: Laboratorio Computación Edificio No 2**



Foto: Autora de la Tesis

**Foto No 14: Personal del IPEPS**



Foto: Autora de la Tesis

**Foto No 15: Alumnos ganadores concursos de natación**



Fuente: Archivo IPEPS

**Foto No 15: Área de Cuidados Maternales**



Fuente: Archivo IPEPS

**Foto No 16: Cuidados Maternales**



Foto: Autora de Tesis

**Foto No 17: Patio delantero Edificio No 2**



Foto: Autora de la Tesis

Foto No 18 y 19: Área Pre-básica



Fuente: Archivos IPEPS

**Foto No 20: Salón de Actos, Edificio No 1**



Foto: Autora de la Tesis

**Foto No 21: Laboratorio de Inglés**



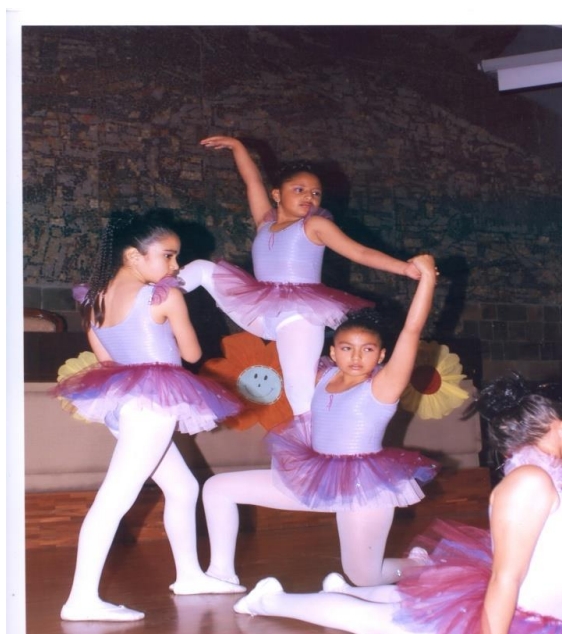
Fuente: Archivos IPEPS

**Foto No 21: Formación de alumnos secundaria**



Fuente: Autora de la Tesis

**Fotos No 22: Clases de Ballet**



Fuente: Archivo I.P.E.P.S.

Foto No 23: Equipo de Atletismo



Fuente: Archivos IPEPS

Foto No 24, 25, 26 y 27: Tríptico del IPEPS

**CIENCIA Y TECNOLOGIA**

**IPEPS** INSTITUTO PARTICULAR EDUCATIVO  
**PERPETUO SOCORRO**  
"Educamos con Amor"

**MISION**  
Brinda una educación integral, basada en principios y valores morales para entregar a la sociedad educandos con formación sustentada en valores: *honesto, solidario y respetuoso*.

**RINCON INFANTIL**

**ESCUELA Y COLEGIO**


- Laboratorio de Química y Física con tecnología de punta
- Laboratorio de Idiomas
- Laboratorio de Computación
- Audiovisuales

**SERVICIOS ADICIONALES**  
Refrigerio, Comedor, Transporte, Semi internado  
Talleres del desarrollo de la inteligencia


• Colegio: Av. Universidad de 700 y El Día 1800. 2-226-440 / 2-246-602  
• Centro Infantil: Esfuerzo 3000 N. 10000 y Alvarado 1000. 2-214242  
www.ipeps.3x2.com www.ipeps.ec.k2 Email: ipeps@andina.net.ec



## Piscina propia con purificación de ozono



La natación es una disciplina que aplicada a la educación genera en el ser humano, el desarrollo de sus capacidades intelectuales, motoras, y colectivas, cuyo producto aprende a superar dificultades que se presenten en su diario vivir.



### Excelente infraestructura infantil



- Música
- Ballet
- Natación
- Inglés
- Pintura
- Ajedrez

- Juegos infantiles
- Rincón de la lectura
- Fiestas con animación
- Áreas recreacionales

### VISIÓN

Constituir al I.P.E.P.S. en una institución que este a la vanguardia de la formación de párvulos, niños y jóvenes que respondan a una educación de calidad en los diferentes ámbitos sociales y culturales.

### JARDIN



### ESCUELA



### COLEGIO



### OBJETIVOS

Desarrollar la inteligencia, en sus múltiples formas, mediante la estimulación a temprana edad.  
Lograr que el niño eleve su autoestima, a través del estímulo positivo, afecto y cariño brindado de manera permanente.  
Crear un clima de calidez emocional dentro de la institución, para que el niño crezca con total seguridad y confianza.

### NURSERY

Tres meses a cuatro años de edad

**PRIMER CICLO**



**SEGUNDO CICLO**



**TERCER CICLO**



Estimulación temprana



#### MODELO PEDAGÓGICO

El modelo **SOCIAL COGNITIVO** concibe al hombre como un ser libre, dinámico y creativo, protagonista de su propio conocimiento basado en sus capacidades intelectivas, que le permite un mejor desarrollo de sus destrezas afectivas y motoras, cuyo logro lo convierte en un sujeto interactivo con sus congéneres y con el entorno sociocultural, al cual pertenece.

### CLUBES



• Cheerleaders



• Ajedrez



• Danza



• Natación



• Música



• Ballet

- Atletismo
- Fútbol
- Basquet
- Cerámica
- Pintura
- Gastronomía

*Educación de calidad. basada en principios y valores*

Fuente: Secretaría IPEPS